

Pregrado

Carrera: Administración

Asignatura (UIC): Emprendimiento 4.0

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título: Tecnología Superior en Administración

Tema:

Plan de negocio digital para la importación

Y comercialización de prendas de vestir en la

Parroquia de Chillogallo.

Autores:

Deybi Fernando Zambrano Cedeño

Francisco Javier Guallichico Caiza

Tutor: Ing. Luis Carrera

Fecha: Septiembre 2024



Autor:

Zambrano Cedeño Deybi Fernando

Título a obtener: Tecnólogo Superior en Administración

Matriz: Sangolquí - Ecuador

Correo electrónico: deybi.zambrano@ister.edu.ec



Guallichico Caiza Francisco Javier

Título a obtener: Tecnólogo Superior en Administración

Matriz: Sangolquí - Ecuador

Correo electrónico: francisco.guallichico@ister.edu.ec

Dirigido por:

Aguaiza Loja Patricia Estefanía

Título: Mg. Neuromarketing e investigación de Mercados

Matriz: Sangolquí - Ecuador

Correo electrónico: patricia.aguaiza@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2024 Tecnológico Universitario

Rumiñahui SANGOLQUÍ –

ECUADOR

Zambrano Cedeño Deybi Fernando

Guallichico Caiza Francisco Javier

Plan de negocio digital para la importación y comercialización de prendas de vestir en la parroquia de Chillogallo.

**CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.3

Sangolquí, 18 de octubre del 2024

G6_ PLAN DE NEGOCIO

**DIGITAL PARA LA IMPORTACION Y COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE
VESTIR EN LA PARROQUIA DE CHILLOGALLO_ GUALLICHICO**

**MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA**

**MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo, Francisco Javier Guallichico Caiza declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA IMPORTACION Y COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR EN LA PARROQUIA DE CHILLOGALLO, de la Tecnología Superior en Administración; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



Francisco Javier Guallichico Caiza

C.I.: 171247069-7

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

 www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.3

Sangolqui, 18 de octubre del 2024

Msc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

Msc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo Deybi Fernando Zambrano Cedeño declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA IMPORTACION Y COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR EN LA PARROQUIA DE CHILLOGALLO, de la Tecnología Superior en Administración; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.



Atentamente,
Deybi Fernando Zambrano Cedeño
C.I.: 175159657-6

**FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN
BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO**

CT-ANX-2024-ISTER-1

CARRERA:

TEGNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR /ES:

Deybi Fernando Zambrano Cedeño

Francisco Javier Guallichico Caiza

TUTOR:

ING. LUIS CARRERA

CONTACTO ESTUDIANTE:

0963794483

0984251226

CORREO ELECTRÓNICO:

deybifernando06@gmail.com

franciscog.20@hotmail.com

TEMA:

PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA IMPORTACION Y COMERCIALIZACION
DE PRENDAS DE VESTIR EN LA PARROQUIA DE CHILLOGALLO

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

Unidad De Integración Curricular

RESUMEN EN ESPAÑOL:

El comercio de prendas de vestir es un sector dinámico y esencial en la economía global, impulsado por la importación, que permite a los consumidores acceder a diversas marcas. Import Flash es un emprendimiento en Chillogallo, Quito, que se especializa en la importación y comercialización de ropa de alta calidad desde Estados Unidos. Su propuesta se diferencia por ofrecer la personalización de prendas, permitiendo a los clientes crear piezas que reflejen su estilo a través de una herramienta interactiva. La empresa emplea una estrategia digital sólida, utilizando SEO, SEM y redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp para atraer y mantener la comunicación con sus clientes. A pesar de los desafíos, como la competencia y la piratería, Import Flash se compromete a proteger la autenticidad y calidad de sus productos, ofreciendo un entorno

seguro para las compras en línea. Su modelo de negocio B2C se enfoca en vender directamente al consumidor final, combinando tendencias internacionales con personalización local. Además, Import Flash busca generar un impacto social y económico positivo en su comunidad, creando empleo a través de la confección personalizada y cumpliendo con normativas legales. La empresa no solo vende moda, sino que ofrece a los clientes una experiencia creativa, permitiéndoles expresar su individualidad a través de un fuerte enfoque en la calidad, la autenticidad y la innovación, Import Flash busca transformar la experiencia de compra en una celebración de la individualidad.

PALABRAS CLAVE:

Comercio internacional, Textil, Ropa, Moda, Logística, Aduanas, Aranceles, Cadena de suministro, Distribución, Mercado objetivo, Competencia, Proveedores, Normativas, Calidad, Sostenibilidad, Tendencias de moda, E-commerce, Precio y Rentabilidad.

ABSTRACT:

The clothing trade is a dynamic and essential sector in the global economy, driven by imports that allow consumers to access a variety of brands. Import Flash is a business based in Chillogallo, Quito, specialized in the import and sale of high-quality clothing from the United States. Its unique proposition lies in offering garment customization, allowing customers to create pieces that reflect their style through an interactive tool. The company employs a strong digital strategy, using SEO, SEM and social media platforms such as Facebook, Instagram, TikTok and WhatsApp to attract and maintain communication with its customers. Despite challenges such as competition and piracy, Import Flash is committed to protecting the authenticity and quality of its products, offering a safe online shopping environment. Its B2C business model focuses on direct sales to the end consumer, mixing international fashion trends with local customization. Additionally, Import Flash seeks to generate a positive social and economic impact in its community by creating jobs through the production of custom garments and compliance with legal regulations. The company not only sells fashion, but also offers customers a creative experience, allowing them to express their individuality. With a strong focus on quality, authenticity and innovation, Import Flash aims to transform the shopping experience into a celebration.

KEYWORDS:

International trade, Textile, Clothing, Fashion, Logistics, Customs, Tariffs, Supply chain, Distribution, Target market, Competition, Suppliers, Regulations, Quality, Sustainability, Fashion trends, E-commerce, Price and Profitability.

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN


CT-ANX-2024-ISTER-2
Sangolquí, 19 de octubre del 2024

**Sres.-
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA IMPORTACION Y COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR EN LA PARROQUIA DE CHILLOGALLO, del estudiante: FRANCISCO JAVIER GUALLICHICO CAIZA, con C.I.: 171247069-7 alumno de la Carrera TECNOLOGIA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Atentamente,



Firma del Estudiante
C.I.: 171247069-7

SÓLO PARA USO DEL ISTER

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software “TURNITING” y cuenta con un porcentaje de; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable. (EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

Fecha del Informe ____/____/____

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2
Sangolqui, 18 de octubre del 2024

Sres.-
**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital “PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA IMPORTACION Y COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR EN LA PARROQUIA DE CHILLOGALLO” del estudiante: DEYBI FERNANDO ZAMBRANO CEDEÑO, con C.I.: 175159657-6 alumno de la Carrera TEGNOLOGIA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Atentamente,



Firma del Estudiante
C.I.: 175159657-6

SÓLO PARA USO DEL ISTER

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software “TURNITING” y cuenta con un porcentaje de; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable. (EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

Fecha del Informe ____ / ____ / ____

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

 www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

 **www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec**

Dedicatoria:

Dedico esta tesis a Dios, mi guía y fortaleza, por darme la fuerza necesaria para alcanzar esta meta. A mis padres, por ser la raíz de todo lo que soy, especialmente a mi madre, cuyo constante ánimo y apoyo en los momentos más difíciles me sostuvieron. A mis hermanos, por darme alas con su complicidad y respaldo, a mis amigos, por hacer de este viaje una experiencia más llevadera con su compañía y palabras de aliento. A mi enamorada, ahora mi esposa, cuyo amor ilumina mis días y da sentido a cada paso que doy, a nuestros hijos, cuyo amor incondicional y sacrificio han sido el pilar fundamental de este logro. A mis profesores y tutores, por compartir su conocimiento y brindarme una orientación invaluable, permitiéndome crecer tanto profesional como personalmente.

Agradecimientos:

Expresamos nuestro más profundo agradecimiento al Instituto Rumiñahui, que ha sido el nacimiento de nuestra formación y nos ha brindado un entorno que nos ha transformado para siempre. A los docentes, cuya dedicación y pasión han iluminado nuestro camino, transmitiéndonos sus conocimientos con paciencia y entrega, les extendemos nuestra más sincera gratitud. A nuestros compañeros, cuya amistad y apoyo incondicional han hecho de este viaje una experiencia inolvidable, les agradecemos de corazón por cada instante compartido. Este logro es un triunfo colectivo, y llevaremos siempre en nuestra memoria todo lo que juntos hemos construido y aprendido.

Resumen:

El comercio nacional de prendas de vestir es un sector dinámico y en constante evolución dentro de la economía global. La importación de ropa desempeña un papel crucial al permitir a los consumidores acceder a una amplia variedad de productos y marcas. Con el desarrollo de internet, el mercado de prendas de vestir ha ampliado sus horizontes, facilitando la interacción entre compradores y vendedores a través de plataformas digitales.

Import Flash es un emprendimiento enfocado en la importación y comercialización de ropa de alta calidad desde Estados Unidos, dirigido principalmente a los residentes de Chillogallo, Quito. Su propuesta de valor única radica en ofrecer a los clientes la posibilidad de personalizar sus prendas, creando piezas que reflejen su estilo y personalidad mediante una herramienta interactiva.

La estrategia de Import Flash se basa en un uso intensivo del Marketing Digital, utilizando herramientas como SEO, SEM, y una fuerte presencia en redes sociales para maximizar la visibilidad y atraer a una audiencia más amplia. A través de plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp, la empresa busca mantener una comunicación constante y personalizada con sus clientes, destacándose en un mercado saturado.

A pesar de los desafíos del comercio digital, como la creciente competencia y las prácticas desleales como la piratería y la falsificación, Import Flash está comprometido a proteger la originalidad y calidad de sus productos. La empresa busca crear un entorno seguro y confiable para las compras en línea, con un fuerte énfasis en la protección de datos y la autenticidad de las prendas.

El modelo de negocio adoptado es B2C (Business to Consumer), centrado en la venta directa al consumidor final, combinando las tendencias de moda internacional con la personalización local. Import Flash aspira a expandirse a lo largo de Quito y otras provincias de Ecuador, consolidándose como un referente en moda personalizada.

El enfoque de Import Flash también considera el impacto social, económico y legal en su comunidad local. Además de ofrecer ropa de marca, se prevé que la confección personalizada generará empleo local y contribuirá al desarrollo económico de la región. La empresa se compromete, además, a cumplir con todas las normativas legales correspondientes, asegurando el pago de impuestos y promoviendo prácticas comerciales justas.

Finalmente, Import Flash no es solo un negocio de moda, sino un espacio de creatividad y expresión personal. A través de su servicio de personalización, los clientes no solo adquieren ropa, sino que crean piezas únicas que reflejan quiénes son. Con un enfoque en la calidad, la autenticidad y la innovación, Import Flash busca transformar la experiencia de compra en una celebración de la individualidad.

Palabras claves:

Comercio internacional, Textil, Ropa, Moda, Logística, Aduanas, Aranceles, Cadena de suministro, Distribución, Mercado objetivo, Competencia, Proveedores, Normativas, Calidad, Sostenibilidad, Tendencias de moda, E-commerce, Precio y Rentabilidad.

Abstract:

The national clothing trade is a dynamic and constantly evolving sector within the global economy. The importation of clothing plays a crucial role in allowing consumers to access a wide variety of products and brands. With the development of the internet, the clothing market has expanded its horizons, facilitating interaction between buyers and sellers through digital platforms.

Import Flash is a business focused on importing and selling high-quality clothing from the United States, primarily targeting residents of Chillo Gallo, Quito. Its unique value proposition lies in offering customers the ability to personalize their garments, creating pieces that reflect their style and personality through an interactive tool.

Import Flash's strategy is based on intensive use of Digital Marketing, utilizing tools such as SEO, SEM, and a strong presence on social media to maximize visibility and attract a broader audience. Through platforms like Facebook, Instagram, TikTok, and WhatsApp, the company aims to maintain constant and personalized communication with its customers, standing out in a saturated market.

Despite the challenges of digital commerce, such as increasing competition and unfair practices like piracy and counterfeiting, Import Flash is committed to protecting the originality and quality of its products. The company seeks to create a safe and reliable environment for online shopping, with a strong emphasis on data protection and garment authenticity.

The adopted business model is B2C (Business to Consumer), focused on direct sales to the final consumer, combining international fashion trends with local

customization. Import Flash aspires to expand throughout Quito and other provinces in Ecuador, establishing itself as a leader in personalized fashion.

Import Flash's approach also considers the social, economic, and legal impact on its local community. In addition to offering branded clothing, the expected personalized tailoring will generate local employment and contribute to the region's economic development. The company is also committed to complying with all relevant legal regulations, ensuring the payment of taxes, and promoting fair business practices.

Finally, Import Flash is not just a fashion business; it is a space for creativity and personal expression. Through its customization service, customers do not just buy clothes; they create unique pieces that reflect who they are. With a focus on quality, authenticity, and innovation, Import Flash aims to transform the shopping experience into a celebration of individuality.

Keywords:

International trade, Textile, Clothing, Fashion, Logistics, Customs, Tariffs, Supply chain, Distribution, Target market, Competition, Suppliers, Regulations, Quality, Sustainability, Fashion trends, E-commerce, Price and Profitability.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.1	Antecedentes	16
1.2	Problema	17
1.3	Contexto	17
1.4	Justificación	18
1.5	Objetivos	19
1.5.1	Objetivo General.....	19
1.5.2	Objetivos Específicos	19
1.6	Impacto	20
1.7	Tendencias Digitales por grupo generación.....	20
1.8	Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C	22
2.1	Datos importantes de la actividad de la empresa	23
2.1.1	Nombre Comercial	23
2.1.2	Logotipo	23
2.1.3	Isotipo	24
2.1.4	Slogan	24
2.1.5	Historia de la Marca	24
2.1.6	Core Business	25
2.1.7	Filosofía empresarial	25
2.2	Investigación de Mercado	27
2.2.1	Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra, Encuesta.....	27

	11
2.2.2 Conclusiones.....	29
2.3 Propuesta de Valor Digital.....	29
2.4 Posicionamiento.....	30
2.4.1 SEO: explicar a que hace referencia el posicionamiento SEO.....	30
2.4.2 SEM: explicar a que hace referencia el posicionamiento SEM.....	31
2.4.3 Posicionamiento en Redes Sociales: explicar que redes sociales utilizara para lograr el posicionamiento.....	31
2.4.4 Posicionamiento WEB: colocar las plataformas que utilizara para posicionarse en la web.	32
2.5 Segmentación digital para los diferentes productos o servicios de la Empresa.....	33
2.5.1 Creación Públicos Objetivos 1	33
2.5.2 Creación Públicos Objetivos 2	34
2.6 Canales de Promoción en Redes Sociales.....	34
2.6.1 Creación de perfil en FanPage.....	34
2.6.2 Creación de perfil en Instagram.....	35
2.6.3 Creación de perfil en WhatsApp Business	35
2.6.4 Creación de perfil en Tik Tok.....	36
2.7 Canales de Promoción en WEB.....	36
2.7.1 Creación de sitio y perfil de Negocio con Google My business	36
2.7.2 Creación de página WEB Corporativa (Wix o canva)	37
2.7.3 Creación de Landing Page con Wix	37

	12
3.1 Ventaja competitiva de la presencia en Internet	38
3.2 Tienda On-line	38
3.2.1 Creación de la tienda online por: Ecwid.....	38
3.2.2 Diseño del sitio	39
3.2.3 Catálogo de Productos, incluyendo nombre, descripción, precio, imágenes. .	39
3.2.4 Palabras Claves.....	44
3.2.5 Pasarela de pagos, métodos de pago que aceptarás en tu tienda, como tarjetas de crédito, PayPal, transferencia bancaria, etc.....	44
3.2.6 Proceso Logístico de salida: (tarifas de envío basadas en el peso, la ubicación y otras variables, entrega Producto o Servicio)	45
3.3 Impuesto al valor agregado.....	48
3.4 Presentación de la tienda online en la web	50
4.1 Normativa del Comercio electrónico en Ecuador.....	52
4.2 Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador.....	55
4.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing.....	57
4.4 Puestos claves del Departamento.....	59
4.5 Funciones del Departamento.....	59
4.6 Organigrama Orgánico-Funcional	59
4.7 Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología	60
4.7.1 Buyer Persona.....	60
4.7.2 Buyer´s Journey	61

4.7.3	Sales Process.....	63
4.7.4	Estrategia de Atracción (3).....	64
4.7.5	Estrategias de Conversión (3).....	65
4.7.6	Estrategias de Automatización	66
4.7.7	Oferta comercial	66
4.8	Planificación del cronograma de contenido (trello – 6 semanas- 3 contenidos).....	67
4.9	Planificación del cronograma de anuncios (trello – 6 semanas 2 publicidades)....	67
5.1	Cálculo de las ventas y determinación de costos y gastos	69
5.2	Cálculo y análisis del punto de equilibrio.....	71
5.3	Budget de Ventas en unidades. Mes y Total Año.....	73
5.4	Budget de Ventas en dólares unitario. Mes y Total Año	73
5.5	Budget de Ventas en dólares. Mes y Total Año.....	74
5.6	Gastos de promoción. Mes y Total Año	74
5.7	Estrategias Puntuales del Marketing Mix en Fechas Importantes:	74
5.8	Campañas pagadas#1 en Redes Sociales por FacebookAds:.....	77
5.8.1	Objetivo de la campaña:	77
5.8.2	Nombre de la campaña:	77
5.8.3	Segmentación.....	77
5.8.4	Ubicación.....	78
5.8.5	Presupuesto	79

	14
5.8.6 Fechas	79
5.8.7 Simulación pago con Tarjeta de Crédito	79
5.8.8 Diseño del Anuncio:	80
5.9 Campañas pagadas#2 en Redes Sociales por FacebookAds:.....	81
5.9.1 Objetivo de la campaña:	81
5.9.2 Nombre de la campaña:	81
5.9.3 Segmentación.....	81
5.9.4 Ubicación.....	82
5.9.5 Presupuesto	83
5.9.6 Fechas	83
5.9.7 Simulación pago con Tarjeta de Crédito	83
5.10 Campañas pagadas#1en Motores de búsqueda por GoogleAds:.....	84
5.10.1 Objetivo de la campaña:	84
5.10.2 Nombre de la campaña:.....	85
5.10.3 Segmentación	85
5.10.4 Ubicación	86
5.10.5 Presupuesto.....	86
5.10.6 Simulación pago con Tarjeta de Crédito	87
5.11 Campañas pagadas#2 en Motores de búsqueda por Instagram:	87
5.11.1 Objetivo de la campaña:	87

5.11.2	Nombre de la campaña	88
5.11.3	Segmentación	88
5.11.4	Ubicación	89
5.11.5	Presupuesto.....	89
5.11.6	Fechas.....	90
5.11.7	Simulación pago con Tarjeta de Crédito	90
6.1	ROI DIGITAL	91
6.2	Presentar la tienda online actualizada e integrada con todos los sitios web y las redes sociales. Resumen de links	93

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LA PARROQUIA DE CHILLOGALLO.

1.1 Antecedentes

El comercio de prendas de vestir a nivel nacional, es un sector en constante evolución dentro de la economía Local. La importación de ropa juega un papel fundamental, al ser el puente que conecta a los consumidores con una amplia gama de productos y marcas. Con el crecimiento del internet, este mercado ha ampliado sus horizontes, permitiendo a empresas de todos los tamaños mostrar y ofrecer sus productos a una audiencia local, y facilitando la interacción entre compradores y vendedores a través de plataformas digitales.

Hoy en día, la importación y comercialización de prendas de vestir depende en gran medida del Marketing Digital o Marketing Online. Este enfoque permite comunicar y comercializar productos y servicios de manera directa y personalizada, llegando a los consumidores en el momento exacto en que están listos para realizar una compra.

Lo que diferencia a nuestra empresa, dedicada a la importación y comercialización de prendas de vestir, es la oportunidad única que ofrecemos a nuestros clientes: la posibilidad de crear su propia prenda de vestir. A través de una herramienta interactiva, los consumidores pueden plasmar su estilo personal en cada pieza, transformando su imaginación en un outfit hecho a medida. Esto responde a una necesidad común: no conformarse con lo que se encuentra en el mercado, sino crear algo verdaderamente único.

Nuestro enfoque no solo se basa en la importación y venta de ropa de alta calidad, sino también en ofrecer un servicio de personalización que añade un toque de singularidad

a cada prenda. Con el uso de estrategias de marketing digital, nuestro objetivo es conquistar a nuestros clientes, ofreciendo moda y estilo que resuene con sus deseos y necesidades.

1.2 Problema

Una problemática evidente en el entorno digital, observable a través de redes sociales, plataformas de comercio electrónico y sitios web de noticias de la industria, es la creciente competencia y saturación del mercado en línea. A medida que el comercio electrónico sigue expandiéndose y más consumidores optan por realizar sus compras en línea, se ha vuelto cada vez más difícil para los importadores de ropa destacarse y captar la atención de los consumidores.

Este fenómeno se agrava por la facilidad con la que se pueden crear tiendas en línea y la proliferación de plataformas de comercio electrónico, lo que ha llevado a una saturación del mercado con una abundancia de opciones para los consumidores. Como importadores de ropa, nos enfrentamos al desafío de diferenciar nuestros productos y servicios en un entorno digital saturado, donde obtener visibilidad y captar la atención del cliente es cada vez más complicado.

Además, la intensa competencia en línea ha dado lugar a prácticas comerciales desleales, como la falsificación y la piratería de productos, lo que no solo perjudica la reputación de las marcas legítimas, sino que también mina la confianza de los consumidores en el comercio electrónico. Por lo tanto, uno de los desafíos más importantes de nuestro emprendimiento es proteger integralmente nuestros productos y servicios en este mercado digital altamente competitivo.

1.3 Contexto

El marketing digital utiliza herramientas y tecnologías en línea para promover productos o servicios, en contraste con el marketing tradicional que se basa en medios offline. Este enfoque digital abarca estrategias como la creación de contenido web, SEO, publicidad en buscadores, redes sociales y email marketing. Permite llegar directamente a la audiencia, medir resultados con precisión y ajustar las estrategias en tiempo real. En el entorno empresarial actual, el marketing digital es esencial debido al crecimiento continuo de la presencia en línea y el uso de dispositivos móviles.

En Ecuador, el marketing digital ha experimentado un notable crecimiento, alineándose con las tendencias globales. Las empresas ecuatorianas están cada vez más adoptando estrategias digitales para conectar con su audiencia, aprovechando especialmente las redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok. El marketing de contenido y el SEO se han convertido en prácticas comunes, y el comercio electrónico está en expansión, impulsando la necesidad de estrategias de marketing en línea más efectivas. En resumen, el marketing digital se ha consolidado como una parte fundamental de las estrategias de marketing en Ecuador, adaptándose al aumento de la digitalización y el uso de internet en el país.

Para promover la comercialización de ropa importada en Ecuador, se utilizan diversas estrategias de marketing. Estas incluyen publicidad en medios tradicionales, presencia en puntos de venta físicos, ofertas y promociones, así como tácticas de marketing digital como publicidad en redes sociales y optimización de sitios web. La combinación de estas tácticas busca aumentar la visibilidad y generar interés en la ropa importada entre los consumidores ecuatorianos. Además, se destaca la oferta única de creación de ropa

personalizada, lo que permite a los clientes tener prendas con un toque de personalidad y también incentiva el apoyo al producto ecuatoriano.

1.4 Justificación

IMPORT FLASH fue creado con el objetivo de ofrecer ropa importada de marca a precios accesibles, complementado con un servicio único de personalización que refleja el estilo individual de cada cliente. Para lograr una mayor penetración en el mercado nacional es crucial establecer una presencia sólida en redes sociales y otros espacios digitales.

Desarrollar nuestras páginas en estas plataformas permitirá a los clientes realizar sus compras de manera segura, garantizando la originalidad de los productos y la protección de sus datos personales. Con el fin de prevenir la piratería y las estafas asociadas con sitios fraudulentos, implementaremos números de contacto y avisos destacados en nuestros sitios web para asegurar que los usuarios puedan verificar la autenticidad de nuestras páginas de pago. Estas medidas buscan construir confianza y ofrecer una experiencia de compra segura y confiable.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Implementar una estrategia digital integral para la importación y comercialización de ropa, enfocada en optimizar la cadena de suministro, aumentar la visibilidad de los productos y mejorar la experiencia del cliente a través de la gestión de perfiles en sitios web, redes sociales y tiendas en línea.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Crear perfiles en redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, Google my business, Tik Tok.

- Realizar publicaciones programadas semanalmente para poder mantener a nuestra clientela enterada de nuestro catálogo y ofertas.
- Ejecutar mensualmente campañas publicitarias sobre nuestro producto de lanzamiento en las redes sociales seleccionadas por la empresa.

1.6 Impacto

La actividad de importación, comercialización y creación de prendas de vestir en el sector de Chillogallo, Quito, tendrá un impacto significativo en varios ámbitos:

- **Impacto social:** Nuestra empresa no solo ofrecerá ropa de marca, sino que también permitirá a los clientes expresar su estilo personal. A través de un servicio personalizado, traduciremos las ideas y preferencias del cliente en prendas únicas, fomentando la creatividad y la identidad individual en la comunidad.
- **Impacto económico:** Al impulsar la confección local de prendas, generaremos nuevas oportunidades de empleo para la mano de obra local. Esto contribuirá al fortalecimiento del sector textil y a la dinamización de la economía del sector, promoviendo la producción y consumo de moda en el ámbito local.
- **Impacto legal:** Nos comprometemos a cumplir con las normativas y regulaciones del Estado Ecuatoriano, asegurando que todas las actividades de importación y comercialización respeten los impuestos y leyes vigentes. Esto permitirá un crecimiento empresarial sostenible y alineado con el marco legal nacional.

1.7 Tendencias Digitales por grupo generacional

Nuestro proyecto de importación y comercialización de prendas en Chillogallo ha identificado dos grupos generacionales clave. Sus características y tendencias digitales nos ayudarán a ajustar nuestras estrategias de comunicación y ventas de forma efectiva.

Generación Millennials (Nacidos entre 1982 y 1994):

Los Millennials son activos en redes sociales y valoran la privacidad en línea. Usan herramientas digitales para trabajo y ocio, y prefieren compras en línea que ofrezcan experiencias personalizadas y auténticas, buscando marcas que reflejen autenticidad.

Figura 1

Características Generación Millennials

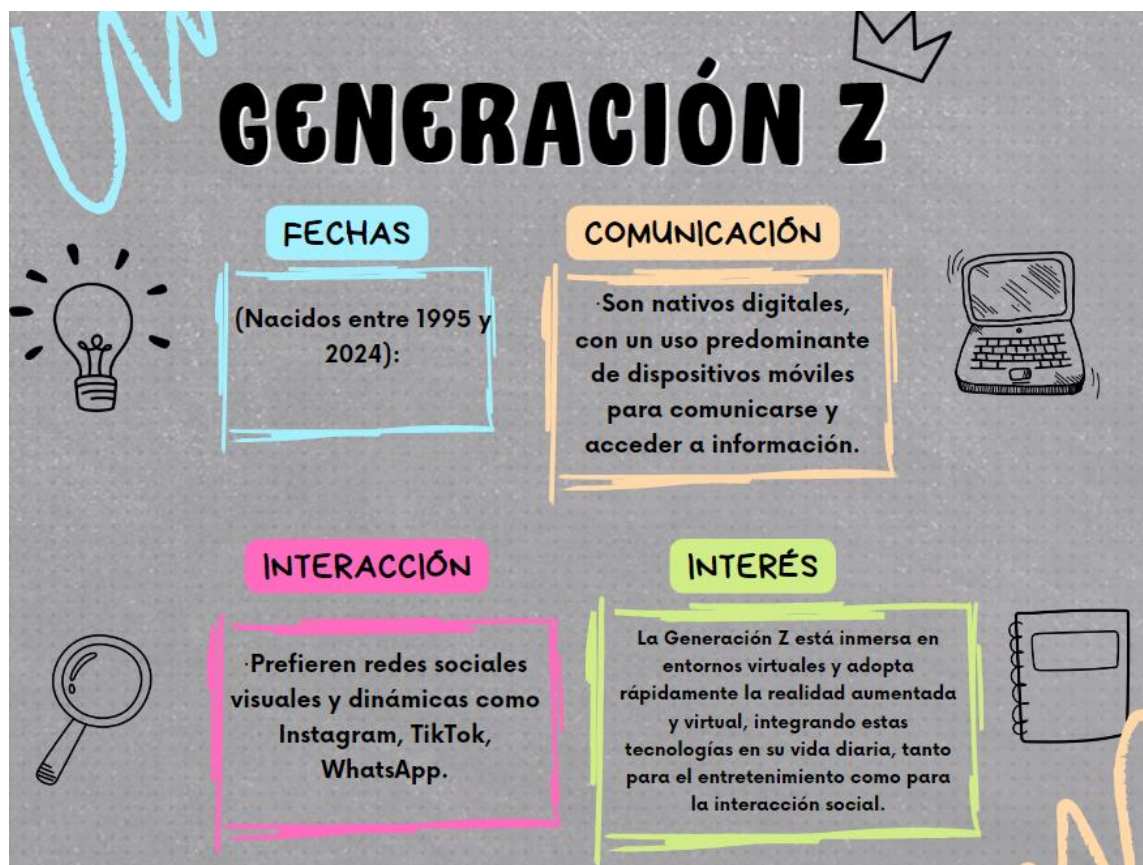


Generación Z (Nacidos entre 1995 y 2024):

La Generación Z, nativa digital, usa principalmente móviles y redes como Instagram, TikTok y WhatsApp. Están inmersos en entornos virtuales, adoptando rápidamente la realidad aumentada y virtual en su entretenimiento e interacción social.

Figura 2

Características Generación Z

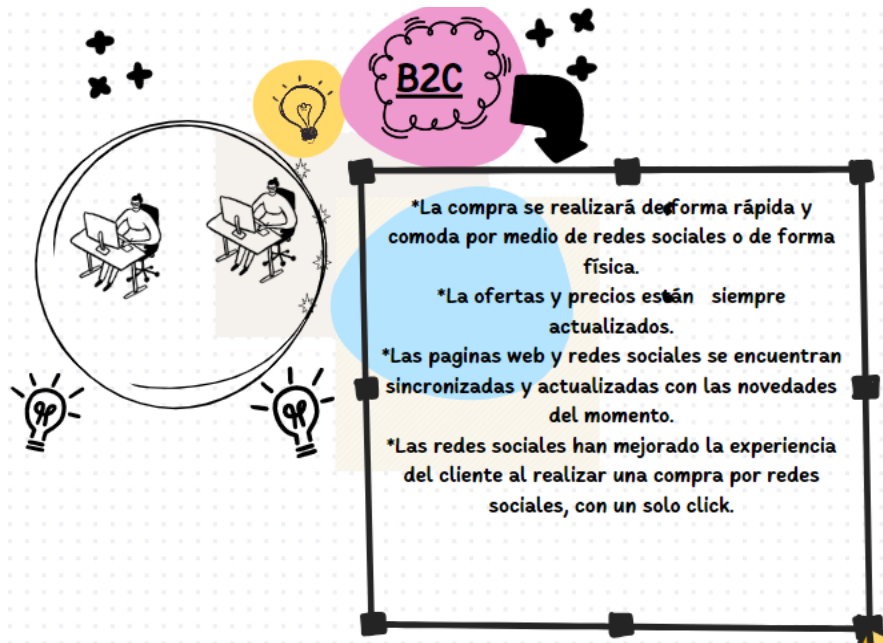


1.8 Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C

Aplicaremos el modelo de negocio B2C, vendiendo directamente al consumidor final mediante un proceso de compra fácil e inmediata.

Figura 3

Gráfico Modelo de Negocio Digital



CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Datos importantes de la actividad de la empresa

2.1.1 Nombre Comercial

IMPORT FLASH

2.1.2 Logotipo .

Figura 4

Logotipo del emprendimiento Import Flash



2.1.3 Isotipo

Figura 5

Isotipo del emprendimiento Import Flash



2.1.4 Slogan

MODA SIN FRONTERAS, ESTILOS SIN LÍMITES.

2.1.5 Historia de la Marca

Soy Deybi Zambrano, y tengo un sueño que pronto se hará realidad nacido como una idea de proyecto junto con mi hermano y estudiado con mi compañero de grupo. Desde Quito, imagino una tienda donde cada prenda de vestir no solo sea una pieza de moda, sino una expresión única de quien la lleva. Así nació la visión de Import Flash.

Mi plan es simple pero ambicioso: importar lo mejor de la moda estadounidense y ofrecer un servicio de personalización que permita a cada cliente crear su estilo único. Import Flash no será solo una tienda, sino un espacio de encuentro y creatividad. Cada cliente tendrá la oportunidad de elegir detalles únicos para sus prendas, desde colores hasta pequeños bordados, asegurando que cada pieza sea un reflejo de su personalidad y estilo. Estamos comprometidos con Import Flash a formar un lugar donde cada persona se sienta especial. Conoceremos a nuestros clientes por su nombre, entenderemos sus gustos y crearemos un ambiente donde la moda sea una forma de conectarse y expresarse. Además, deseamos que Import Flash sea un centro de comunidad. Planeamos organizar pequeños eventos de moda, donde los clientes puedan compartir ideas, inspirarse mutuamente y

celebrar la individualidad. Creo que cada prenda puede unir corazones y construir conexiones. Aunque este sueño aún está en construcción, nuestro compromiso es firme. Estamos trabajando cada día para que Import Flash sea una realidad, un lugar donde la moda personalizada y la atención cercana transformen la experiencia de compra. Pronto, Import Flash será sinónimo de moda accesible y auténtica. Con cada paso que damos, seguimos adelante con la certeza de que este sueño se convertirá en un espacio donde la moda refleje la esencia de cada persona. ¡Esperen pronto Import Flash y descubran cómo la moda puede celebrar quiénes somos, día a día!

2.1.6 Core Business

Import Flash Importación y comercialización de ropa con marcas reconocidas de países como Estados Unidos, que ofrecen una buena relación calidad-precio.

2.1.7 Filosofía empresarial

- **Misión.**

Nuestra misión es traer las mejores tendencias de moda y ofrecer un servicio de personalización único, al mismo tiempo que construimos una comunidad unida por la creatividad y la autenticidad. Nos dedicamos a seleccionar cuidadosamente productos que reflejen las últimas tendencias, manteniendo altos estándares de calidad y brindando una experiencia de compra digital excepcional.

- **Visión.**

Ampliar nuestra presencia en Quito y en las provincias de Ecuador, destacándonos por nuestra oferta exclusiva de ropa de marca y alta calidad. Buscamos introducir gradualmente nuestra marca en el mercado local a través de la creación de prendas únicas. Queremos establecer relaciones sólidas con nuestros proveedores y mantener un

compromiso firme con la excelencia en cada etapa de nuestro proceso. Nos esforzamos por brindar a nuestros clientes una experiencia de compra en línea distintiva y gratificante, marcada por la innovación, autenticidad y calidad.

- **Valores del negocio.**

En Import Flash, nuestros valores son el pilar fundamental de nuestra actividad en importación, comercialización y creación de prendas de vestir. Basados en principios éticos y morales, estos valores conforman nuestra cultura empresarial, establecen nuestra ética e identidad, y dirigen todas nuestras operaciones.

- **Calidad y autenticidad:** Garantizamos que cada prenda importada sea original y cumpla con los más altos estándares de calidad. En nuestras creaciones personalizadas, mantenemos una atención meticulosa a los detalles para ofrecer productos únicos y auténticos.
- **Innovación constante:** Nos mantenemos a la vanguardia de las tendencias globales, seleccionando las mejores marcas y diseñando prendas exclusivas que reflejan las últimas innovaciones en el mundo de la moda.
- **Transparencia y honestidad:** En cada paso del proceso, desde la selección de prendas hasta su comercialización y creación, actuamos con total transparencia. Nuestros clientes pueden confiar en la claridad de nuestras prácticas y la veracidad de la información sobre nuestras prendas.
- **Responsabilidad social y ambiental:** Importamos y creamos moda de manera responsable, asegurándonos de que nuestros proveedores y procesos respeten tanto a las personas como al medio ambiente.

- **Compromiso con la excelencia en el servicio:** Ofrecemos una experiencia de compra excepcional, tanto en la importación de prendas como en el servicio personalizado de creación, priorizando siempre la satisfacción del cliente.
- **Colaboración y trabajo en equipo:** Fomentamos una estrecha colaboración entre nuestros socios comerciales, diseñadores y equipo, lo que permite un proceso fluido en la importación y creación de prendas que reflejen las expectativas del cliente.
- **Pasión por la moda:** Nuestra pasión se manifiesta en cada prenda que importamos y creamos, haciendo que cada pieza sea una expresión auténtica de estilo y creatividad.

2.2 Investigación de Mercado

2.2.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra, Encuesta

Realizaremos nuestro estudio de mercado en la parroquia de Chillogallo, Quito, mediante una encuesta a los residentes del área. Los datos obtenidos son los siguientes:

- **Metodología:** Encuesta
- **Población en Chillogallo:** 40,000 hab.
- **Muestra:** Para calcular la muestra se utiliza la siguiente fórmula.

Figura 6

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

e = Erro de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Nivel de confianza	Z _{alfa}
99.7%	3
99%	2.58
98%	2.33
96%	2.05
95%	1.96
90%	1.645
80%	1.28
50%	0.674

Figura 7

Cálculo con la fórmula del tamaño de la muestra para Import Flash

CÁLCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA

Parametro	a
N	40.000
Z	1,960
P	50,00%
q	50,00%
e	10,00%

Tamaño de muestra
"n" =
96

38416
400,9504

Con un margen de error del 10% y una población de 40,000 habitantes, necesitamos realizar al menos 96 encuestas para llevar a cabo nuestro estudio de mercado.

- **Encuesta:**

La encuesta se llevará a cabo de manera digital e incluirá 18 preguntas informativas y de recopilación.

- **Link de la encuesta:**

<https://forms.gle/R6rtEc6dW1Js5jx4A>

Figura 8

Captura de encuesta digital aplicada para el proyecto.

¡Queremos Conocer tu Opinión! ¡Transforma la Moda en Línea con tus Respuestas! 🌟🛒

B I U ↻ 🔍


¡Tu voz importa! Queremos ofrecerte la mejor experiencia de compra de ropa en línea. Ayúdanos a entender tus gustos y necesidades completando esta breve encuesta. ¡Gracias por ser parte de nuestra evolución!


Correo electrónico *

Email valido

Este formulario recopila correos electrónicos. [Cambiar ajustes](#)

¡Tu opinión!





2.2.2 Conclusiones

En conclusión, los datos de nuestras encuestas digitales evidencian una alta demanda para nuestro negocio de importación, creación y comercialización de prendas de vestir en Chillogallo. La investigación muestra que, a pesar de la fuerte competencia en plataformas digitales como redes sociales y páginas web, nuestro enfoque innovador y nuestra oferta diferenciada tienen un atractivo notable para el mercado local.

La alta presencia de competencia digital subraya la necesidad de una estrategia bien definida para destacar en este entorno. Sin embargo, los resultados obtenidos proporcionan una base sólida para planificar nuestros flujos de efectivo y optimizar nuestras operaciones. Con una implementación efectiva de nuestras estrategias digitales y una atención continua a las tendencias del mercado, estamos en una posición favorable para poner en marcha nuestro emprendimiento.

2.3 Propuesta de Valor Digital

Import Flash ofrece prendas de vestir importadas y nacionales con un enfoque en la personalización, permitiendo a los clientes ajustar las prendas a su estilo y medida. A través de una plataforma de compra en línea intuitiva, rápida y segura, garantizamos una experiencia de compra sin complicaciones, con acceso a moda exclusiva y asesoría personalizada. Nuestro objetivo es resolver las frustraciones del cliente al facilitar la adquisición de ropa única y de alta calidad, ayudándoles a expresar su estilo personal y sentirse especiales, todo mientras simplificamos el proceso de compra y brindamos soluciones adaptadas.

Figura 9

Mapa Grafico Lienzo de Valor de la empresa Import Flash.



2.4 Posicionamiento

2.4.1 SEO: explicar a que hace referencia el posicionamiento SEO

Para aplicar SEO en nuestro emprendimiento de importación de ropa en Ecuador, es fundamental enfocarse en varias estrategias clave. Primero, se debe realizar una investigación de palabras clave para identificar términos relevantes como "ropa importada en Ecuador", "moda internacional en Ecuador" y "tienda de ropa online en Ecuador". A continuación, el sitio web debe ser optimizado utilizando estas palabras clave en títulos, descripciones y contenido. La creación de blogs sobre tendencias de moda y guías de estilo semanales ayudará a atraer y retener visitantes. Además, el uso de redes sociales para promocionar el contenido y conectarse con la audiencia aumentará la visibilidad, generando tráfico orgánico. Por último, es crucial utilizar herramientas analíticas para

monitorear el rendimiento y ajustar la estrategia según sea necesario, garantizando una mejora continua. Del Alcázar, R. (2024). *Estrategias de Mentinno*.

2.4.2 SEM: explicar a que hace referencia el posicionamiento SEM

Para aplicar SEM en nuestro emprendimiento de importación de ropa en Ecuador, comenzaremos creando campañas en nuestras redes sociales dirigidas a palabras clave como "ropa importada en Ecuador" y "moda internacional", utilizando textos persuasivos y llamados a la acción clara. Dado que buscamos obtener resultados a corto plazo, segmentaremos geográficamente los anuncios para enfocarnos en regiones específicas y utilizaremos nuestras plataformas digitales para mostrar anuncios visuales en sitios web de moda. Además, implementaremos estrategias de remarketing para atraer a los usuarios que ya han visitado nuestro sitio, y utilizaremos extensiones de anuncios como precios, opiniones y enlaces para mejorar la visibilidad. Monitorearemos y optimizaremos periódicamente nuestras campañas para maximizar su rendimiento y retorno de inversión, asegurando que cada acción publicitaria contribuya eficazmente al crecimiento de nuestro negocio. Del Alcázar, R., & Mentinno, A. (2024). *Estrategias de Mentinno*.

2.4.3 Posicionamiento en Redes Sociales: explicar que redes sociales utilizara para lograr el posicionamiento

Presentaremos nuestro emprendimiento a través de las plataformas virtuales con mayor impacto en la actualidad. Según un estudio de Mentinno, publicado el 23 de febrero de 2024, el crecimiento de usuarios de internet en Ecuador entre 2022 y 2023 fue del 3,9%, alcanzando 17,56 millones de conexiones móviles. Nuestro negocio, enfocado en la importación y creación de prendas de moda juvenil, está dirigido principalmente a Millennials y la Generación Z. Dado que internet es el medio más utilizado por nuestro público objetivo, nos centraremos en cuatro redes sociales clave para nuestra posición:

- **Tiktok** con su creciente popularidad y aumento constante de usuarios, se ha convertido en una de las plataformas más vistas. Es una excelente oportunidad para mostrar nuestro negocio a través de videos cortos y atractivos, en los que podremos presentar nuestros catálogos, prendas y servicios de creación de ropa que ofrecemos.
- **Facebook** ha ido perdiendo usuarios con el paso de los años, sigue siendo una plataforma relevante para nuestro grupo generacional, al cual nos dirigimos. Por ello, utilizaremos esta red social para generar contenido a través de imágenes que muestren nuestros servicios y catálogos, incluyendo enlaces a nuestras otras redes sociales, especialmente aquellas con mayor tráfico.
- **Instagram** aunque no es la plataforma más visitada, sigue teniendo una fuerte presencia en internet. Es ideal para compartir imágenes de nuestros productos y crear reels donde podemos ofrecer consejos o mostrar las últimas novedades en moda.
- **WhatsApp Bussines** nos permitirá ofrecer una atención personalizada, asegurando la satisfacción de nuestra audiencia. Al ser una plataforma utilizada de manera más personal y privada, podremos cumplir con las expectativas de los clientes al personalizar sus prendas.

2.4.4 Posicionamiento WEB: colocar las plataformas que utilizara para posicionarse en la web.

En el caso de nuestra creación de empresa por medios digitales lo realizaremos por la página web de wix para así podernos posicionar dentro del buscador universal como lo es Google, sabiendo que Canva también es un buen lugar para crear la página e incluso de mayor facilidad, pero esta vez nos centramos en WIX.

2.5 Segmentación digital para los diferentes productos o servicios de la Empresa

La segmentación digital de Import Flash se ha basado en aspectos demográficos, psicológicos, geográficos y conductuales, considerados como directrices y herramientas clave para el éxito de nuestra empresa en la importación y comercialización de prendas de vestir. Esta estrategia no solo nos permitirá aumentar nuestras ventas online, sino también personalizar nuestras campañas de marketing y optimizar el presupuesto asignado para estrategias publicitarias en medios digitales, los cuales son actualmente ampliamente utilizados y reconocidos en la web.

Figura 10

Mapa Gráfico de la Segmentación Digital de la Empresa Import Flash.



2.5.1 Creación Públicos Objetivos 1

Nuestro público objetivo principal son los Millennials que residen en el sur de Quito, específicamente en la parroquia de Chillogallo, y que desean crear sus propias prendas, contando con la capacidad de auto-sustentarse.

2.5.2 Creación Públicos Objetivos 2

Nuestro segundo público objetivo son los miembros de la Generación Z que residen en el sur de Quito, en la parroquia de Chillogallo. Este grupo se caracteriza por su búsqueda de prendas auténticas y originales, así como por sus ideas innovadoras y atrevidas en la creación de moda.

2.6 Canales de Promoción en Redes Sociales

2.6.1 Creación de perfil en Fanpage

Figura 11

Captura Fan Page en Facebook de la Empresa Import Flash.

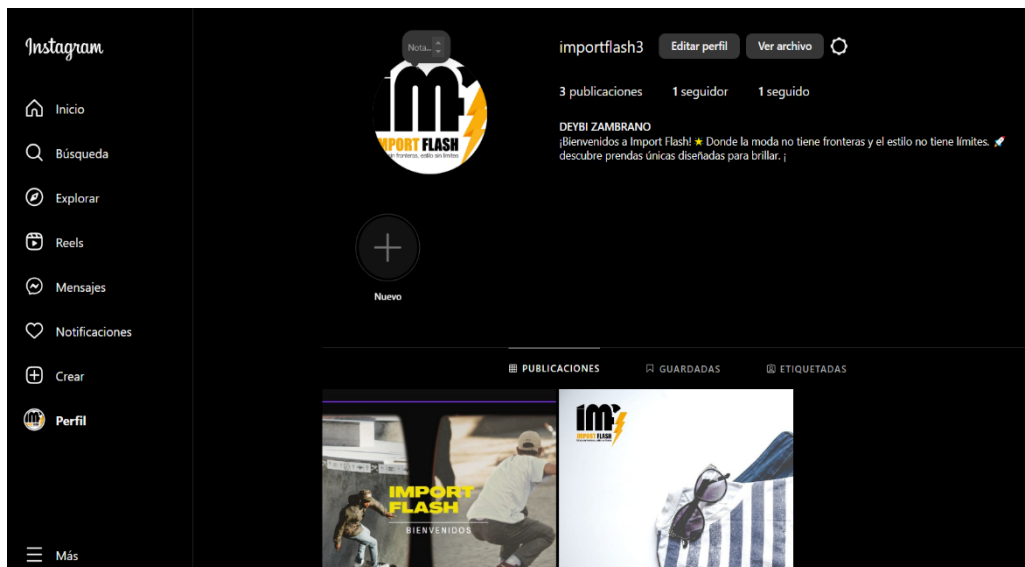


Link: <https://www.facebook.com/profile.php?id=61560014916932>

2.6.2 Creación de perfil en Instagram

Figura 12

Captura Instagram de la Empresa Import Flash.



Link: <https://www.instagram.com/importflash3>

2.6.3 Creación de perfil en WhatsApp Business

Figura 12

Captura WhatsApp de la Empresa Import Flash.

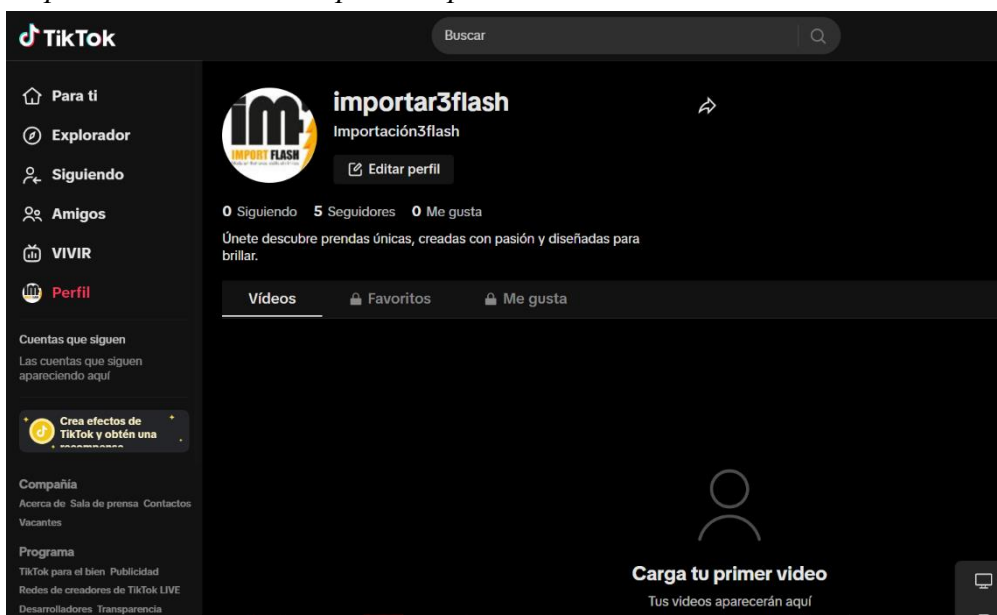


Celular: 0997522522

2.6.4 Creación de perfil en Tik Tok

Figura 13

Captura Tik Tok de la Empresa Import Flash.



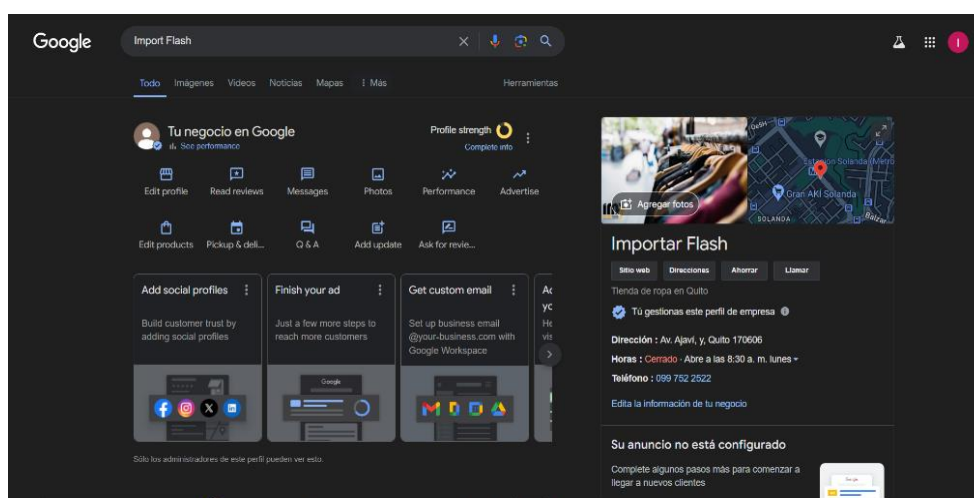
Link: <https://www.tiktok.com/@import3flash>

2.7 Canales de Promoción en WEB

2.7.1 Creación de sitio y perfil de Negocio con Google My business

Figura 14

Captura Perfil de Negocio en Google My Business de la Empresa Import Flash.



Link: https://www.google.com/search?q=Import+Flash+Quito&oq=impo&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUq

[BggAEEUYOzIGCAAQRRg7MgYIARBFGDsyBggCEEUYQDIGCAMQRRg5MgYIBBBFGDwyB](https://www.google.com/search?q=Import+Flash+Quito&oq=impo&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBggAEEUYOzIGCAAQRRg7MgYIARBFGDsyBggCEEUYQDIGCAMQRRg5MgYIBBBFGDwyB)

[ggFEEUYPDIGCAYQRRg8MgYIBxBFGDzSAQgxMDk1ajBqN6gCALACAA&sourceid=chrome&i](https://www.google.com/search?q=Import+Flash+Quito&oq=impo&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBggAEEUYOzIGCAAQRRg7MgYIARBFGDsyBggCEEUYQDIGCAMQRRg5MgYIBBBFGDwyBggFEEUYPDIGCAYQRRg8MgYIBxBFGDzSAQgxMDk1ajBqN6gCALACAA&sourceid=chrome&i)

[e=UTF-8](#)

2.7.2 Creación de página WEB Corporativa (Wix o canva)

Figura 15

Captura Presentación Pagina WEB de la Empresa Import Flash en Wix.



Link: <https://importflash3.wixsite.com/misitio>

2.7.3 Creación de Landing Page con Wix

Figura 16

Presentación Landing Page de la Empresa Import Flash en Wix.



Link: <https://importflash3.wixsite.com/landing-page-moda>

Justificación: Esta Landing Page se crea con el objetivo de anunciar de manera atractiva y llamativa la promoción de un nuevo producto en nuestro stock.

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Ventaja competitiva de la presencia en Internet

Al analizar el mercado ecuatoriano en cuanto a emprendimientos relacionados con nuestro negocio, identificamos varias empresas reconocidas. A continuación, compararemos algunas de ellas con nuestro negocio en el siguiente cuadro.

Tabla 1

Tabla de comparación de competencia de nuestro emprendimiento.

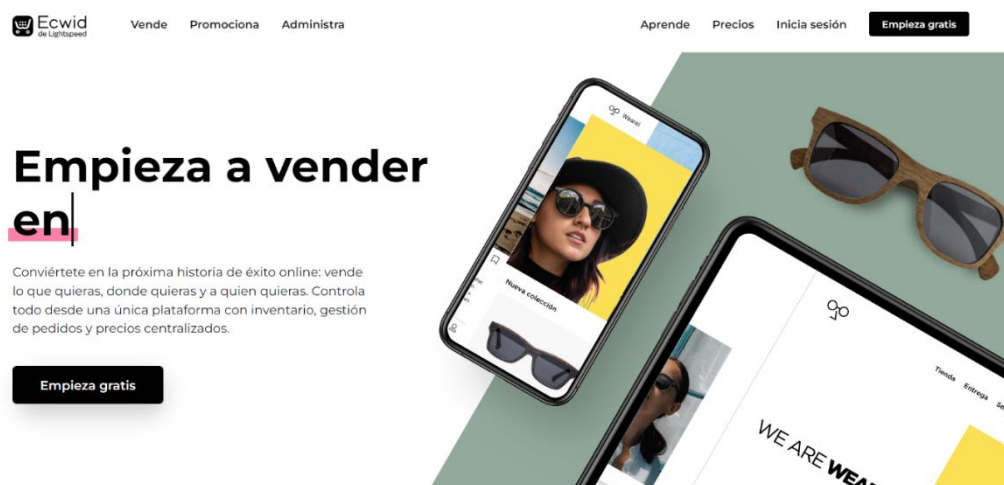
Empresa	Presencia en Redes Sociales	Plataforma de E-commerce	Marketing Digital	Atención al Cliente Online
DePrati	Activa en Instagram, Facebook y TikTok	Sitio web propio y app	Fuerte en publicidad en redes y anuncios segmentados	Chat en línea, WhatsApp, y redes sociales
Zara Ecuador	Activa en Instagram y Facebook	Sitio web internacional	Campañas globales y publicidad local limitada	Atención vía web y WhatsApp
Etafashion	Presencia sólida en Instagram, Facebook y TikTok	Tienda online propia	Estrategia digital con promociones exclusivas online	Chat en vivo, redes sociales y WhatsApp
Import Flash	En proceso de crecimiento en Instagram, Facebook, TikTok	Proyección a implementar E-commerce	Enfoque en marketing personalizado y segmentación digital	Atención personalizada vía WhatsApp Business

3.2 Tienda On-line

3.2.1 Creación de la tienda online por: Ecwid

Figura 18

Captura de la página de ecwid.

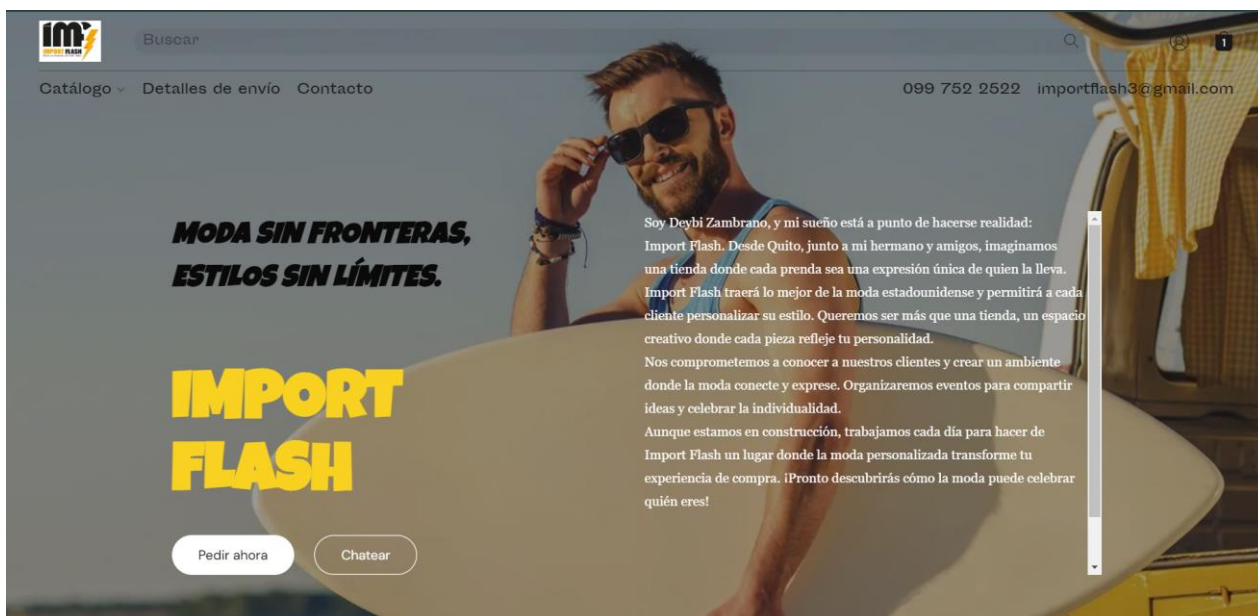


Para la creación de nuestra página web, utilizaremos Ecid, una plataforma de comercio electrónico que facilita la creación de tiendas en línea e integración con sitios web, blogs y redes sociales. Ecid ofrece gestión de inventario, opciones de personalización, múltiples métodos de pago y envío, así como herramientas para SEO y marketing. Es una solución ideal para vender productos en línea de manera sencilla y eficiente.

3.2.2 Diseño del sitio

Figura 19

Captura de pantalla del diseño de Import Flash en Ecid.



Link: <https://store105182511.company.site/>

La imagen muestra la captura de la página principal de 'Import Flash'. A continuación, se detalla su diseño:

- **Encabezado:** En la esquina superior izquierda se encuentra el logo de 'Import Flash'. A la derecha del logo, hay una barra de búsqueda y opciones de menú como 'Catálogo', 'Detalles de Envío' y 'Contacto', así como el número de teléfono y un correo electrónico para contacto.

- **Mensaje Principal:** En el centro de la página, se muestra una imagen de un hombre con gafas de sol, acompañado de una tabla de surf y una furgoneta. Esta imagen transmite un estilo juvenil, relajado y aventurero, evocando libertad, individualidad y conexión con la cultura popular. Refleja la visión de 'Import Flash' de ofrecer moda personalizada y expresiva.
- **Texto de Presentación:** A la derecha de la imagen, hay un texto introductorio del fundador, Deybi Zambrano, que explica la visión y misión de 'Import Flash'. El texto destaca el enfoque de la tienda en ofrecer moda estadounidense y en permitir a los clientes personalizar su estilo. Aunque la tienda está en construcción, el mensaje asegura que se está trabajando para ofrecer una experiencia de compra única y personalizada.
- **Botones de Acción:** Debajo del texto principal, se encuentran dos botones: 'Pedir ahora' y 'Chatear', que permiten a los visitantes realizar pedidos o iniciar una conversación con el equipo de 'Import Flash'.

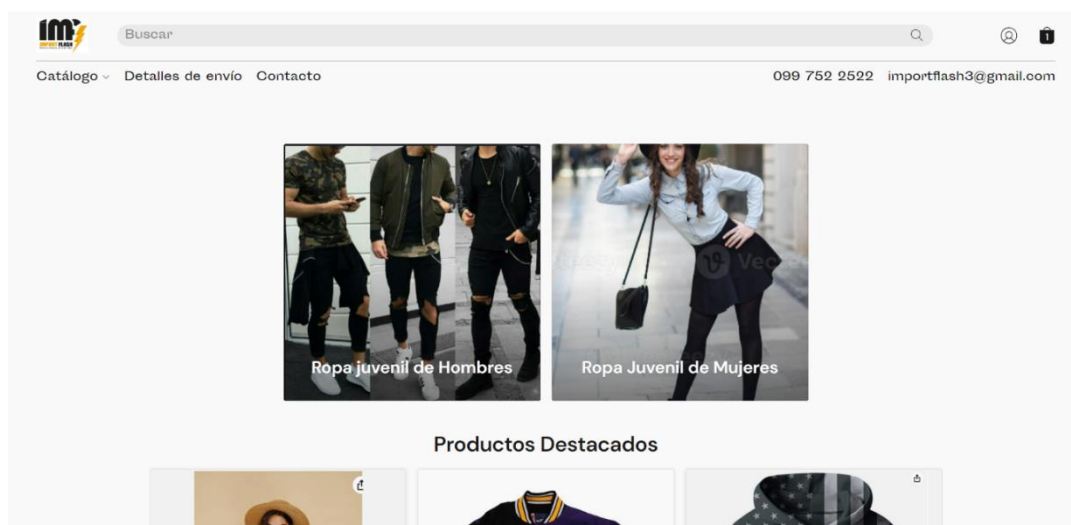
En resumen, la página de 'Import Flash' está diseñada para atraer a los clientes con su oferta de moda personalizada y una experiencia de compra única, subrayando su conexión con la moda estadounidense y el énfasis en la individualidad.

3.2.3 Catálogo de Productos, incluyendo nombre, descripción, precio, imágenes.

Para poder establecer nuestro catálogo separamos dos clases de grupos: Ropa Juvenil de Hombres y Ropa juvenil de mujeres, como se puede apreciar a continuación.

Figura 20

Captura de pantalla de categorías divididas para página de Import Flash.



Actualmente, mostramos cuatro de nuestros productos importados, detallando a continuación su precio y descripción. El último producto es una oferta especial, y aprovechamos la ocasión para invitarte a crear tu propia prenda personalizada.

Figura 21

Camisa de Hombre Adidas.

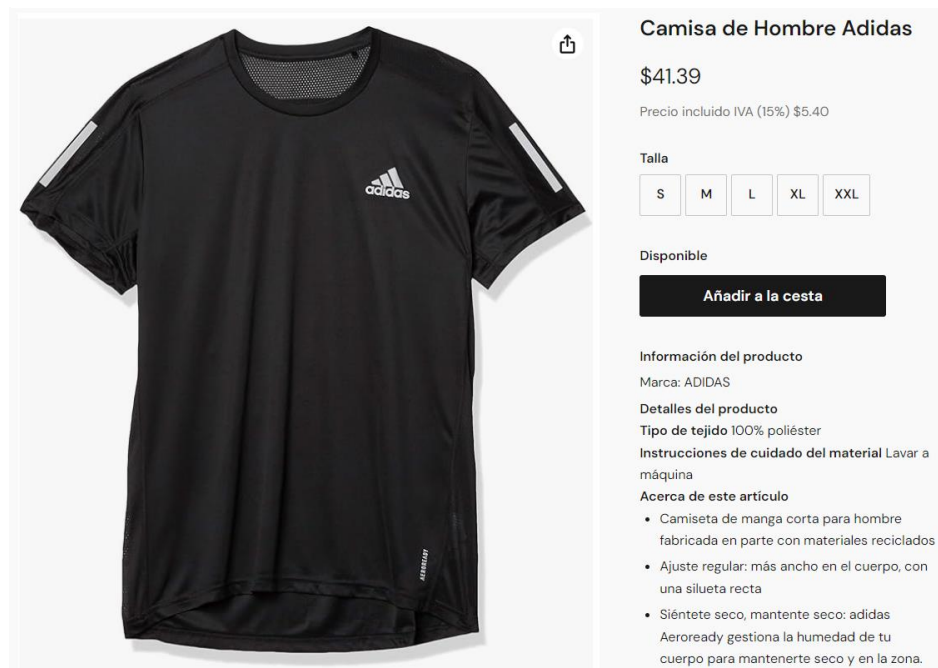



Figura 22*Sudadera con capucha polar*


Sudadera con capucha polar y bolsillo para niños y adolescentes

\$42.54

Precio incluido IVA (15%) \$5.55

Tallas

Disponible

Añadir a la cesta

Información del producto
 Marca: SAYM Galaxy

Nuestras sudaderas con capucha son sudaderas con forro polar, tela de algodón, no 100% poliéster como otros vendedores, otras sudaderas de tela son muy delgadas, no son transpirables, no son muy abrigadoras y también son muy incómodas para la piel de los niños, es fácil que causen molestias en la piel. Pero no hay tal problema en nuestras sudaderas, nuestra tela con capucha con forro polar es cómoda para la piel de los niños mientras los hace más abrigados.

Figura 23*Auburet camiseta de jirafa para mujer.*


Auburet Camiseta de jirafa para mujer, de verano, divertida, de manga corta, cuello redondo, camiseta casual

\$22.99

Precio incluido IVA (15%) \$3.00

Número

Disponible

Añadir a la cesta

Información del producto
 Marca: Auburet

Detalles del producto
 Tipo de tejido Algodón Blend ,poliéster
 Instrucciones de cuidado del material Lavar a mano

Acerca de este artículo
 Esta camiseta de verano para mujer con estampado de jirafa combina diversión y estilo casual. Confeccionada en tela ligera y cómoda, es perfecta para días soleados. Presenta un diseño de manga corta y cuello redondo que ofrece comodidad y frescura, ideal para combinar con tus jeans o shorts favoritos. Añade un toque de alegría y originalidad a tu vestuario diario con esta encantadora camiseta. Para mantener su

Figura 24

Camisas divertidas de diseño de dinosaurio para mujer.



Camisas divertidas con diseño de dinosaurio para mujer, adolescentes, niña

\$17.24

Precio incluido IVA (15%) \$2.25

Talla

Disponible

Añadir a la cesta


Información del producto
 Marca: ROSEPARK

Detalles del producto
 Tipo de tejido 95 % algodón, 5 % elastán
 Cuello redondo estilo cuello redondo

Acerca de este artículo
 Descubre nuestra colección de camisas divertidas con diseños de dinosaurios, perfectas para mujeres, adolescentes y niñas que aman la originalidad y la diversión. Estas camisetas están diseñadas para destacar, ofreciendo comodidad y estilo con estampados coloridos y dinámicos que capturan la imaginación de cualquier amante de los dinosaurios. Ideales para expresar tu personalidad única y añadir un toque de diversión a tu guardarropa diario.

Figura 25

Invitación a crear tu propia moda.



Moda a tu Mente/ Crear Estilo, personaliza tu prenda

\$57.49

Precio incluido IVA (15%) \$7.50

Talla

Tipo de Tela

Por favor, seleccione v

Contacto para crear tu prenda

Por favor, seleccione v

Un artículo en la bolsa

Añadir más

Ir al pago

Información del producto
 Marca: Import Flash

En Import Flash, transformamos tus ideas más creativas en prendas juveniles únicas. No

3.2.4 Palabras Claves

Para que los usuarios encuentren nuestra tienda de ropa e importación en Google, pueden utilizar las siguientes palabras clave:

- Ropa de moda.
- Importación de ropa.
- Tienda de ropa online.
- Ropa exclusiva.
- Tendencias de moda.

3.2.5 Pasarela de pagos, métodos de pago que aceptarás en tu tienda, como tarjetas de crédito, PayPal, transferencia bancaria, etc.

Al seleccionar una prenda y hacer clic en 'Ir a pagar', se confirma primero la forma de entrega. Si la opción elegida es el envío a domicilio, se solicitarán detalles como la dirección, la hora y el día de la entrega.

Figura 26

Forma de entrega del producto.

Carrito de compras

Atrás a Tienda

Camisa de Hombre Adidas

Talla: S

× 1

\$41.39

Subtotal	\$35.99
IVA	\$5.40
TOTAL	\$41.39

Pago

Correo electrónico
deybifernando06@gmail.com [Cambiar correo electrónico](#)

Entrega

Selecciona cómo quieres recibir su pedido:

Entregar a dirección

Recogida en la tienda

Introduce su información de contacto:

Nombre y apellidos

Teléfono

Continuar

Luego, se confirma la forma de pago al recibir tu producto. Se ofrecen dos opciones: el pago en efectivo o la transferencia bancaria. Para esta última opción, se proporcionan los datos del titular de la cuenta para completar la transacción.

- **Nombre del Banco:** Banco Pichincha
- **Número de Cuenta:** 2205027192 Cta. de ahorros
- **Beneficiario:** Deybi Zambrano
- **Cédula:** 1751596576

Figura 27

Forma de pago en efectivo.

The screenshot shows a checkout page with two main sections: 'Carrito de compras' and 'Información de pago'.

Carrito de compras:

- Atrás a Tienda
- Camisa de Hombre Adidas, Talla: S, \$41.39
- Subtotal: \$35.99
- IVA: \$5.40
- TOTAL: \$41.39**

Información de pago:

Elige la forma de pago de su pedido:

- Pago en efectivo
- Transferencias

Instrucción de pago:

Elige pagar en efectivo al recibir tu prenda y disfruta de la comodidad de pagar al momento de la entrega. ¡Compra ahora y experimenta la conveniencia de la moda a tu puerta!

¿Alguna petición especial sobre su pedido?

Deja un comentario

Realizar pedido

3.2.6 Proceso Logístico de salida: (tarifas de envío basadas en el peso, la ubicación y otras variables, entrega Producto o Servicio)

Para el proceso de entrega, ofrecemos dos opciones: la primera es el envío a domicilio, y la segunda permite al cliente recoger su pedido directamente en una de nuestras tiendas físicas.

Figura 28

Forma de pago en transferencia con datos de cuenta beneficiaria.

Carrito de compras

Atrás a Tienda

Camisa de Hombre Adidas

Talla: S

x 1 \$41.39

Subtotal	\$35.99
IVA	\$5.40
TOTAL	\$41.39

Información de pago

Elige la forma de pago de su pedido:

Pago en efectivo

Transferencias

Instrucción de pago

¡Listo para completar tu compra con nosotros? Aquí tienes nuestros datos para transferencias seguras y rápidas:

Nombre del Banco: Banco Pichincha
Número de Cuenta: 2205027192 Cta. de ahorros
Beneficiario: Deybi Zambrano
Cédula: 1751596576

¡Haz tu transferencia y asegura tu estilo con nosotros hoy mismo!

¿Alguna petición especial sobre su pedido?

Deja un comentario

Realizar pedido

Figura 29

Formas de envío y recogida de la empresa Import Flash.

Envío y recogida

Métodos de envío habilitados

Estos son los métodos de envío y entrega que ha añadido a su tienda. Cuando se activan, están disponibles para que los clientes puedan elegir en el momento de la compra.

Los clientes verán los métodos de entrega en el orden especificado. Por defecto, se seleccionará el primer método que coincida en el momento de la compra. Para cambiar el orden, vaya a Acciones → Ordenar.

Recibido personalmente

Solicite la fecha y hora de recogida al finalizar la compra: **Habilitado**

Acciones ▾ ●

Lugar de recogida

IMPORTACION FLASH, Quito, Pichincha, en la Av. Benancio Estanque y Av. Ajavi al frente de la Veterinaria San Francisco, local físico OE-345.

Horario comercial

Envío Quito/ Pichincha

Tarifas personalizadas: \$0.00 – \$5.00

Acciones ▾ ●

Al seleccionar una prenda y hacer clic en 'Ir a pagar', primero se confirma la forma de entrega. Si eliges el envío a domicilio, se te pedirá que proporciones la dirección, la hora y el día de la entrega.

Figura 30*Formas de entrega de pedido.*

rago

Carrito de compras
Atrás a Tienda

Camisa de Hombre Adidas
Talla: S
× 1 \$41.39

Subtotal \$35.99
IVA \$5.40
TOTAL \$41.39

Entrega
Selecciona cómo quieres recibir su pedido:

Entregar a dirección

Recogida en la tienda

Introduce su información de contacto:

Nombre y apellidos
Deybi Zambrano

Teléfono
+593963794483

Continuar

La primera opción de entrega permite al cliente recoger su pedido en una de nuestras tiendas físicas, sin incurrir en recargos adicionales. Para esta opción, se proporciona la siguiente información:

- **Lugar de recogida:** Importación Flash, Quito, Pichincha, en la Av. Benancio Estandoque y Av. Ajaví, frente a la Veterinaria San Francisco, local físico OE-345.
- **Horario comercial:** 8:30 - 17:30 de lunes a viernes Y Sábados de 9:00- 16:00

Figura 31*Método de recogida Personal.*

Carrito de compras
Atrás a Tienda

Camisa de Hombre Adidas
Talla: S
× 1 \$41.39

Subtotal \$35.99
IVA \$5.40
TOTAL \$41.39

Método de recogida
 Recogida personal

Fecha y hora de recogida
JUL 25, 2024 10:00 am

Detalles de recogida
Lugar de recogida
IMPORTACION FLASH, Quito, Pichincha, en la Av. Benancio Estandoque y Av. Ajavi al frente de la Veterinaria San Francisco, local físico OE-345.
Horario comercial
8:30 - 17:30 de lunes a viernes Y Sábados de 9:00- 16:00


Continuar

La segunda opción de entrega es a domicilio, con costos calculados automáticamente según el valor total de la compra: para compras de hasta 99.99 dólares, el envío cuesta 5 dólares; para compras entre 100 y 150 dólares, el envío es de 3 dólares; y para compras superiores a 150 dólares, el envío es gratuito en la ciudad de Quito. Los pedidos serán entregados por un motociclista directamente en la puerta del domicilio del cliente. En otras provincias, el costo de envío será el de la encomienda. Las entregas se realizan tres veces a la semana: martes y viernes de 9:00 a 17:00, y sábados de 9:00 a 16:00.

Figura 32

Método de entrega a domicilio.


The screenshot displays a shopping cart checkout interface. On the left, the cart summary shows one item: 'Camisa de Hombre Adidas' in size 'S' for \$41.39. The subtotal is \$35.99, delivery is \$5.00, and IVA is \$5.40, resulting in a total of \$46.39. On the right, the delivery address is 'Deybi Zambrano, SOLANDA, SUR, Pichincha, Ecuador'. Under 'Método de entrega', two options are shown: 'Envío Quito/ Pichincha' for \$5.00 (selected) and 'Envío Quito/ Pichincha' for 'Gratis' (available for orders over \$150.01). The delivery date and time are set for 'JUL 26, 2024 02:00 pm - 03:00 pm'. A 'Continuar' button is at the bottom.

Carrito de compras	
Atrás a Tienda	
	Camisa de Hombre Adidas Talla: S x 1
	\$41.39
Subtotal	\$35.99
Entrega	\$5.00
IVA	\$5.40
TOTAL	\$46.39

Dirección	
<input checked="" type="checkbox"/>	Deybi Zambrano SOLANDA, SUR, Pichincha, Ecuador Cambiar dirección

Método de entrega	
Elige una forma de envío:	
<input checked="" type="radio"/>	Envío Quito/ Pichincha \$5.00
<input type="radio"/>	Envío Quito/ Pichincha Gratis Disponibile para pedidos superiores a \$150.01

Fecha y hora de entrega

JUL 26, 2024 02:00 pm – 03:00 pm 

Continuar

3.3 Impuesto al valor agregado

Actualmente, estamos configurando los precios en nuestros catálogos para incluir el IVA, que en Ecuador es del 15%. Al seleccionar un producto, el precio mostrado ya incluye este impuesto.

Figura 33

Captura del IVA que graban nuestros productos.

Figura 34

Captura del producto incluido IVA.


3.4 Presentación de la tienda online en la web

Para mostrar cómo funciona nuestra tienda online, realizaremos una simulación de compra en nuestra plataforma.

- **Primero**, dentro de la página, seleccionamos la prenda que deseamos comprar, elegimos la talla y hacemos clic en 'Ir al pago'.

Figura 35

Seleccionamos la prenda a comprar.



Camisa de Hombre Adidas

\$41.39

Precio incluido IVA (15%) \$5.40

Talla

S M L XL XXL

Un artículo en la bolsa

Añadir más

Ir al pago

Información del producto

Marca: ADIDAS

Detalles del producto

Tipo de tejido 100% poliéster

Instrucciones de cuidado del material Lavar a máquina

Acerca de este artículo

- Camiseta de manga corta para hombre fabricada en parte con materiales reciclados

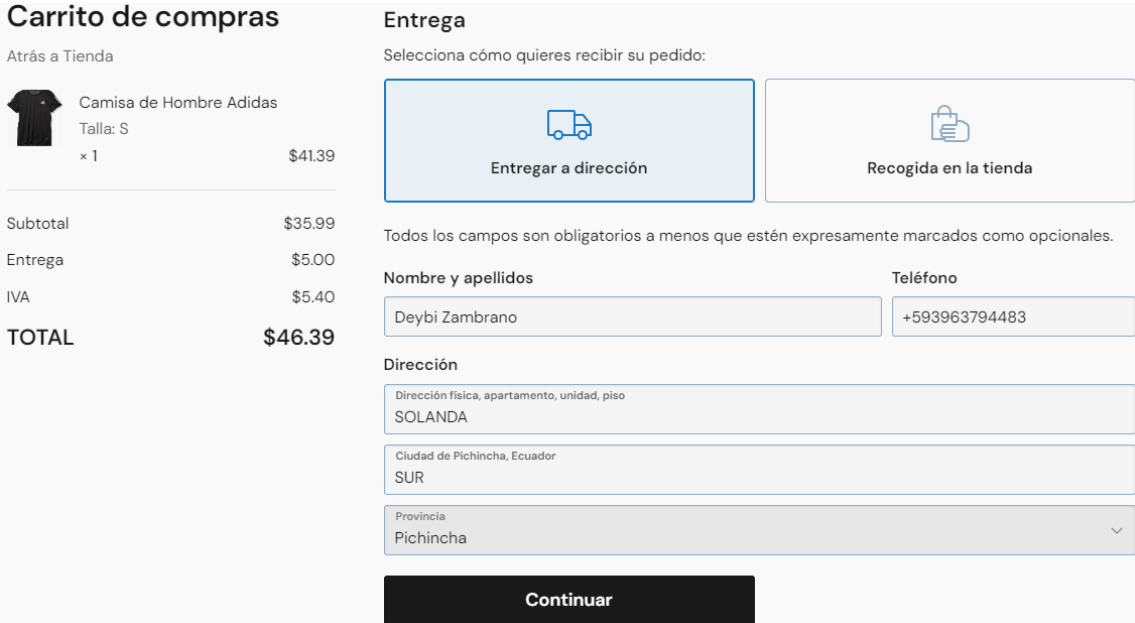
Mostrar más

Comparta este producto con sus amigos

- **Segundo,** Completa los datos solicitados, configura la forma de entrega y elige el método de pago, que puede ser en efectivo o por transferencia.


Figura 36

Seleccionamos forma de entrega y de pago.



Carrito de compras

Atrás a Tienda

 Camisa de Hombre Adidas
Talla: S
x 1 \$41.39

Subtotal	\$35.99
Entrega	\$5.00
IVA	\$5.40
TOTAL	\$46.39

Entrega

Selecciona cómo quieres recibir su pedido:

Entregar a dirección

Recogida en la tienda

Todos los campos son obligatorios a menos que estén expresamente marcados como opcionales.

Nombre y apellidos Deybi Zambrano **Teléfono** +593963794483

Dirección

Dirección física, apartamento, unidad, piso
SOLANDA

Ciudad de Pichincha, Ecuador
SUR

Provincia
Pichincha

Continuar

- **Tercero,** Una vez completado el proceso de pago, se genera un comprobante de compra. Tanto el correo de la empresa como el del cliente recibirán una notificación del pedido, que nosotros gestionaremos como empresa.

Figura 37

Comprobante de compra.

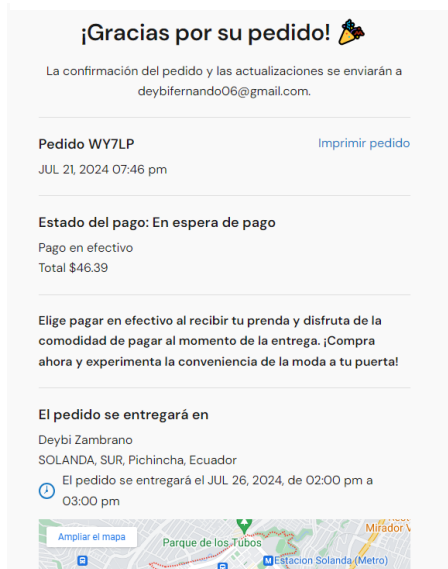


Figura 38

Notificación del pedido en el correo empresarial.

Usted ha recibido un nuevo pedido en Import Flash



Nuevo pedido [#WY7LP](#) >

Total \$46.39 **EN ESPERA DE PAGO**

jul 21, 2024, 07:46 p. m.

Artículos

	<p>Camisa de Hombre Adidas REF 3 Talla: S Precio por artículo: \$41.39 Cantidad: 1</p>								
<table> <tbody> <tr> <td>Subtotal</td> <td>\$35.99</td> </tr> <tr> <td>Gastos de envío</td> <td>\$5.00</td> </tr> <tr> <td>IVA</td> <td>\$5.40</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>\$46.39</td> </tr> </tbody> </table>		Subtotal	\$35.99	Gastos de envío	\$5.00	IVA	\$5.40	Total	\$46.39
Subtotal	\$35.99								
Gastos de envío	\$5.00								
IVA	\$5.40								
Total	\$46.39								

- **Por último,** En el panel de control de nuestra página, se reflejarán los pedidos que ya han sido notificados por correo. A medida que avancemos con el despacho, actualizaremos el estado de cada pedido. Cada cambio de estado será notificado al cliente por correo para mantenerlo informado sobre el progreso de su pedido hasta su finalización.

Figura 39

Estado del pedido en nuestra página empresarial.

Pedido #WY7LP

Imprimir pedido Actualizar Mejore su cuenta para editar pedidos

\$46.39 21 DE JULIO DE 2024 19:46--

Estado de pago: En espera de pago

Estado de cumplimiento: En espera del proceso

Cliente: Deybi Zambrano

Dirección de correo electrónico: deybifernando06@gmail.com

Teléfono: +593 96 379 4483

Detalles de la entrega

Elección del cliente: Envío Quito/ Pichincha \$5.00.

Fecha y hora de entrega: 26 DE JULIO DE 2024, 14:00-15:00

Dirección de entrega: Deybi Zambrano, SOLANDA, Sur, Pichincha, Ecuador

Artículos	\$35,99
Entrega	\$5.00
IVA	\$5.40

CAPÍTULO IV: ESTUDIO ORGANIZATIVO Y LEGAL

4.1 Normativa del Comercio electrónico en Ecuador

En Ecuador, el comercio electrónico está regulado por un conjunto de leyes y normativas destinadas a garantizar la legalidad, seguridad y protección en las transacciones digitales. A continuación, se resumen las principales normativas y aspectos clave:

- **Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos (2002)**
- **Descripción:** Esta ley fue pionera en la regulación del comercio electrónico en Ecuador.

- **Aspectos Clave:**
- **Firmas Electrónicas:** Reconoce la validez legal de las firmas electrónicas, equiparándolas a las firmas manuscritas.
- **Mensajes de Datos:** Regula el uso, almacenamiento e integridad de los datos electrónicos.
- **Contratos Electrónicos:** Establece que los contratos realizados electrónicamente tienen la misma validez que los tradicionales.
- **Código de Comercio de Ecuador (Reforma de 2019)**
- **Descripción:** Incorpora disposiciones sobre comercio electrónico en el marco del comercio general.
- **Aspectos Clave:**
- **Definición de Comercio Electrónico:** Incluye transacciones comerciales realizadas total o parcialmente en medios electrónicos.
- **Contratos Comerciales de Servicios Electrónicos:** Regula acuerdos para plataformas electrónicas.
- **Contratos Inteligentes:** Contratos autoejecutables con condiciones predefinidas.
- **Consentimiento Electrónico:** Establece cómo debe obtenerse y registrarse el consentimiento en transacciones electrónicas.
- **Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (Ingenios)**
- **Descripción:** Fomenta la innovación y protege la propiedad intelectual en el entorno digital.
- **Aspectos Clave:**
- **Derechos de Autor:** Protección en el ámbito digital.

- **Patentes y Marcas:** Regulación de estos derechos en el comercio electrónico.
- **Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021)**
- **Descripción:** Regula la protección de datos personales y la privacidad en el entorno digital.
- **Aspectos Clave:**
- **Consentimiento Expreso:** Requiere consentimiento explícito para el tratamiento de datos personales.
- **Derechos de los Usuarios:** Acceso, rectificación y eliminación de datos personales.
- **Medidas de Seguridad:** Establece normas para la protección y seguridad de los datos personales.
- **Normativas Internacionales Adoptadas**
- **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE):** Directrices para la protección del consumidor en comercio electrónico.
- **Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI):** Ley Modelo sobre Comercio Electrónico.
- **Organización Mundial del Comercio (OMC):** Normas internacionales sobre comercio electrónico.
- **Ley 67 (2002)**
- **Descripción:** Regula el uso de sistemas de información y redes electrónicas.
- **Aspectos Clave:**
- **Promoción del Acceso:** Fomenta el acceso a servicios electrónicos en comercio, educación y cultura.
- **Regulación de Actos Comerciales:** Controla relaciones económicas y comerciales

realizadas electrónicamente.

- **Aspectos de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos (Título II)**
 - **Firmas Electrónicas:** Define su validez legal y los requisitos para su uso seguro.
 - **Certificados de Firma Electrónica:** Establece cómo deben ser emitidos, validados y gestionados.
 - **Reconocimiento Internacional:** Certificados extranjeros pueden ser reconocidos si cumplen con requisitos ecuatorianos.
 - **Consideraciones para Empresas en Pagos en Línea:**
 - **Cumplimiento de Normativas de Seguridad:** Asegurar que los sistemas de pago cumplen con estándares de seguridad.
 - **Protección al Consumidor:** Respetar los derechos de los consumidores, incluyendo la posibilidad de devoluciones.

Comprender y cumplir con estas normativas es esencial para garantizar un funcionamiento legal y seguro del comercio electrónico en Ecuador, beneficiando tanto a empresarios como a consumidores.

4.2 Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador

La normativa tributaria para tiendas en línea en Ecuador impone varias obligaciones y consideraciones para asegurar el cumplimiento fiscal. Estas regulaciones buscan garantizar que las tiendas en línea operen con transparencia y contribuyan adecuadamente al fisco. Se recomienda que las empresas consulten con un contador o asesor fiscal para asegurar el cumplimiento de todas las obligaciones tributarias aplicables. A continuación, se presenta un resumen de los aspectos más relevantes para operar de manera legal y eficiente en el comercio electrónico en Ecuador:

- **1. Registro y Obligaciones Fiscales**
 - **Registro:** Las tiendas en línea deben estar registradas como negocios formales ante el Servicio de Rentas Internas (SRI). Esto incluye obtener un RUC (Registro Único de Contribuyentes).
 - **Obligaciones Tributarias:** Las tiendas en línea deben cumplir con todas las obligaciones tributarias, como cualquier otro negocio, incluyendo la declaración y pago de impuestos.
- **2. Impuesto al Valor Agregado (IVA)**
 - **Tasa de IVA:** En Ecuador, la tasa general del IVA es del 12%. Este impuesto se aplica la venta de bienes y servicios.
 - **Declaración y Pago:** Las tiendas en línea deben cobrar el IVA a sus clientes y declararlo mensualmente ante el SRI. También deben emitir facturas electrónicas a sus clientes, que reflejen el IVA cobrado.
- **3. Impuesto a la Renta**
 - **Base Imponible:** Las ganancias obtenidas por las tiendas en línea están sujetas al impuesto a la renta. La base imponible se calcula restando los costos y gastos deducibles de los ingresos brutos.
 - **Declaración Anual:** Las empresas deben presentar una declaración anual de impuesto a la renta, detallando sus ingresos y gastos durante el año fiscal.
- **4. Regímenes Tributarios Simplificados**
 - **Régimen RIMPE:** Para pequeñas empresas y emprendedores, existe el Régimen Impositivo para Microempresas y Pequeños Emprendedores (RIMPE), que simplifica el proceso de declaración y pago de impuestos.
 - **Beneficios:** Este régimen ofrece beneficios como tasas impositivas reducidas

y procedimientos simplificados para la declaración de impuestos.

○ **5. Retenciones en la Fuente**

- **Retenciones:** Las tiendas en línea deben realizar retenciones de impuestos en ciertos pagos a proveedores y empleados, conforme a lo establecido por el SRI.
- **Declaración:** Estas retenciones deben ser declaradas y pagadas mensualmente.

○ **6. Facturación Electrónica**

- **Obligatoriedad:** La facturación electrónica es obligatoria para todos los negocios, incluyendo las tiendas en línea.
- **Emisión de Comprobantes:** Las tiendas deben emitir comprobantes electrónicos por cada transacción, lo cual facilita el control y la transparencia en el comercio electrónico.

○ **7. Comercio Exterior**

- **Importaciones:** Si la tienda en línea importa productos, debe cumplir con las normativas de aduana y pagar los aranceles correspondientes.
- **Regímenes Aduaneros:** Existen regímenes especiales para la importación de productos que pueden aplicar dependiendo del tipo de mercancía y su origen.

4.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing

El departamento de Inbound Marketing se estructura en varias funciones clave para atraer, convertir, cerrar y deleitar a los clientes potenciales mediante la creación de contenido relevante y la implementación de estrategias digitales efectivas.

○ **1. Estrategia y Planificación:**

- **Responsable de Marketing:** Define la estrategia general, objetivos y KPIs del departamento.
- **Planificador de Contenidos:** Desarrolla el calendario de contenidos alineado con

los objetivos de la empresa.

○ **2. Creación de Contenidos:**

- **Redactores:** Crean artículos de blog, eBooks, whitepapers y otros contenidos escritos.
- **Diseñadores Gráficos:** Diseñan visuales atractivas, infografías y material gráfico.
- **Productores de Video:** Crean y editan contenido de video para campañas y redes sociales.

○ **3. SEO y SEM:**

- **Especialista en SEO:** Optimiza los contenidos para motores de búsqueda, realiza análisis de palabras clave y asegura la visibilidad en los resultados de búsqueda.
- **Especialista en SEM:** Gestiona campañas de publicidad pagada en buscadores y redes sociales.

○ **4. Gestión de Redes Sociales:**

- **Community Manager:** Gestiona las redes sociales, interactúa con la audiencia y monitoriza las conversaciones online.
- **Social Media Strategist:** Desarrolla estrategias para aumentar el engagement y alcance en las plataformas sociales.

○ **5. Automatización y Lead Nurturing:**

- **Especialista en Automatización de Marketing:** Configura y gestiona herramientas de automatización para nutrir leads y segmentar la audiencia.
- **Email Marketer:** Diseña y envía campañas de email marketing, newsletters y secuencias de seguimiento.

○ **6. Análisis y Optimización:**

- **Analista de Marketing:** Monitorea y analiza el rendimiento de las campañas,

proporcionando informes y recomendaciones para optimizar las estrategias.

○ **7. CRO Specialist:**

- Optimiza la tasa de conversión de las Landing pages y otras partes del funnel de marketing.

4.4 Puestos claves del Departamento

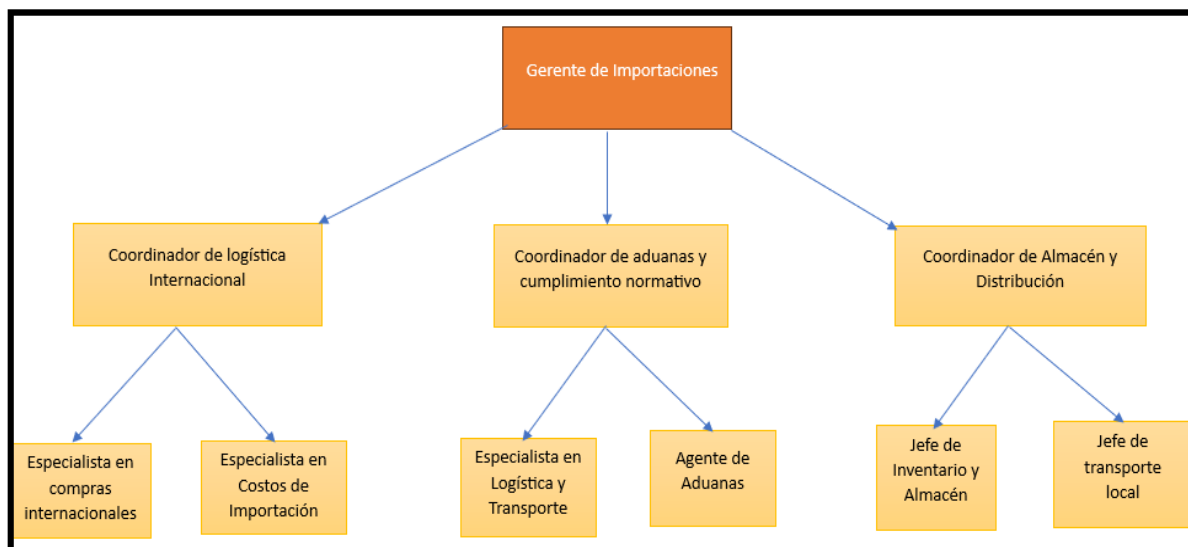
En el Departamento de Importación y Logística de Import Flash, los puestos clave se organizan para asegurar la eficiencia y efectividad en el proceso de importación de prendas de vestir.

4.5 Funciones del Departamento

El Departamento de Importación y Logística de Import Flash se encarga de gestionar y optimizar la entrada de productos al país. Su objetivo es asegurar una operación eficiente, cumplir con las normativas vigentes y controlar los costos asociados.

4.6 Organigrama Orgánico-Funcional

Para diseñar un organigrama orgánico-funcional para el Departamento de Importación y Logística de Import Flash, es esencial considerar tanto las funciones clave del departamento como la estructura jerárquica adecuada para coordinar y supervisar estas funciones de manera eficiente.

Figura 40*Organigrama Orgánico Funcional***4.7 Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología**

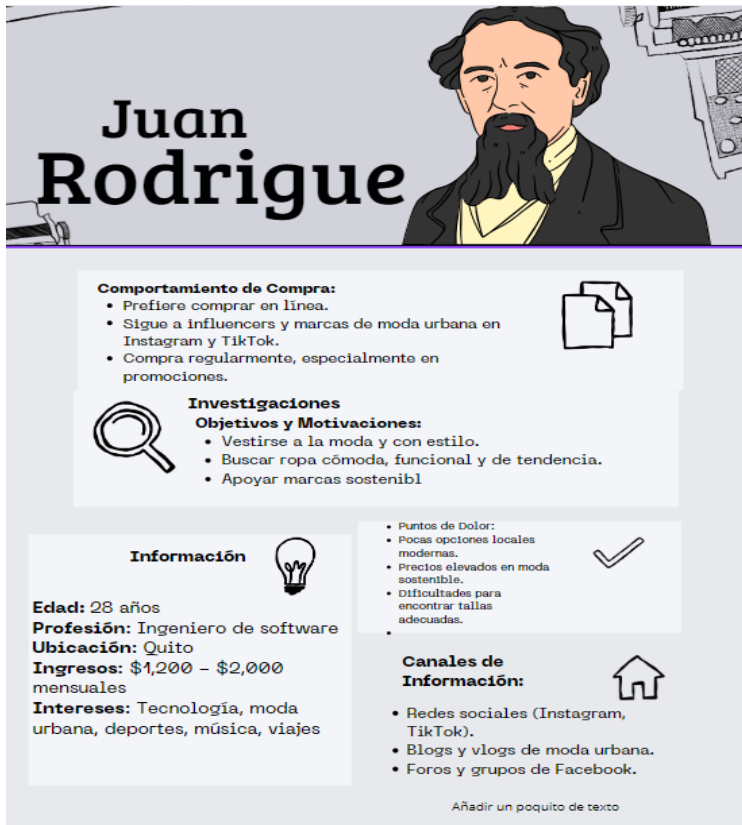
Implementar campañas de Inbound Marketing requiere una metodología estructurada que se centra en atraer, convertir, cerrar y deleitar a los clientes. Esta metodología te permitirá diseñar campañas efectivas que capturen a tus clientes ideales, los convertirán en leads y, finalmente, en clientes satisfechos y leales.

4.7.1 Buyer Persona

Interpretación: Juan Rodríguez, un ingeniero de software de 28 años residente en Quito, gana entre \$1,200 y \$2,000 mensuales y está interesado en tecnología, moda urbana, deportes, música y viajes. Prefiere comprar en línea, sigue a influencers y marcas de moda urbana en Instagram y TikTok, y compra regularmente, especialmente durante promociones. Sus principales objetivos son vestirse a la moda con estilo, buscar ropa cómoda, funcional y de tendencia, y apoyar marcas sostenibles. Sin embargo, enfrenta dificultades como pocas opciones locales modernas, precios elevados en moda sostenible y problemas para encontrar tallas adecuadas. Sus principales fuentes de información son redes sociales, blogs y blogs de moda urbana, y foros y grupos de Facebook.

Figura 41

Bayer Person de Import Flash



4.7.2 Buyer's Journey

Hemos identificado a nuestro Buyer Persona y dividido el proceso en tres etapas: Conciencia, Consideración y Decisión. Para cada una de estas fases, hemos desarrollado.

○ **1. Etapa de Conciencia:**

● **Acción:**

- Juan ve un video en TikTok de un influencers que presenta una nueva línea de moda urbana sostenible.

● **Estrategias:**

- Utilizar marketing en redes sociales.
- Colaborar con influencers.

- Crear contenido educativo sobre moda sostenible.
- **2. Etapa de Consideración:**
 - **Acción:**
 - Juan visita el sitio web de la marca mencionada en el video, compara productos, lee reseñas de otros usuarios y pregunta en un grupo de Facebook si alguien ha probado esa marca.
 - **Estrategias:**
 - Proveer comparativas de productos.
 - Mostrar testimonios de clientes.
 - Participar en comunidades en línea.
- **3. Etapa de Decisión:**
 - **Acción:**
 - Juan encuentra un código de descuento en la página de la marca, verifica las opciones de talla y procede a comprar varios artículos de la nueva colección.
 - **Estrategias:**
 - Ofrecer promociones.
 - Facilitar el proceso de compra.
 - Proporcionar garantías de satisfacción.

La imagen a continuación muestra el recorrido de Juan desde la fase de conciencia, donde identifica una necesidad, hasta la fase de consideración, en la que evalúa sus opciones, y finalmente a la fase de decisión, donde efectúa la compra. Las estrategias recomendadas están diseñadas para guiarlo de manera efectiva a lo largo de cada etapa del proceso.

Figura 42

Proceso Buyer's Journey.

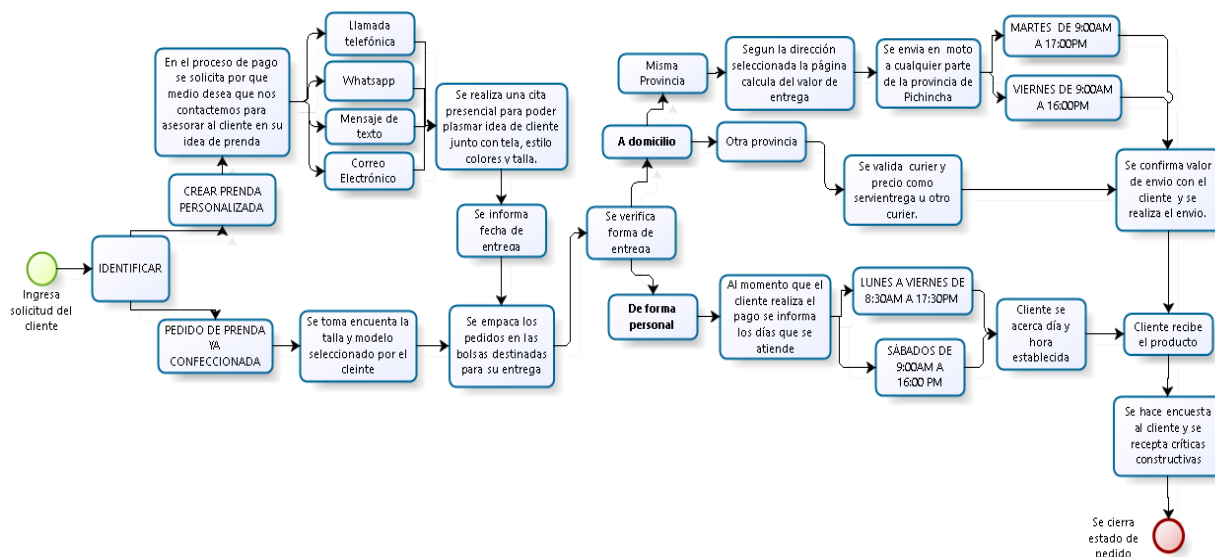


4.7.3 Sales Process

El proceso de ventas ilustrado en la imagen comienza con la solicitud del cliente y se bifurca en dos opciones: pedido de prendas ya confeccionadas y creación de prendas personalizadas. Para las prendas personalizadas, se establece comunicación con el cliente a través de canales como teléfono, WhatsApp, mensaje de texto o correo electrónico, y se agenda una cita para definir los detalles. Posteriormente, se informa la fecha estimada de entrega, se procede con el embalaje del pedido y se coordina la forma de entrega (a domicilio o en persona). Según la ubicación del cliente, se calcula el costo del envío y se despacha el producto. Finalmente, tras la recepción del pedido, se realiza una encuesta de satisfacción.

Figura 43

Sales Process de Import Flash entrega.



4.7.4 Estrategia de Atracción (3)

Tabla 2

Estrategia de atracción 1

Facebook	
Acción	Generaremos publicaciones o reels en los cuales se expongan modelos con nuestras prendas, expondremos pequeñas imágenes con promociones juveniles o tan solas informar nuestra forma de pago o envío.
Objetivo	Generar intereses en nuestras prendas y atraer más clientela.
Métricas digitales	Visitas, Like, Comentarios y reseñas.

Tabla 3

Estrategia de atracción 2

Tiktok	
Acción	Realizaremos videos cortos con nuestras prendas en stock para incentivar a las personas ver nuestros catálogos digitales y así poder captar su atención en nuestro espacio web.
Objetivo	Generar atención del público por medio de pasarelas con nuestras prendas.
Métricas digitales	Visitas. Likes, comentarios y reseñas.

Tabla 4*Estrategia de atracción 3*

Google My Business	
Acción	Creamos esta página para tener presencia en una página que todo mundo utiliza para buscar o investigar con el simple hecho de tipear simples palabras que lo lleve a nuestro emprendimiento como importación, ropa de marca, creación de prendas, etc. La cual ingresamos contenido para atraer atención.
Objetivo	Atraer cliente.
Métricas digitales	Visitas, Likes.

4.7.5 Estrategias de Conversión (3)

Para maximizar las tasas de conversión y convertir visitantes en clientes, Import Flash puede implementar las siguientes estrategias de conversión:

Tabla 5*Estrategia de conversión 1*

Campañas en Redes Sociales	
Acción	Publicaremos post en Instagram con modelos usando nuestra nueva colección de ropa. Incluye un enlace directo a la página del producto con un código de descuento exclusivo para seguidores que cumplan con los requisitos mencionados.
Objetivo	Generar interés en nuestras prendas y atraer más clientela para su fidelización.
Métricas digitales	Comentarios, Likes, compartidas, número de compras con códigos.

Tabla 6*Estrategia de conversión 2*

Landing Pages	
Acción	Realizaremos Landing pages para poder crear contenido de forma llamativa sin poner de intermedio tanto texto aburrido y haciendo conocer nuestras promociones o precios, lo cual motive al cliente a leerlo
Objetivo	Generar mayor volumen de ventas y fidelizar clientes.
Métricas digitales	Visitas, Likes, comentarios y reseñas.

Tabla 7*Estrategia de conversión 3*

Checkout y seguimiento	
Acción	Implementar remarketing para los visitantes que no fidelizaron la compra y enviar correos electrónicos recordatorios.
Objetivo	Incentivar al cliente a tomar la decisión de comprar la prenda que le gusta.
Métricas digitales	Comentarios, Likes, compartidas y reseñas.

4.7.6 Estrategias de Automatización

Nuestra estrategia de automatización se basa en nuestras páginas web, donde presentamos el catálogo de productos. Los clientes pueden interactuar directamente con el sistema, facilitando la compra de cualquier prenda que les interese. Además, les ofrecemos la posibilidad de elegir su método de pago de forma rápida y sencilla, optimizando la experiencia de compra y ahorrando tiempo tanto en la adquisición de prendas como en la creación de ropa personalizada.

4.7.7 Oferta comercial

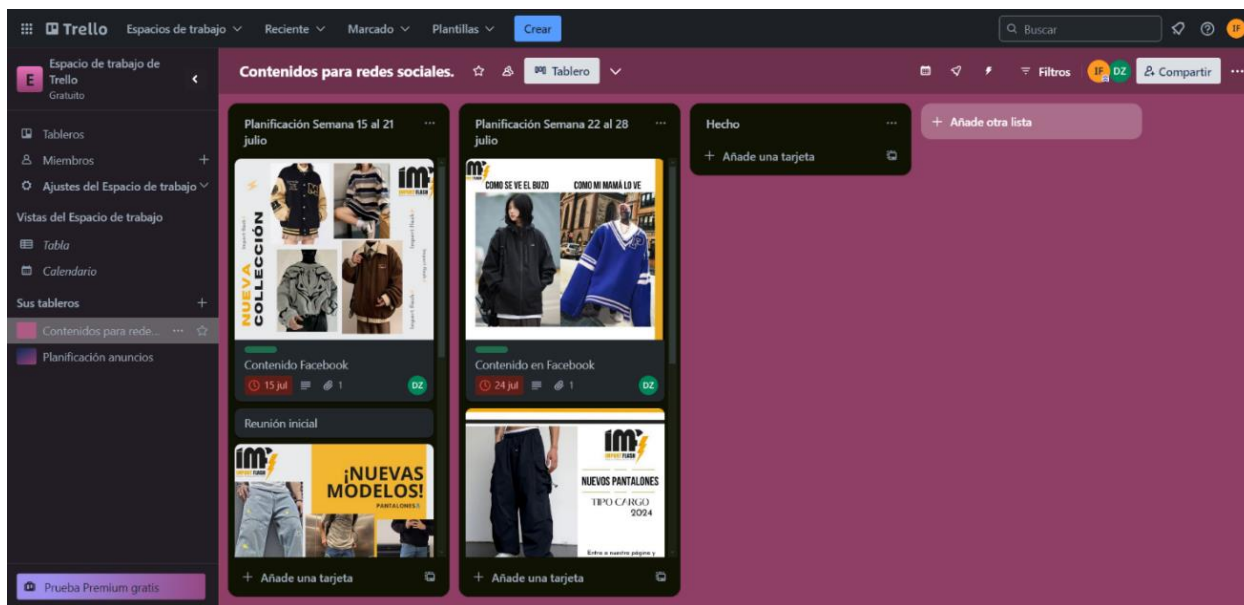
Import Flash se especializa en ofrecer diseños innovadores y exclusivos en ropa casual, formal y deportiva, utilizando materiales importados de alta calidad y técnicas avanzadas de confección, todo ello con un firme compromiso con la sostenibilidad. Además de nuestras colecciones regulares, brindamos un servicio de personalización para crear prendas a medida, adaptadas a las especificaciones del cliente. Para celebrar nuestro lanzamiento, estamos ofreciendo un 20% de descuento en todas las compras durante el primer mes, junto con un regalo exclusivo para los primeros 100 clientes. Puedes explorar y adquirir nuestras colecciones en nuestra tienda en línea <https://store105182511.company.site/>.

4.8 Planificación del cronograma de contenido (trello – 6 semanas- 3 contenidos)

La planificación del cronograma de contenido en Import Flash requiere establecer objetivos claros, identificar al público objetivo, seleccionar temas y formatos de contenido relevantes y crear un calendario editorial detallado. Además, se asignan responsabilidades específicas, se emplean herramientas adecuadas para la gestión y creación de contenido, y se lleva a cabo un monitoreo continuo para ajustar y optimizar los resultados de manera.

Figura 44

Tablero en Trello de contenido Import Flash.

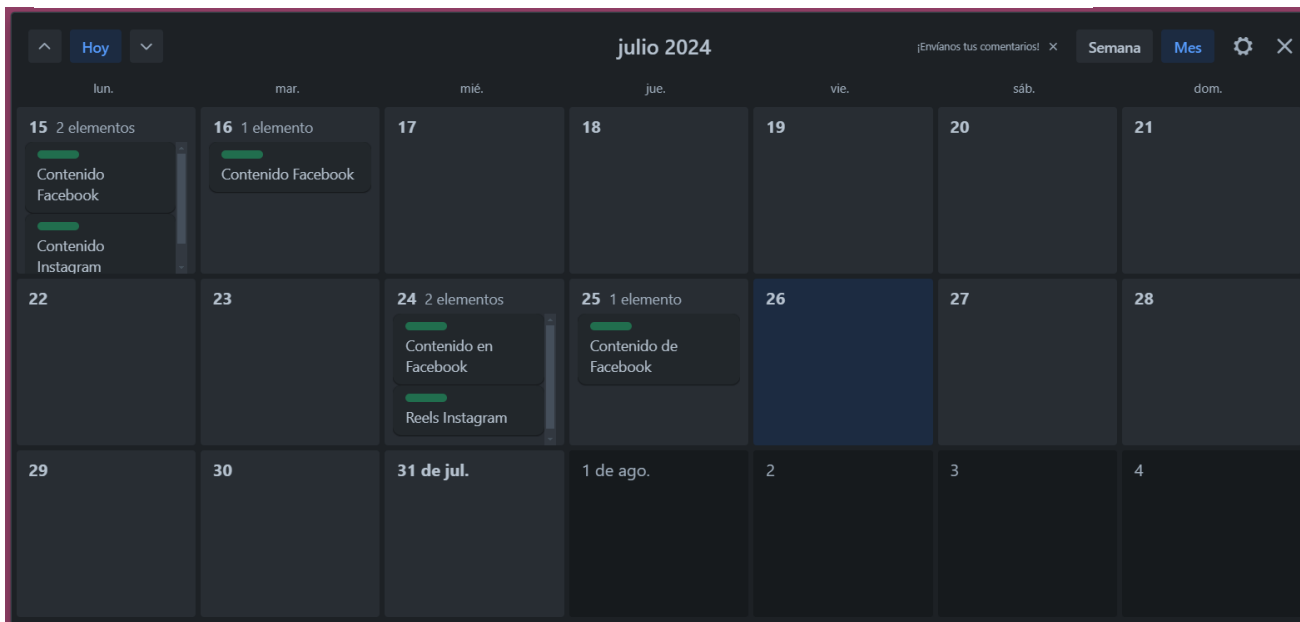


4.9 Planificación del cronograma de anuncios (trello – 6 semanas 2 publicidades)

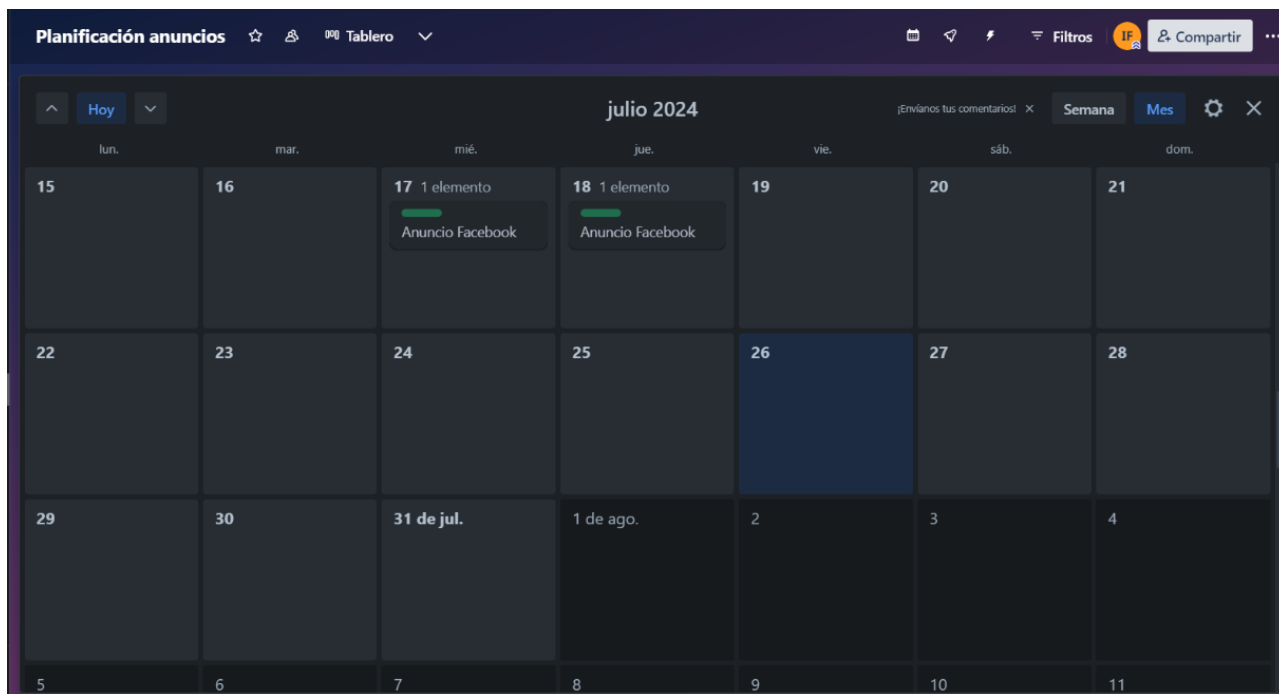
La planificación del cronograma de anuncios para Import Flash requiere establecer objetivos precisos, definir el público objetivo, seleccionar los canales más efectivos y crear contenidos publicitarios impactantes. Además, se diseña un calendario de anuncios, se asigna el presupuesto de forma estratégica y se monitorea continuamente el rendimiento para realizar ajustes en tiempo real. Esta estrategia garantiza una presencia publicitaria eficaz, mejorando la visibilidad de la marca y generando conversiones de calidad.

Figura 45

Calendario en Trello de anuncios Import Flash.

**Figura 46**

Calendario en Trello de contenido



CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN

5.1 Cálculo de las ventas y determinación de costos y gastos

El cálculo de las ventas se basará en los artículos que vayamos incorporando a nuestro catálogo.

Tabla 8

Tabla gastos operacionales

Salarios			
Rubro	Cantidad	Pago mensual	Gasto anual
Vendedor	1	400	4800
Gasto mensual		400	

Tabla 9

Tabla costos fijos

COSTOS FIJOS	VALOR/MENSUAL
Arriendo local	\$ 250,00
Sueldo vendedor	\$ 400,00
Servicio Básicos	\$ 100,00
Licencias y permisos	\$ 60,00
Internet y telefonía	\$ 35,00
Suministros	\$ 70,00
Transporte	\$ 50,00
Marketing y Publicidad Fija	\$ 150,00
Mantenimiento y Reparaciones	\$ 80,00
Software y Suscripciones	\$ 100,00
Total	\$ 1295,00

Tabla 10

Cálculo de ventas por productos y costos variables.

Costos Fijos	Ganancia Deseada	Margen de Utilidad	Venta requerida (PEQ\$)
\$ 1.295,00	\$ 250,00	53,44%	2891,36

COMPROBACIÓN										VENTAS REALES			
Productos	Costo Venta Unitario	Precio Venta Unitario	Precio de venta ponderado	Ganancia Unitaria	Ganancia Ponderada %	Ventas requeridas	Unidades de Venta Requeridas	Costo de venta total	Venta Total	Cantidad	Costo de Venta Total	Venta Total	
Camisetas	\$ 5,00	\$ 15,00	11,45%	\$ 10,00	14,29%	\$ 331,07	22,07	\$ 110,36	\$ 331,07	30	\$ 150,00	\$ 450,00	
Pantalones	\$ 8,00	\$ 26,00	19,85%	\$ 18,00	25,71%	\$ 573,86	22,07	\$ 176,57	\$ 573,86	25	\$ 200,00	\$ 650,00	
Buzos	\$ 8,00	\$ 15,00	11,45%	\$ 7,00	10,00%	\$ 331,07	22,07	\$ 176,57	\$ 331,07	20	\$ 160,00	\$ 300,00	
Chompas	\$ 25,00	\$ 40,00	30,53%	\$ 15,00	21,43%	\$ 882,86	22,07	\$ 551,79	\$ 882,86	15	\$ 375,00	\$ 600,00	
Vestidos	\$ 15,00	\$ 35,00	26,72%	\$ 20,00	28,57%	\$ 772,50	22,07	\$ 331,07	\$ 772,50	20	\$ 300,00	\$ 700,00	
Total	\$ 61,00	\$ 131,00	100%	\$ 70,00	100%	\$ 2.891,36		\$ 1.346,36	\$ 2.891,36		\$ 1.185,00	\$ 2.700,00	

Ganancia Bruta	\$ 1.545,00
Ganancia/Utilidad	\$ 250,00

Ganancia Bruta	\$ 1.515,00
Ganancia/Utilidad	\$ 220,00

Interpretación: Al calcular las ventas de cada producto, observamos que, para generar una ganancia bruta de \$1,545, es necesario vender 23 unidades de cada artículo. De esta ganancia, al restablecer los costos fijos de \$1,295, obtenemos una ganancia neta de \$250. Sin embargo, al analizar las ventas reales, logramos una ganancia bruta de \$1,515, y tras descontar el \$1,295 de costos fijos, el beneficio neto se reduce a \$220. Esto nos brinda una base sólida para comenzar.

Tabla 11

Cálculo costos variables

COSTOS VARIABLE	Número de Unidades	Costo por Unidad (USD)	Costo Total (USD)
Camisetas	23	\$ 5,00	\$ 115,00
Pantalones	23	\$ 8,00	\$ 184,00
Buzos	23	\$ 8,00	\$ 184,00
Chompas	23	\$ 25,00	\$ 575,00
Vestidos	23	\$ 15,00	\$ 345,00
Total	115		\$ 1.403,00

5.2 Cálculo y análisis del punto de equilibrio

Tabla 12

Análisis de datos para calcular el Punto de Equilibrio

Costos Fijos	\$ 1.295,00
Costos Variables	\$ 1.403,00
Unidades de mes	115

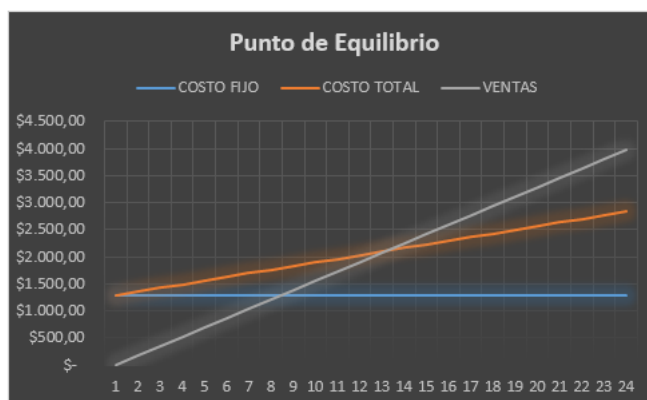
DETERMINACION DEL PRECIO:	
----------------------------------	--

Costo Total	\$ 2.698,00
Imprevistos	\$ 134,90
Total	\$ 2.832,90

Margen Ganancia	\$ 1.133,16
Ventas	\$ 3.966,06
Unidades	115
Precio de Venta	\$ 34,49

Costos fijos	\$ 1.295,00
Costos Variables	\$ 1.537,90
Costo total (f)	\$ 2.832,90

Costo Variable Unitario	\$ 13,37
--------------------------------	-----------------



PUNTO DE EQUILIBRIO

$$\text{Cantidad en Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$Q_e = \frac{1295}{34,49 - 13,37}$$

$$Q_e = \frac{61,33}{62 \text{ Unidades}}$$

$$\text{Ingreso en Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - (\text{Costo Variable} / \text{Ventas})}$$

$$I_e = \frac{1295}{1 - (13,37 / 34,49)}$$

$$I_e = 2115,20$$

Tabla 13*Análisis del Punto de Equilibrio*

		\$ 13,37		\$ 34,49	
CANTIDAD	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE.	COSTO TOTAL	VENTAS	UTILIDADES
	\$		\$		\$ -
0	1.295,00	\$ -	1.295,00	\$ -	1.295,00
	\$	\$	\$	\$	\$ -
5	1.295,00	66,87	1.361,87	172,44	1.189,43
	\$	\$	\$	\$	\$ -
10	1.295,00	133,73	1.428,73	344,87	1.083,86
	\$	\$	\$	\$	\$ -
15	1.295,00	200,60	1.495,60	517,31	978,28
	\$	\$	\$	\$	\$ -
20	1.295,00	267,46	1.562,46	689,75	872,71
	\$	\$	\$	\$	\$ -
25	1.295,00	334,33	1.629,33	862,19	767,14
	\$	\$	\$	\$	\$ -
30	1.295,00	401,19	1.696,19	1.034,62	661,57
	\$	\$	\$	\$	\$ -
35	1.295,00	468,06	1.763,06	1.207,06	555,99
	\$	\$	\$	\$	\$ -
40	1.295,00	534,92	1.829,92	1.379,50	450,42
	\$	\$	\$	\$	\$ -
45	1.295,00	601,79	1.896,79	1.551,94	344,85
	\$	\$	\$	\$	\$ -
50	1.295,00	668,65	1.963,65	1.724,37	239,28
	\$	\$	\$	\$	\$ -
55	1.295,00	735,52	2.030,52	1.896,81	133,71
	\$	\$	\$	\$	\$ -
60	1.295,00	802,38	2.097,38	2.069,25	28,13
	\$	\$	\$	\$	\$
65	1.295,00	869,25	2.164,25	2.241,69	77,44
	\$	\$	\$	\$	\$
70	1.295,00	936,11	2.231,11	2.414,12	183,01
	\$	\$	\$	\$	\$
75	1.295,00	1.002,98	2.297,98	2.586,56	288,58
	\$	\$	\$	\$	\$
80	1.295,00	1.069,84	2.364,84	2.759,00	394,15
	\$	\$	\$	\$	\$
85	1.295,00	1.136,71	2.431,71	2.931,44	499,73
	\$	\$	\$	\$	\$
90	1.295,00	1.203,57	2.498,57	3.103,87	605,30
	\$	\$	\$	\$	\$
95	1.295,00	1.270,44	2.565,44	3.276,31	710,87
	\$	\$	\$	\$	\$
100	1.295,00	1.337,30	2.632,30	3.448,75	816,44

	\$	\$	\$	\$	\$
105	1.295,00	1.404,17	2.699,17	3.621,19	922,02
	\$	\$	\$	\$	\$
110	1.295,00	1.471,03	2.766,03	3.793,62	1.027,59
	\$	\$	\$	\$	\$
115	1.295,00	1.537,90	2.832,90	3.966,06	1.133,16

5.3 Budget de Ventas en unidades. Mes y Total Año

IMPORT FLASH

Presupuesto por prendas unidades.

Responsable: DEYBI ZAMBRANO

Tabla 14

Budget de ventas en unidades.

UNIDADES POR VENDER		B U D G E T 2 0 2 4				
Ítem	Descripción	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTAL
1-001	Camisetas	30	25	30	40	125
1-002	Pantalones	25	30	20	30	105
1-003	Buzos	20	30	25	30	105
1-004	Chompas	15	20	10	25	70
1-005	Vestidos	20	35	30	35	120
						525
						0
	TOTAL	110	140	115	160	525

5.4 Budget de Ventas en dólares unitario. Mes y Total Año

Tabla 15

Budget de ventas en dólares unitario.

VALOR UNITARIO		B U D G E T 2 0 2 4				
Ítem	Descripción	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTAL
1-001	Camisetas	\$ 12,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 57,00
1-002	Pantalones	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 20,00	\$ 26,00	\$ 98,00
1-003	Buzos	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 60,00
1-004	Chompas	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 30,00	\$ 150,00
1-005	Vestidos	\$ 35,00	\$ 25,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 130,00
						\$ 495,00
						\$ -
	TOTAL	\$ 128,00	\$ 121,00	\$ 125,00	\$ 121,00	\$ 495,00

5.5 Budget de Ventas en dólares. Mes y Total Año

Tabla 16

Budget de ventas en dólares.

dólares		B	U	D	G	E	T	2	0	2	4
Ítem	Descripción	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTAL					
1-001	Camisetas	360	375	450	600	1785					
1-002	Pantalones	650	780	400	780	2610					
1-003	Buzos	300	450	375	450	1575					
1-004	Chompas	600	800	400	750	2550					
1-005	Vestidos	700	875	1.050	1.225	3850					
						12370		0			
TOTAL		\$ 2.610,00	\$ 3.280,00	\$ 2.675,00	\$ 3.805,00	\$ 12.370,00					

5.6 Gastos de promoción. Mes y Total Año

Tabla 17

Gastos de promoción de cada mes.

	\$ 2.610,00	\$ 3.280,00	\$ 2.675,00	\$ 3.805,00	\$ 12.370,00
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTAL
PROMOCIÓN (1%AL5% DEL BUDGET)	130,5	164	454,75	266,35	1015,6
Porcentajes	5%	5%	17%	7%	
FACEBOOK ADS	40	50	100	80	1020
GOOGLE ADS	35	30	100	60	1225
INSTAGRAM ADS	35	40	80	60	415
TOTAL	110	120	280	200	2660

5.7 Estrategias Puntuales del Marketing Mix en Fechas Importantes:

Tabla 18

Fechas importantes de Julio Graduaciones.

Import Flash Fechas Importantes en Julio	
Fecha Importante	GRADUACIONES
5.7.1 Producto	Camisas Estampadas Americanas
5.7.2 Precio	De \$15, precio de lanzamiento \$12 dólares
5.7.3 Plaza	Facebook, Instagram

¡Regala estilo y celebra el futuro de esos graduados con nuestras camisas!

💡🌟🌟 ¡Aprovecha esta oferta y haz que su día sea inolvidable!

5.7.4 Promoción No te pierdas de nuestro increíble descuento del 20% en tu primera compra.

Tabla 19

Fechas importantes de Agosto Independencia de Guayaquil.

Import Flash Fechas Importantes en Agosto	
Fecha Importante	INDEPENDENCIA DE GUAYAQUIL
5.7.1 Producto	👉 Vestido Midi Floral: ¡Perfecto para mujer guayaquileña! 👉
5.7.2 Precio	De \$35 cada uno, precio de lanzamiento 2 por \$50 dólares, opción de creación el segundo vestido.
5.7.3 Plaza	Facebook, Instagram
5.7.4 Promoción	👉🌟🌟 Ahora con nuestro 2x 50 dólares.

Tabla 20

Fechas importantes de Septiembre

Import Flash Fechas Importantes en Septiembre	
Fecha Importante	DIA DE LA EDUCACIÓN
5.7.1 Producto	👉 Pantalón Americanos de Moda: ¡El Regalo Ideal en agradecimiento por la educación recibida por padres y maestros! 👉
5.7.2 Precio	De \$26 cada uno, precio de lanzamiento 2 por \$40 dólares y gratis correa si se da Like a la publicación de anuncio del producto en nuestras redes sociales.

5.7.3 Plaza	Facebook, Instagram
	<p>¡Regala estilo y comodidad a esos educadores inspiradores! Con un ajuste perfecto y durabilidad,</p> <p>Estos pantalones son ideales para el aula y más. ¡Aprovecha esta oferta y sorpréndelos en su día! ✨ Ahora con nuestro 2 x 40 dólares y de regalo una correa si se da Like a la publicación de anuncio del producto en nuestras redes sociales.</p>
5.7.4 Promoción	nuestras redes sociales.

Tabla 21*Fechas importantes de Octubre*

Import Flash Fechas Importantes en Octubre	
Fecha Importante	HALLOWEN
5.7.1 Producto	Chompas Cortavientos Americanas 🇺🇸: ¡Estilo y Comodidad para la Temporada!
5.7.2 Precio	De \$40 cada una, precio de lanzamiento y solo por este mes con el descuento del 25% en cada chompa solo si comparte y comenta la publicidad del producto en nuestras redes sociales. (30 dólares.)
5.7.3 Plaza	Facebook, Instagram
5.7.4 Promoción	<p>¡Celebra con estilo y abrígate con nuestra divertida chompa de Halloween! ¡Compra la tuya ahora y disfruta de la temporada! 🎃 📱 ✨</p> <p>Solo por este mes con el 25% descuento en nuestras chompas de temporada solo si comparte y comenta la publicidad del producto en nuestras redes sociales. (30 dólares cada chompa.)</p>

5.8 Campañas pagadas#1 en Redes Sociales por Facebook Ads:

5.8.1 Objetivo de la campaña:

Conseguir más interacciones, será una inversión para que más personas puedan conocer nuestro negocio y tenga mayor alcance.

Figura 47

Objetivo Campaña en Facebook Interacciones.



5.8.2 Nombre de la campaña:

Al nombre de nuestra campaña se llamara Chompas Cortavientos Americanas ya que queremos dar a conocer un nuevo producto en el mercado para personas que gustan vestir cómodas y ancho.

Figura 48

Nombre de Campaña en Facebook.



5.8.3 Segmentación

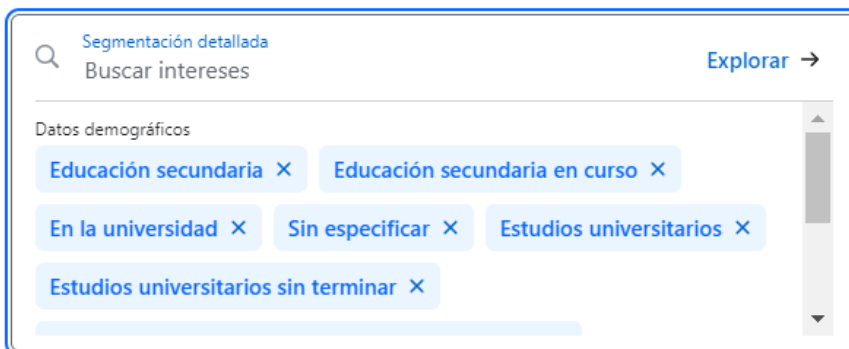
Nuestra segmentación para esta campaña serán personas de 18 a 47 años no importa si mantienen algún tipo de especificación.

Figura 49

Segmentación de campaña.

Segmentación detallada ⓘ

El anuncio se mostrará a las personas que coincidan con al menos uno de los intereses siguientes.



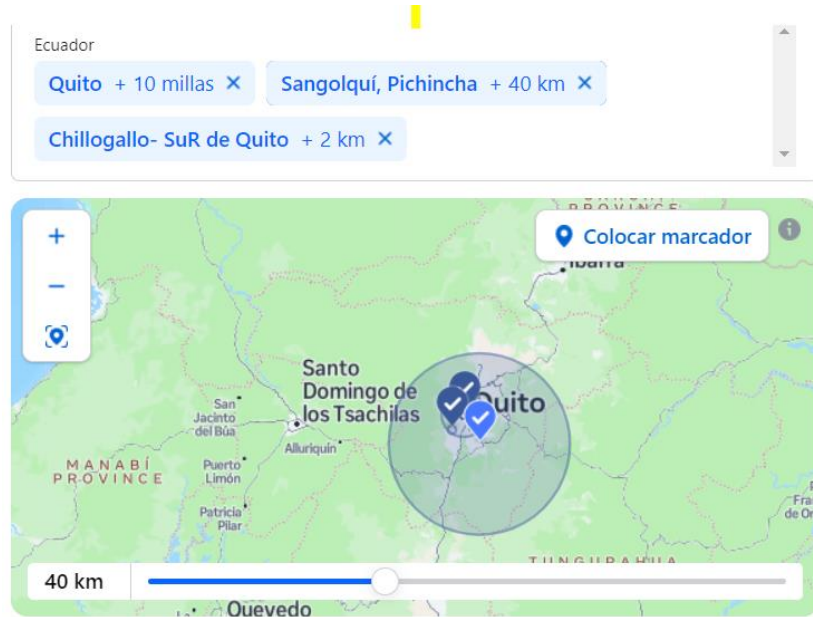
Para acceder a funciones avanzadas de segmentación, ve al [Administrador de anuncios](#).

5.8.4 Ubicación

Nos ubicaremos en este momento a darnos a conocer en la ciudad de Quito pero fundamentalmente en Chillogallo podremos avanzar hasta Sangolquí.

Figura 50

Ubicación donde tendrá alcance la campaña.



5.8.5 Presupuesto

Como primer paso en la campaña es realizar una inversión de 50 dólares para que tenga alcance a varias personas y así poder conseguir el mayor número de interacciones posibles para dar a conocer nuestra empresa.

Figura 51

Presupuesto para la campaña.

Presupuesto ⓘ

País, divisa
EC, USD Cambiar

Alcance estimado: 1043 - 3016 [Cuentas del Centro de cuentas](#) al día

\$ 50,00 ✎

1,00 \$ 500,00 \$

💡 Otras empresas similares suelen gastar 93,00 \$ y consiguen 2170 interacción con la publicación. ⓘ

5.8.6 Fechas

Nuestra campaña estará habilitada hasta el 28 de Agosto del 2024 esperando tener las mayores interacciones sobre nuestro producto expuesto y lanzado al mercado.

Figura 52

Fecha establecida para la finalización de la campaña.

Duración ⓘ

Días
31 ⊖ ⊕

📅 Fecha de finalización
28 ago 2024

5.8.7 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

En este caso para el pago para la campaña publicitaria en Facebook se lo realizará por medio de tarjeta de débito.

Figura 53

Simulación de pago con tarjeta de débito.

The screenshot shows a mobile application interface for entering card details. At the top, it says "Tarjeta de débito o crédito" with a back arrow and a close button. Below this, there are logos for VISA, Mastercard, and American Express. The form includes fields for "Nombre en la tarjeta" (Deybi Zambrano), "Número de la tarjeta" (4166 8300 1429 2843), and "MM/AA" (09/28). A red box highlights the "CVV" field with a warning icon and the text "Introduce el código de seguridad de tu tarjeta (3 o 4 dígitos)". Below the CVV field, there is a lock icon and the text "Tus métodos de pago se guardan y almacenan de forma segura. Se aplican condiciones". A blue "Guardar" button is at the bottom right.

5.8.8 Diseño del Anuncio:

A continuación se presenta como queda la campaña publicitaria aplicada a nuestra publicación.

Figura 54

Diseño de campaña finalizada.

The screenshot shows a social media advertisement for "Import FLASH". The ad features the company logo and the text "¡Nuevas Chompas Cortavientos Americanas!". Below this, there is a promotional message: "No dejes que el viento arruine tu estilo. Con nuestras chompas cortavientos de Import Flash, estarás listo para cualquier clima con la mejor moda americana. ¡Visítanos y descubre todas nuestras novedades!". A special promotion is highlighted: "Promoción Especial: Llévate la primera chompa y la segunda te sale a mitad de precio. ¡Aprovecha esta oferta increíble!". The ad also includes the text "Disponible en Import Flash" and "Contáctanos para más información". A list of hashtags is provided: "#importflash #chompascortavientos #ModaAmericana a ##estiloúnico #ropadecalidad #tendencia #fashion #ecuador #moda2024 #PromociónEspecial #descuentos". The bottom section of the ad features an image of a dark green and black windbreaker jacket with the Import FLASH logo. To the right of the jacket, it says "NUEVOS MODELOS Chompas Cortavientos 2024". Below the jacket image, there is a call to action: "Entra a nuestra página y descarga todo el catálogo www.italicecibla.com". At the very bottom, there is a phone number "LLAMA AL +593 99 752 2522", the company name "Import FLASH", and a "Llamar" button.

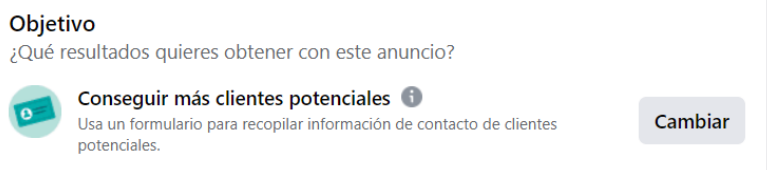
5.9 Campañas pagadas#2 en Redes Sociales por FacebookAds:

5.9.1 Objetivo de la campaña:

Nuestro objetivo de nuestra segunda campaña publicitaria en Facebook tomaremos uno para que podamos generar el mayor número de ventas.

Figura 55

Objetivo de la Campaña para generar ventas.

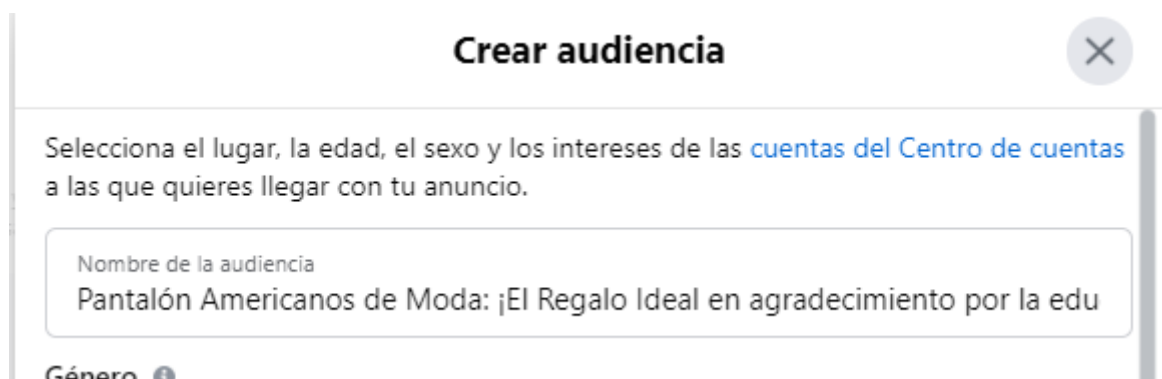


5.9.2 Nombre de la campaña:

A nuestra segunda campaña en Facebook le pondremos por nombre Pantalón Americanos de Moda ya que nos encontramos en las vacaciones estudiantiles región sierra.

Figura 56

Nombre de campaña.



5.9.3 Segmentación

Nuestra segmentación para esta campaña serán personas de 18 a 47 años no importa si mantienen algún tipo de especificación.

Figura 57

Audiencia de alcance de la campaña.

Segmentación detallada ⓘ
El anuncio se mostrará a las personas que coincidan con al menos uno de los intereses siguientes.

Segmentación detallada
Buscar intereses Explorar →

Datos demográficos

Doctorado × Educación secundaria ×

Educación secundaria en curso × En la universidad ×

Estudios de posgrado sin terminar × Sin especificar × Casado ×

Para acceder a funciones avanzadas de segmentación, ve al [Administrador de anuncios](#).

5.9.4 Ubicación

La campaña publicitaria estará destinada para Quito hasta Sangolqui para alcanzar el mayor número de ventas posibles.

Figura 58

Alcance en ubicación de campaña.

Lugares
Escribe para añadir más lugares

Ecuador

Sangolquí, Pichincha + 40 km × Chilogallo- SuR de Quito + 2 km ×

Colocar marcador ⓘ

40 km

5.9.5 Presupuesto

Realizaremos la inversión de 60 dólares para mantener mayor alcance y así poder obtener el mayor número de ventas posibles.

Figura 59

Presupuesto para campaña.

Presupuesto [?](#)

País, divisa
EC, USD Cambiar

Alcance estimado: 1711 - 4946 Cuentas del Centro de cuentas al día

\$ 60,00 [✎](#)

1,00 \$

 500,00 \$

[💡](#) Otras empresas similares suelen gastar 102,00 \$ y consiguen 170 clientes potenciales. [?](#)

5.9.6 Fechas

Como punto estratégico de la campaña estará disponible hasta el 30 de septiembre que se termina el ambiente de verano por el inicio de clases.

Figura 60

Fecha de duración de campaña.

Duración [?](#)

Días

⊖ ⊕

Fecha de finalización

30 sep 2024

5.9.7 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

También realizaremos el pago de nuestra campaña publicitaria por medio de tarjeta de débito.

Figura 61

Simulación de pago por campaña.

Tarjeta de débito o crédito

Detalles de la tarjeta

Nombre en la tarjeta
Deybi Zambrano

Número de la tarjeta
4166 8300 1429 2843

MM/AA
09/28

CVV

Introduce el código de seguridad de tu tarjeta (3 o 4 dígitos).

Tus métodos de pago se guardan y almacenan de forma segura.
[Se aplican condiciones](#)

Guardar

5.10 Campañas pagadas#1en Motores de búsqueda por GoogleAds:

5.10.1 Objetivo de la campaña:

Nuestra campaña en GoogleAds tendrá como objetivo Obtener más ventas o clientes potenciales en nuestro sitio web, será una inversión para que más personas puedan conocer nuestro negocio y tenga mayor alcance.

Figura 62

Objetivo campaña google.

¿Cuál es su principal objetivo publicitario?

Reciba más llamadas

Obtenga más ventas o clientes potenciales en su sitio web

Obtenga más visitas a su ubicación física

Obtenga más vistas y participación en YouTube

5.10.2 Nombre de la campaña:

Tendrá varias formas en las que se cree que el cliente puede buscar según su necesidad.

Figuran 63

Títulos del anuncio.

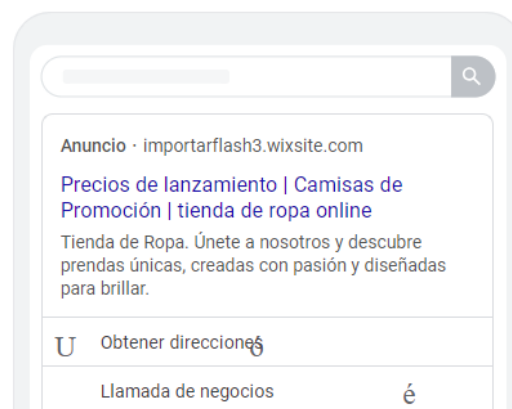
Titulares

Agregar 3 títulos o más mejorará el rendimiento de su anuncio

Titular 1 Camisas de Promoción	14 / 30
Titular 2 Camisas Estampadas Americanas	22 / 30
Titular 3 Precios de lanzamiento	25 / 30
Titular 4 tienda de ropa online	21 / 30

[Añadir título](#)

Vista previa del anuncio



Los recursos se pueden mostrar en cualquier orden, así que asegúrese de que tengan sentido de forma individual o en combinación y que no infrinjan nuestras políticas o la legislación local. Puede asegurarse de que aparezca cierto texto en su

Descripciones

5.10.3 Segmentación

De todas las posibles opciones de segmentación seleccionamos las que mejor se acomodan a nuestro anuncio.

Figura 64

Segmentación del anuncio.

Términos seleccionados:

tienda de ropa
 tienda de ropa en línea
 tienda de accesorios de moda
 tienda de camisas de franela

tienda de ropa deportiva
 tienda de vestidos

tienda de ropa para hombres
 tienda de ropa para adolescentes

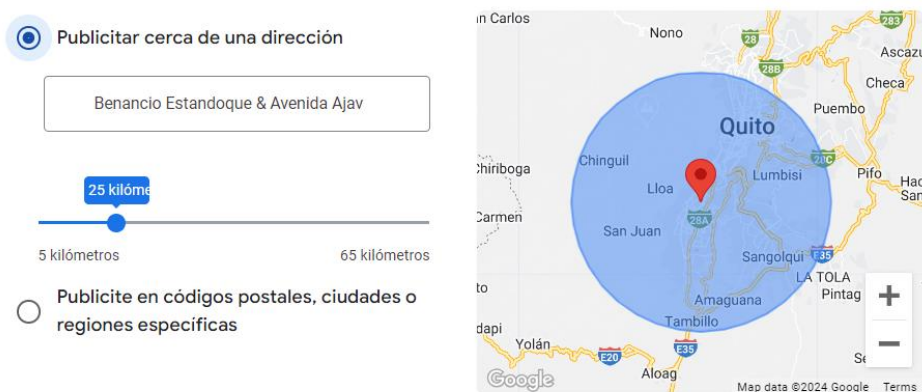
[+ Nuevo tema de palabras clave](#)

5.10.4 Ubicación

El alcance que se requiere que este anuncio tenga es primero darnos a conocer dentro de nuestro perímetro funcional del negocio para atraer primero clientes potenciales zonales, así que estableceremos nuestro perímetro a 25 km a la redonda.

Figura 65

Ubicación y alcance de la publicidad.



5.10.5 Presupuesto

Generaremos una inversión inicial para validar si se puede recuperar la inversión, y así verificar si es factible o no.

Figura 66

Presupuesto campaña en googleads.

Establezca un presupuesto para obtener los resultados que desea

- Seleccione una opción de presupuesto
- Introduce tu propio presupuesto Divisa: Dólar estadounidense (\$)

\$50

Promedio diario · Máximo mensual \$608

Obtenga un estimado de 3020 a 7080 clics en anuncios cada mes



5.10.6 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

Figura 67

Simulación de pago en Googleads.

Add credit or debit card

All fields required

Card number
4166 8300 1429 2843

MM/YY
09/28

Security code
Security code is required

Cardholder name
IMPORT FLASH

Billing address and legal address are the same

Cancel Save card

5.11 Campañas pagadas#2 en Motores de búsqueda por Instagram:

5.11.1 Objetivo de la campaña:

Nuestro objetivo principal es invertir para que las personas puedan conocernos y así puedan realizar compras o tan solo nos recomienden para tener mayor alcance en las ventas.

Figura 68

Objetivo campaña en Instagram.

¿Qué quieres que hagan las personas cuando vean el anuncio?

Visitar tu perfil
Perfecto para el reconocimiento de marca y los seguidores

Visitar tu sitio web
Perfecto para las ventas online, las reservas y ayudar a otras personas a obtener más información sobre ti
<https://importflash3.wixsite.com/misitio>
Botón de llamada a la acción: Comprar
Editar

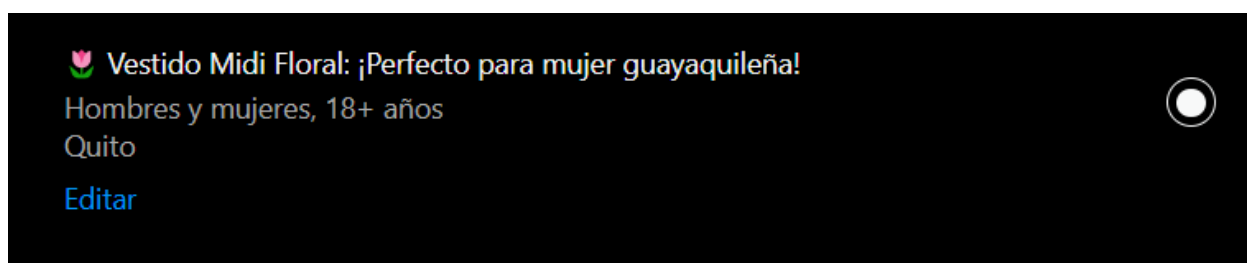
Enviarte mensajes
Perfecto para generar confianza con los clientes potenciales

5.11.2 Nombre de la campaña

Nuestra intención con nuestro título es resaltar que el estilo también es un aspecto importante al momento de vestir por eso motivamos a nuestros lectores con el siguiente título de campaña.

Figura 69

Título de campaña.

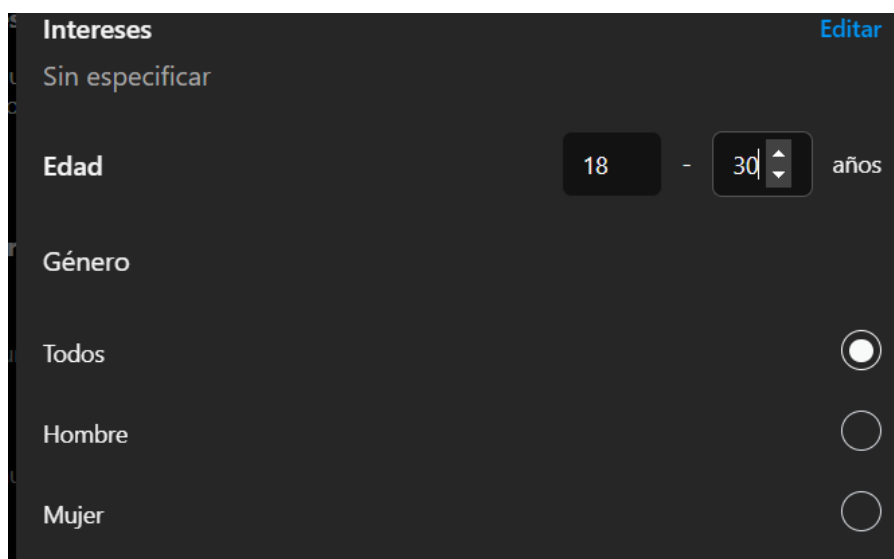


5.11.3 Segmentación

Pondremos que la publicidad pueda hacérsela llegar a personas desde los 18 años hasta los 30 ya que nuestra moda se basa en la juventud, por lo mismo se presenta la siguiente segmentación.

Figura 70

Segmentación de campaña en Instagram.

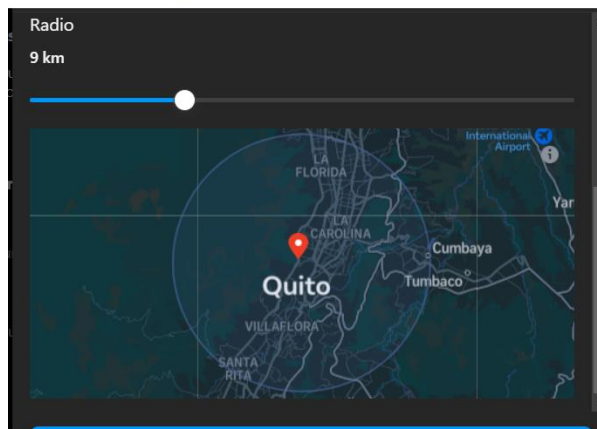


5.11.4 Ubicación

Con esta publicidad buscamos motivar a comprar e interactuar con nuestra página a nuestra audiencia alrededor de 9 km a la redonda de Quito.

Figura 71

Ubicación de la publicación.



5.11.5 Presupuesto

Como no se mantiene mayor de audiencia en Instagram, realizaremos la inversión de 10 dólares diarios.

Figura 72

Presupuesto de campaña en Instagram.

A screenshot of the Instagram advertising budget selection screen. The title is "¿Cuál es tu presupuesto publicitario?". It shows two options: "\$10 al día" (Estará en circulación hasta que se pause) and "6000-16 000" (Alcance diario estimado). Below, there is a "Presupuesto diario" section with a dropdown menu set to "\$10". The "Duración" section has two radio buttons: "Publicar este anuncio hasta que lo pause" (selected) and "Definir duración".

5.11.6 Fechas

Se validará el nivel de impacto en esta aplicación con el fin de realizar campaña por este medio.

Figura 73

Duración de la campaña.

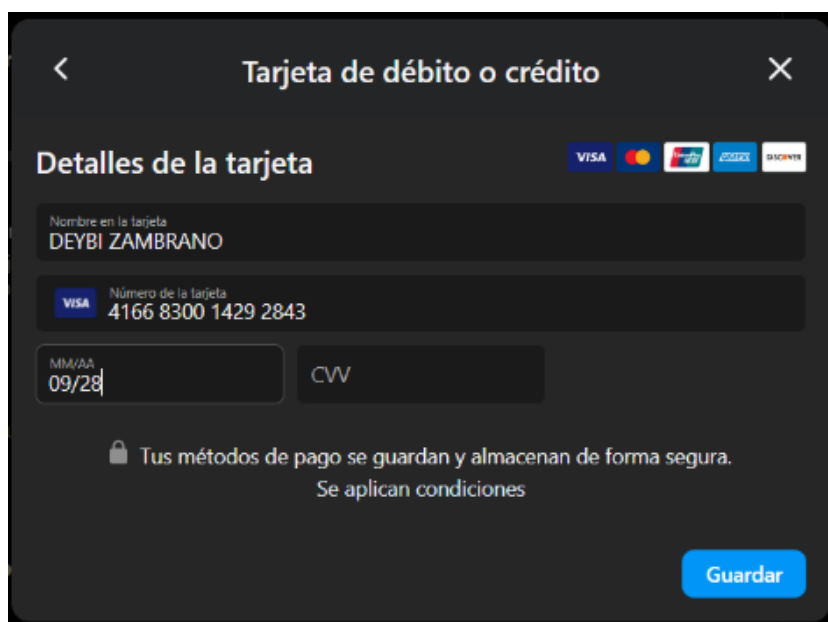


5.11.7 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

Se genera asimilación de pago de tarjeta de débito.

Figura 74

Simulación de pago de campaña.



CAPÍTULO VI: INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE

6.1 ROI DIGITAL

El ROI digital (Retorno de la Inversión Digital) mide la rentabilidad de las acciones de marketing en canales digitales. Compara el beneficio obtenido con los costos invertidos en campañas online, ayudando a optimizar la estrategia.

Tabla 22

Roí Campaña de Facebook de chompas en el mes de Octubre

CAMPAÑA FACEBOOK BUSINESS

MES:	Octubre		Import flash: realizará una publicación en el que se detalla información general de las chompas cortas juntos con su promoción del descuento del 25% solo si cómprate y comenta la publicación en nuestras redes sociales, es decir de 40 dólares quedaría 30 dólares en el cual vendemos 27 chompas, invertimos 210 dólares.
INVERSION O COSTO:	\$ 210		
PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 30		
VENTA DE CHOMPAS	27		

Tabla 23

Roí Campaña de Facebook de pantalones en el mes de Septiembre

CAMPAÑA FACEBOOK BUSINESS

MES:	SEPTIEMBRE		Import flash: realizará publicación con el detalle del producto pantalones americanos de moda junto con la promoción de 2 por 40 dólares y si se da Like se regalará una correa, se invierte 300 dólares y se venden 20 pantalones en el mes de septiembre.
INVERSION O COSTO:	\$ 240		
PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 20		
VENTA DE PANTALONES	20		

Tabla 24

Roí Campaña de Google Ads de camisas en el mes de Julio

CAMPAÑA GOOGLE ADS

MES:	Julio	Import flash: saca publicidad de las camisas estampadas a 12 dólares por precio de lanzamiento el mes de julio para lo cual invierte en anuncios pagados 100 dólares (total mes \$100). Al final de julio se vendieron 31 pantalones.
INVERSION O COSTO:	\$ 100	
PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 12	
VENTA DE CAMISAS	31	

Tabla 25

Roí Campaña de Instagram de vestidos en el mes de Agosto

CAMPAÑA INSTAGRAM

MES:	AGOSTO	Import flash: se genera publicidad en Instagram de vestidos midi a 20 dólares cada uno, en el cual se invertirá 160 dólares para publicidad en el mes de agosto y se vendieron 34 vestidos.
INVERSION O COSTO:	\$ 160	
PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 20	
VENTA DE VESTIDOS	34	

Tabla 26

Roí Campañas de publicidad por App

		Q	COSTO	VENTAS	UTILIDAD	ROI
CAMPAÑA	MEDIO	VENTAS	CAMPAÑA	(BENEFICIO)	(V-C)	(U/I)
CHOMPAS						
CORTA						
VIENTOS	FANPAGE	27	210	810	600	286%
PANTALONES						
AMERICANOS	FANPAGE	20	240	400	160	67%
CAMISAS						
ESTAMPADAS	GOOGLE ADS	31	100	372	272	272%
VESTIDOS						
MIDI	INSTAGRAM	34	160	680	520	325%
TOTAL		112	710	2262	1552	219%

Interpretación del ROI: Un ROI superior al 200% muestra que las estrategias

utilizadas son rentables. Sin embargo, la estrategia de marketing para los pantalones americanos debe mejorarse, ya que no permitió recuperar el 100.

6.2 Presentar la tienda online actualizada e integrada con todos los sitios web y las redes sociales. Resumen de links



<https://www.facebook.com/profile.php?id=61560014916932>



<https://www.instagram.com/importflash3/>



<https://store105182511.company.site/products>



<https://trello.com/b/fc4u6hRG/contenidos-para-redes-sociales>



https://www.google.com/search?q=Import+Flash&stick=H4sIAAAAAAAAAA-NgU1I1qLA0TDG1tEv0MESzSzJNtDC0MqhIMU1MTkwxNzBNSkw0Tkm2XMTK45lbkF9UouCWk1icAQD20psmOAAAA&hl=en&mat=CSIQEjZZXTwgElcBEKoLaOSYKjb70WywgUa0tCY8cXq1k0c_vDlsRBYU8SNdVPjNN7LmTclK0AEeQtPgeyuOptRdNhFwPvO6nM3fg8QInnjCngli6SDC-WqttDZQglEDTXo&authuser=0



<https://importflash3.wixsite.com/misitio>



<https://www.tiktok.com/@import3flash>

7.1 CONCLUSIONES

- **Saturación del Mercado Digital:** El mercado en línea para la importación y comercialización de ropa está altamente saturado, lo que representa un desafío

significativo para Import Flash. La competencia creciente hace que sea difícil destacar y captar la atención de los consumidores, especialmente en un entorno donde las opciones son abundantes.

- **Necesidad de Diferenciación:** En un entorno digital competitivo, la diferenciación es clave. Import Flash debe enfocarse en ofrecer productos únicos y servicios de personalización que permitan a los clientes expresar su individualidad. Este enfoque puede ser un factor determinante para atraer y fidelizar a los consumidores.
- **Importancia del Marketing Digital:** El marketing digital es esencial para el éxito de Import Flash. La implementación de estrategias como SEO y SEM, junto con una fuerte presencia en redes sociales, puede aumentar significativamente la visibilidad y el alcance de la marca, tanto en el mercado local como en el internacional.
- **Segmentación del Público Objetivo:** Es fundamental comprender y segmentar adecuadamente el público objetivo. Import Flash debe centrarse en las generaciones Millennials y Z, que son más propensas a realizar compras en línea y buscan autenticidad y personalización en sus experiencias de compra.
- **Desafíos Legales y de Confianza:** La competencia en línea también trae consigo desafíos como la falsificación y la piratería, que pueden dañar la reputación de la marca y afectar la confianza del consumidor. Es crucial que Import Flash implemente medidas para proteger su marca y asegurar la autenticidad de sus productos.
- **Oportunidades en el Mercado Local:** A pesar de los desafíos, el estudio de mercado realizado en Chillogallo muestra que existe una buena acogida para el tipo

de negocio que ofrece Import Flash. Con la correcta planificación y ejecución, la empresa tiene el potencial de prosperar en el mercado local y, eventualmente, expandirse a otros sectores y provincias.

8.1 RECOMENDACIONES

- **Implementar Estrategias de Diferenciación:** Para destacarse en un mercado digital saturado, Import Flash debe enfocarse en desarrollar y promover elementos únicos que lo diferencien de la competencia. Esto podría incluir la creación de colecciones exclusivas, colaboraciones con diseñadores locales o internacionales, o la introducción de servicios innovadores como la personalización de prendas en tiempo real. Además, es fundamental que la marca comunique claramente su propuesta de valor a través de todos sus canales digitales, asegurándose de que los consumidores comprendan lo que hace que Import Flash sea especial y por qué deberían elegirlo sobre otras opciones.
- **Fortalecer las Estrategias de SEO y SEM:** Dado que la visibilidad en línea es crucial para el éxito en el comercio electrónico, se recomienda que Import Flash invierta en estrategias avanzadas de SEO y SEM. Esto incluye la optimización continua del contenido del sitio web para palabras clave relevantes, la creación de back links de calidad, y el uso de campañas de publicidad pagada que estén cuidadosamente segmentadas y monitoreadas para maximizar el retorno de inversión. Import Flash también debería considerar la creación de contenido multimedia atractivo, como videos y blogs, que no solo mejore su posicionamiento en motores de búsqueda, sino que también ofrezca valor a sus clientes y los mantenga comprometidos.
- **Utilizar Herramientas de Análisis de Datos para la Segmentación:** Para

maximizar la efectividad de las campañas de marketing digital, Import Flash debería utilizar herramientas de análisis de datos que permitan una segmentación precisa de su audiencia. Al analizar comportamientos de compra, preferencias y tendencias demográficas, la empresa puede personalizar sus campañas para dirigirse a los segmentos más rentables. Por ejemplo, campañas de email marketing personalizadas, anuncios segmentados en redes sociales y recomendaciones de productos basadas en el historial de compras pueden aumentar significativamente la tasa de conversión y la lealtad del cliente.

- **Expandir la Presencia en Redes Sociales Clave:** Es fundamental que Import Flash mantenga una presencia activa y bien gestionada en las redes sociales más populares entre su público objetivo, como TikTok, Instagram y Facebook. La empresa debería enfocarse en crear contenido visual atractivo y relevante, que refleje las últimas tendencias de moda y resuene con los intereses de sus seguidores. Además, se recomienda el uso de estrategias de marketing de influencers, colaborando con personas influyentes que compartan los valores de la marca y que puedan ayudar a amplificar su mensaje a una audiencia más amplia. Import Flash también podría considerar la realización de concursos, desafíos de moda y campañas interactivas para fomentar la participación y el compromiso de su comunidad en línea.
- **Proteger la Marca y Asegurar la Confianza del Cliente:** Para prevenir los riesgos asociados con la falsificación y el fraude en línea, Import Flash debería implementar medidas de seguridad robustas en su plataforma de comercio electrónico. Esto incluye el uso de certificados SSL, la adopción de sistemas de pago seguros y la implementación de políticas claras de privacidad y protección de

datos. Además, se recomienda que la empresa realice campañas educativas para sus clientes, informándolos sobre cómo identificar sitios web fraudulentos y asegurándose de que solo realicen compras en las plataformas oficiales de Import Flash. La autenticidad y la transparencia deben ser pilares fundamentales en la comunicación con los clientes para construir y mantener su confianza.

- **Monitorear y Adaptarse a las Nuevas Tendencias Digitales:** El entorno digital está en constante evolución, por lo que Import Flash debe mantenerse al día con las nuevas tendencias y tecnologías en el comercio electrónico y el marketing digital. Esto incluye la exploración de nuevas plataformas emergentes, la adopción de tecnologías como la realidad aumentada para la personalización de productos, y la experimentación con nuevas formas de interacción con los clientes, como chat bots y asistentes virtuales. Mantener una mentalidad de innovación continua permitirá a Import Flash no solo mantenerse relevante en un mercado competitivo, sino también anticiparse a las necesidades y expectativas cambiantes de sus clientes.
- **Fomentar la Comunidad y el Compromiso de Marca:** Para fortalecer la lealtad del cliente y crear un sentido de comunidad en torno a la marca, Import Flash debería organizar eventos en línea y fuera de línea que permitan a los clientes interactuar con la marca y entre ellos. Esto podría incluir desfiles de moda virtuales, talleres de personalización de prendas, y reuniones de clientes donde se compartan ideas y se celebre la creatividad. Además, es recomendable que Import Flash utilice sus canales de comunicación para destacar a sus clientes más fieles, compartiendo sus historias y estilos en las redes sociales y en el sitio web, lo que no solo aumentará el compromiso, sino que también humanizará la marca y fortalecerá su relación con la comunidad.

9.1 LISTA DE REFERENCIAS

- (S/f). Edu.ec. Recuperado el 28 de agosto de 2024, de https://evapreg.ister.edu.ec/pluginfile.php/235032/mod_resource/content/0/Mentinnno%20Estado%20Digital%20Ecuador%20Parte%201_%20Usuarios%20de%20Internet%20y%20Niveles%20de%20Digitalizaci%C3%B3n%20Febrero%202024.pdf
- (Del Alcazar, Mentinno, 2024) https://evapreg.ister.edu.ec/pluginfile.php/235031/mod_resource/content/0/Mentinnno%20Estado%20Digital%20Ecuador%20Parte%202_%20Redes%20Sociales%20en%20Ecuador%20Febrero%202024.pdf
- Torres Hernández, Z. (2014). Administración de proyectos: (ed.). México, D.F, México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/ister/39414?page=515>.

10.1 ANEXOS

10.1.1 Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva

Una vez realizada las encuestas a la muestra obtenida de 96 personas que en este caso se realizó a 115 personas se puede verificar lo siguiente:

1. ¿Cuál es tu rango de edad?

Figura 75

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital de rango de edad

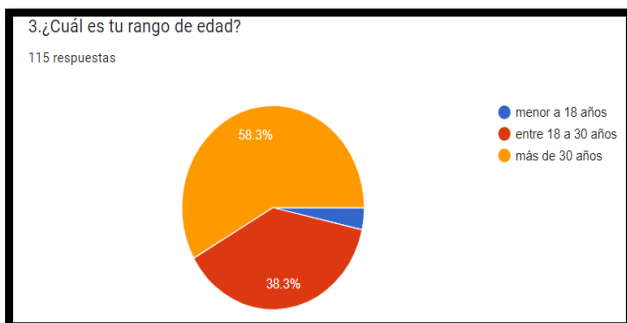


Tabla Estadística					
Edades	100	Frecuencia		Frecuencia Relativa	
		F1	Acumulada	Fracción	Decimal
menor a 18	4	4	4/115	0,03	3
18 a 30	44	48	44/115	0,38	38
más de 30	67	115	67/115	0,58	58
Total	115			1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 3,5% es menor de 18 años, el 38,3% tiene entre 18 a 30 años y el 58,3% tiene más de 30 años.

Análisis: La mayoría de los encuestados tienen más de 30 años.

2. ¿Cuál es tu género?

Figura 76

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital de género

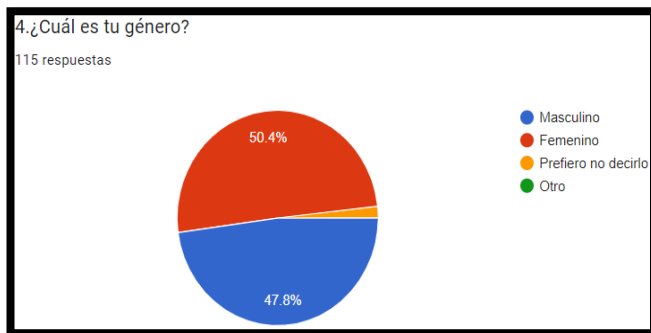


Tabla Estadística					
Género	100	Frecuencia		Frecuencia Relativa	
		F1	Acumulada	Fracción	Decimal
Masculino	55	55	55/115	0,478	48
Femenino	58	113	58/115	0,504	50
Prefiero no decirlo	2	115	2/115	0,017	2
Total	115			1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 50,4% es género femenino, el 47,8% es género masculino y tan solo el 1,7% prefiere no decirlo.

Análisis: La mayoría de los encuestados son mujeres.

3. ¿Con qué frecuencia compras ropa en línea?

Figura 77

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital de frecuencia de compras.



Tabla Estadística					
Frecuencia de compra	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa		
	F1	Acumulada	Fracción	Decimal	%
Eventos especiales	22	22	22/115	0,19	19
2 veces al año	14	36	14/115	0,12	12
Mensual	6	42	6/115	0,05	5
No mucho	73	115	73/115	0,63	63
Total	115			1,00	100

Resultados: Del 100% de los encuestados el 63,5% No compran mucho, el 12,2% lo hacen 2 veces al año, el 5,2% de forma mensual y el 19,1% solo lo hacen en eventos especiales.

Análisis: La mayoría de encuestados no compra mucho en línea.

4. ¿Qué tipos de ropa prefieres comprar en línea?

Figura 78

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital de tipo de ropa.

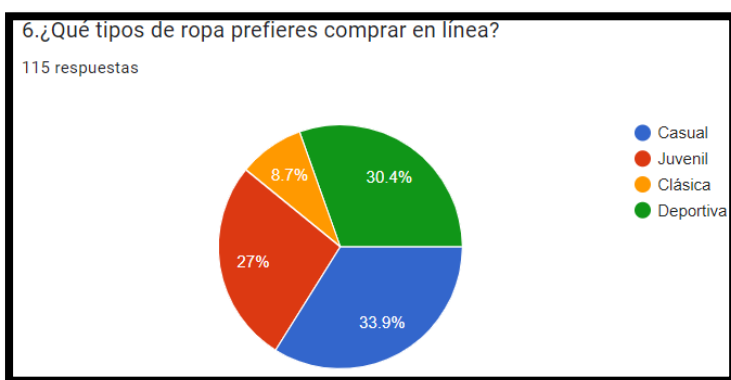


Tabla Estadística					
Tipo de ropa	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa		
	F1	Acumulada	Fracción	Decimal	%
Casual	39	39	39/115	0,34	34
Juvenil	31	70	31/115	0,27	27
Clásica	10	80	10/115	0,09	9
Deportiva	35	115	35/115	0,30	30
Total	115			1,00	100

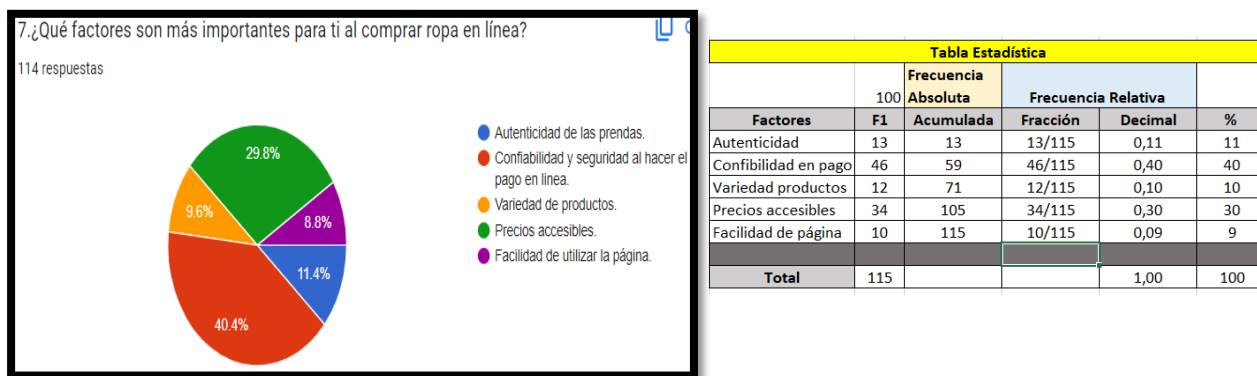
Resultados: Del 100% de los encuestados el **33,9%** prefiere casual, el 27% Juvenil, el 8,7% Clásica y el 30,4% Deportiva.

Análisis: La mayoría de encuestados prefiere el estilo casual.

5. ¿Qué factores son más importantes para ti al comprar ropa en línea?

Figura 79

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital de Factores importantes de compra de ropa.



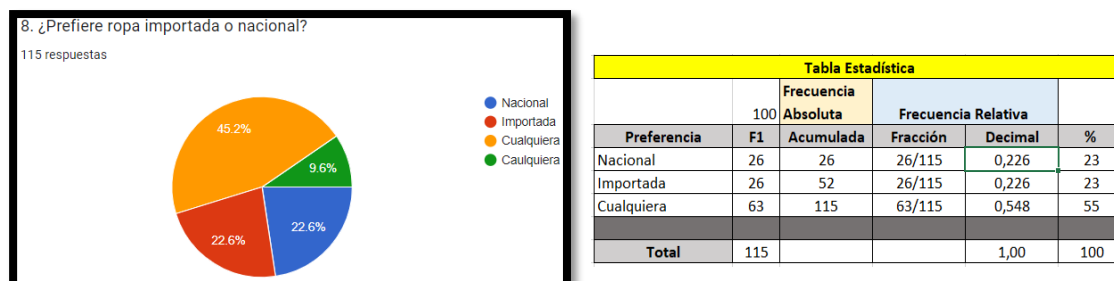
Interpretación: Del 100% de los encuestados el **40.4%** cree importante la confiabilidad y seguridad al hacer el pago en línea, el **29,8%** Precios accesibles, el **11,4%** Autenticidad de las prendas, **9.6%** Variedad de productos y tan solo el **8,8%** facilidad de utilizar la página.

Análisis: La mayoría de encuestados creen importante la confiabilidad y seguridad al hacer el pago en línea

6. ¿Prefiere ropa importada o nacional?

Figura 80

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital de preferencia nacional o extranjero.



Interpretación: Del 100% de los encuestados el 54,8% prefiere cualquier marca, 22,6% prefiere marca y el 22,6% prefiere nacional.

Análisis: La mayoría de encuestados prefieren cualquier prenda de cualquier marca.

7. ¿Qué métodos de pago prefieres utilizar al comprar ropa en línea?

Figura 81

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital del método de pago.

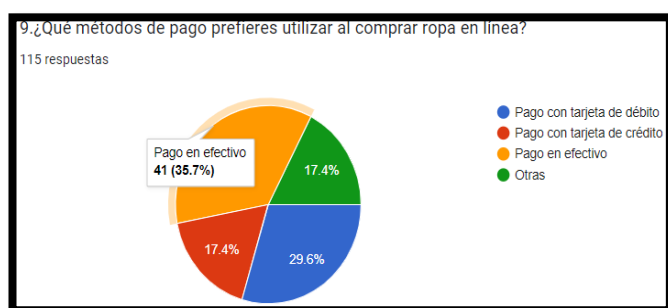


Tabla Estadística					
Método de pago	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa		
	F1	Acumulada	Fracción	Decimal	%
Tarjeta de débito	34	34	34/115	0,30	30
Tarjeta de crédito	20	54	20/115	0,17	17
Efectivo	41	95	41/115	0,36	36
Otras	20	115	20/115	0,17	17
Total	115			1,00	100

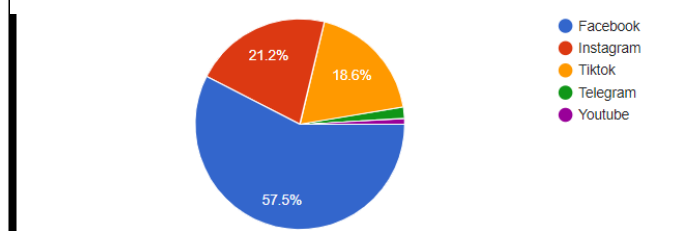
Interpretación: Del 100% de los encuestados el 35,7% prefiere pagar en efectivo, el 29,6% pagar con tarjeta de débito, el 17,4% con tarjeta de crédito y el 17,4% de otras formas.

Análisis: La mayoría de encuestados prefieren pagar sus compras en efectivo.

8. ¿Qué redes sociales usas con más frecuencia para seguir marcas de ropa?

Figura 82

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre redes sociales.



Redes sociales	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa		
	F1	Acumulada	Fracción	Decimal	%
Facebook	65	65	65/115	0,57	57
Instagram	24	89	24/115	0,21	21
Tiktok	21	110	21/115	0,18	18
Telegram	3	113	3/115	0,03	3
Youtube	2	115	2/115	0,02	2
Total	115			1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 57,5% utiliza facebook, el 21,2% Instagram, el 18,6% Tiktok, 1,8% Telegram Y el 0.9% Youtube.

Análisis: : La mayoría de encuestados utilizan facebook para seguir marcas de ropas.

9. ¿Qué tipo de contenido prefieres ver de las marcas de ropa en redes sociales?

Figura 83

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre contenido.



Interpretación: Del 100% de los encuestados el 47% prefiere ver fotos, el 17,4% prefiere publicaciones, el 16,5% Videos, el 11,3% Comentarios, y el 7,8% Reels.

Análisis: : La mayoría de encuestados prefieren ver fotos de la ropa de marcas en redes.

10. ¿Cómo calificas tu experiencia general comprando ropa en línea del 1 siendo malo al 5 siendo excelente ?

Figura 84

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre experiencia.

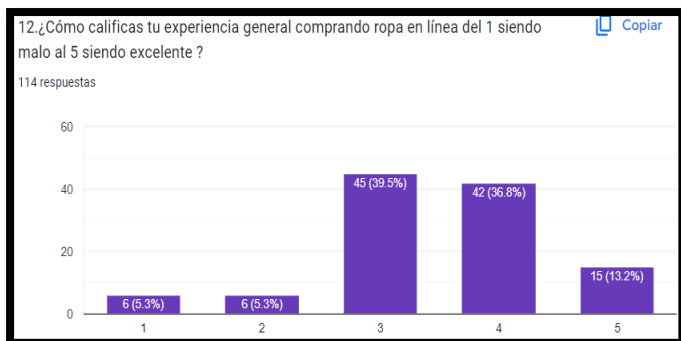


Tabla Estadística						
Experiencia	100 F1	Frecuencia		Frecuencia Relativa		
		Absoluta	Acumulada	Fracción	Decimal	%
1	6	6		54/115	0,05	5
2	6	12		19/115	0,05	5
3	45	58		13/115	0,40	40
4	42	100		9/115	0,37	37
5	15	115		20/115	0,13	13
Total	115				1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 39.5% califica 3, el 36,8%, el 13,2% el número 5 y el número 1 y 2 el 5,3%.

Análisis: : La mayoría de encuestados las personas no han tenido ni buenas ni malas experiencias al momento de comprar ropa en línea.

11. ¿Recomendarás una tienda de ropa en línea a tus amigos/familiares?

Figura 85

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre recomendaciones.

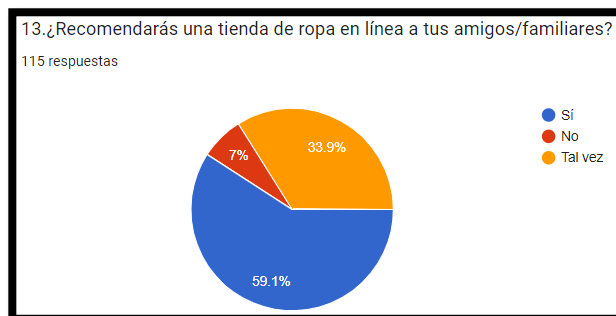


Tabla Estadística						
Recomendarías	100 F1	Frecuencia		Frecuencia Relativa		
		Absoluta	Acumulada	Fracción	Decimal	%
Sí	68	68		68/115	0,591	59
No	39	107		39/115	0,339	34
Tal vez	8	115		8/115	0,070	7
Total	115				1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 59,1% si recomendaría una tienda en línea, el 33.9% Tal vez y tan solo un 7% no recomendaría una tienda de ropa online.

Análisis: : La mayoría de encuestados si recomendarían una pagina de ropa online.

12. ¿Cuánto tiempo dedica normalmente a buscar y comprar ropa en línea?

Figura 86

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre tiempo en línea.

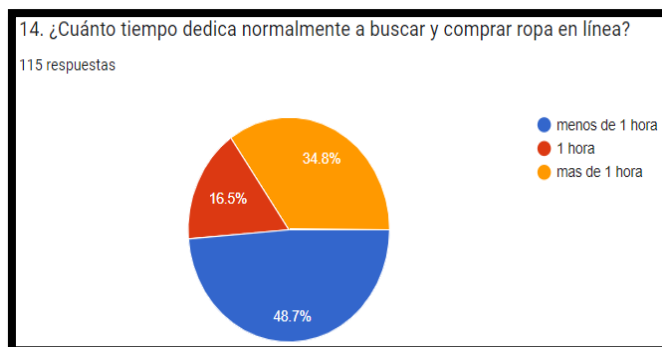


Tabla Estadística					
Tiempo	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa		
	F1	Acumulada	Fracción	Decimal	%
menos de 1 hora	56	56	56/115	0,487	49
1 hora	19	75	19/115	0,165	17
más de 1 hora	40	115	40/115	0,348	35
Total	115			1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 48,7% dedica menos de 1 hora en comprar en línea, el 16,5% 1 hora y tan solo el 34,8% más de una hora.

Análisis: La mayoría de encuestados informan que pasan o realizan compras menos de 1 hora.

13. ¿Cuál es tu presupuesto promedio para comprar ropa en línea por mes?

Figura 87

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre presupuesto.

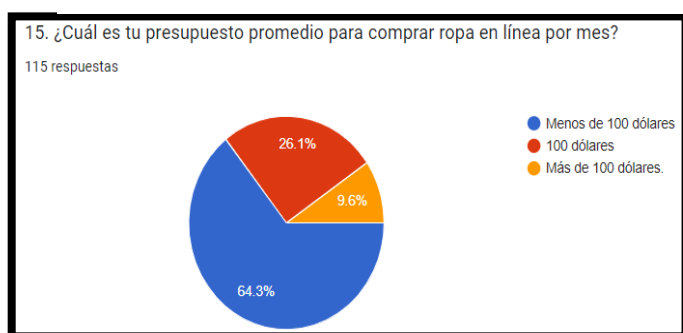


Tabla Estadística					
Presupuesto	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa		
	F1	Acumulada	Fracción	Decimal	%
Menos de 100	74	74	74/115	0,643	64
100 dólares	30	104	30/115	0,261	26
Más de 100	11	115	11/115	0,096	10
Total	115			1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 64,3% tiene presupuesto menor de 100 dólares, el 26,1% 100 dólares y el 9,6% más de 100 dólares.

Análisis: La mayoría de encuestados tienen como presupuesto menor de 100 dólares.

14. ¿Prefieres comprar ropa de marcas reconocidas o estás abierto a probar nuevas marcas?

Figura 88

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre compra de marcas.



Tabla Estadística					
Preferies	Frecuencia		Frecuencia Relativa		
	F1	Acumulada	Fracción	Decimal	%
Solo marcas reconocidas	18	18	18/115	0,157	16
Ambas	97	115	97/115	0,843	84
Total	115			1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 84,3% decidió por comprar ambas y el 15,7% por comprar solo marcas reconocidas.

Análisis: La mayoría de encuestados mencionan que podrían vender más.

15. ¿Qué tipos de promociones te motivan más a comprar ropa en línea?

Figura 89

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre promociones.

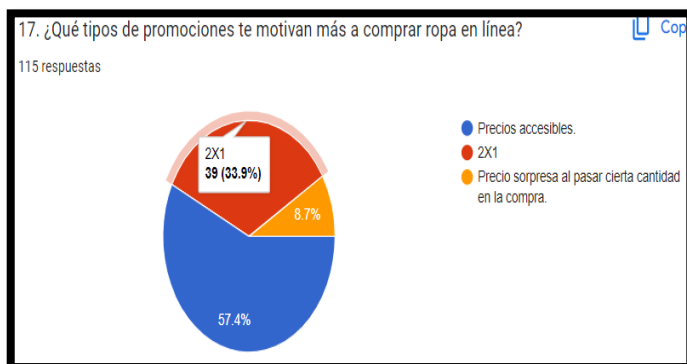


Tabla Estadística					
Promociones	Frecuencia		Frecuencia Relativa		
	F1	Acumulada	Fracción	Decimal	%
Precios accesibles	66	66	66/115	0,574	57
2x1	39	105	39/115	0,339	34
Precios sorpresa	10	115	10/115	0,087	9
Total	115			1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 57,4% desea de promoción precios accesibles, En 33,9% prefiere el 2 x1 y el 8,7% prefiere precios sorpresa.

Análisis: La mayoría de encuestados prefieren de promoción precios accesibles.

16. ¿Qué tan importante es para ti la política de devoluciones al comprar ropa en línea del 1 al 5?

Figura 90

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre devoluciones.

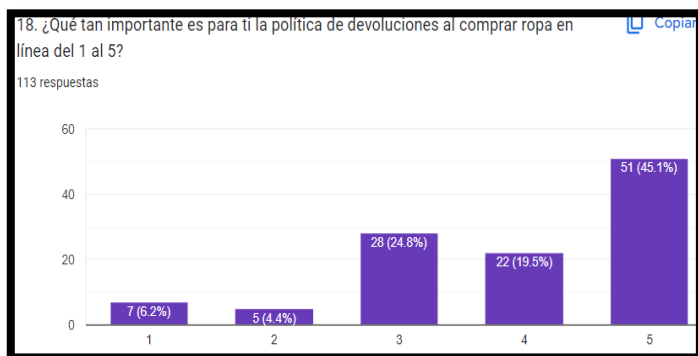


Tabla Estadística					
Devoluciones	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa		
	F1	Acumulada	Fracción	Decimal	%
1	8	8	8/115	0,07	7
2	6	14	6/115	0,05	5
3	28	42	28/115	0,24	24
4	22	64	22/115	0,19	19
5	51	115	51/115	0,44	44
Total	115			1,00	100

Interpretación Del 100% de los encuestados el 45,1% cree que es muy importante, 24,8 no tiene importancia, el 19.5% menciona que está un poco más de bien y 6.2 % tienen una pésima experiencia.

Análisis: La mayoría de encuestados los cliente mencionan que si es importante tener un prgrma de devolución.

17. ¿Deseas recibir información sobre nuestras promociones y novedades?

Figura 91

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre recibir promociones.



Tabla Estadística					
Notificaciones	Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa		
	F1	Acumulada	Fracción	Decimal	%
Sí	52	52	52/115	0,452	45
No	23	75	23/115	0,200	20
Talvez	40	115	40/115	0,348	35
Total	115			1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 45,2% Si desea recibir notificaciones, 34,8 Talvez quisiera recibir notificaciones y el 20% no quiere recibir notificaciones.

Análisis: La mayoría de encuestados mencionan que si desean recibir notificaciones de productos nuevos.

18. ¿Te gustaría tener una opción para personalizar la ropa (por ejemplo, colores, estampados, medidas)?

Figura 92

Gráfico y tabla estadística pregunta encuesta digital sobre opciones de personalización.

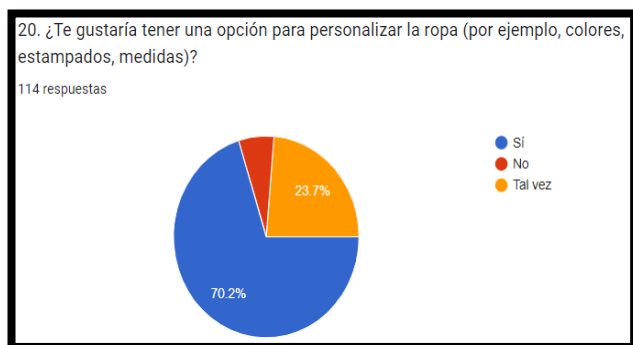


Tabla Estadística					
Personalizar ropa	Frecuencia		Frecuencia Relativa		
	100	Absoluta	Fracción	Decimal	%
Sí	F1	Acumulada			
Sí	80	80	80/115	0,696	70
No	8	88	8/115	0,070	7
Talvez	27	115	27/115	0,235	23
Total	115			1,00	100

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 70,2% piensa interesante la creación de prendas, el 6,1 % No le parece confiable, y 23,7% no lo prefiere.

Análisis: La mayoría de encuestados mencionan el plus del negocio sera la confección de ropa personalizada.