



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO  
“LITTLE LEAF”:  
GERENCIA DE ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

**Elaborado por:**

**ERIKA ELIZABETH VIÑANSACA NIOLA**

**Tutoría por: Suleen Diaz**

**GRADO**

**Trabajo previo a la obtención del Título de:**

**Licenciado en Administración de Empresas**

**Guayaquil, Ecuador  
Enero, 2024**

## 2. Cláusula de Autorización

Yo, **Viñansaca Niola Erika Elizabeth** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy la autora del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Little Leaf: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “Little Leaf”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Mercedes Mayerli Acebo Merchán, Juan Sebastian Alonso Alvarez, Stephano Gebrael Bucaram Loaiza, Alejandro Javier Cisneros Verduga, Viomary Abigail Mera Sanchez.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



---

**Viñansaca Niola Erika Elizabeth**  
**0929532349**

Declaro que,

**Yo, Viñansaca Niola Erika Elizabeth** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Little Leaf: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



---

**Viñansaca Niola Erika Elizabeth**  
**0929532349**

### **3. Resumen Ejecutivo**

El presente documento describe el desarrollo del modelo de negocio. El proyecto fue elaborado partiendo de la metodología del Design Thinking, la cual permitió crear un negocio enfocado en las necesidades reales del nicho objetivo.

De este proceso surge Little Leaf como una plataforma web de compra y venta de ropa de segunda mano para el segmento infantil. El sitio web destaca por garantizar una buena experiencia al usuario, especialmente por sus precios económicos y seguridad de pago.

Dentro de la investigación de mercado se estableció como grupo objetivo a madres de edades entre 20 a 45 años de niveles socioeconómicos B, C+, C-, de Guayaquil, Daule, Durán y Samborondón. Se realizaron encuestas y grupos focales, lo cual, ayudó al desarrollo de la estrategia de marketing. Los principales resultados de las encuestas fueron, que el 51,7% está dispuesto a comprar ropa de segunda mano y el 55,3% está dispuesto a vender. Igualmente, el precio máximo a pagar por prenda sería \$20. Estarían dispuestos a pagar una tarifa del 10% a 15% por venta.

Para el plan de marketing el principal enfoque es destacar nuestra garantía de calidad, precios asequibles y la experiencia del usuario. El marketing digital, por medio de redes es clave para conectar con las madres más allá de solo ser un sitio web, se busca crear una comunidad para compartir consejos sobre crianza, temas de sostenibilidad, etc. La colaboración con influencers y microinfluencers que hagan contenido sobre maternidad, es clave para la estrategia. El email marketing es otra estrategia utilizada para promocionar nuevos productos, dar a conocer ofertas, dinámicas y ropa de temporada.

Se abordan también temas de la composición del equipo de Little Leaf, que está compuesto por 18 colaboradores. Igualmente, para garantizar la satisfacción de cliente y de colaboradores, además para la buena gestión del negocio se establecieron KPI's.

La inversión inicial del proyecto es de \$15.115,76 los cuales van a ser financiados por los 6 fundadores. Se estima que los ingresos para el primer año serán de \$497.147,40. Los indicadores de viabilidad financiera son positivos. La TIR es de 76,82% y el VAN de \$76.279,93.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Mercedes Mayerli Acebo Merchán, Juan Sebastian Alonso Alvarez, Stephano Gebrael Bucaram Loaiza, Alejandro Javier Cisneros Verduga, Viomary Abigail Mera Sanchez y Erika Elizabeth Viñansaca Niola explica el plan de negocios del proyecto denominado “Little Leaf”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

- 4. *Palabras claves:*** Plataforma digital, madres, ropa de segunda mano, recursos humanos, estructura organizacional.

### **5.Consideraciones Éticas**

Dentro del marco ético del presente modelo de negocio, se establece un firme compromiso de respeto hacia la propiedad intelectual de los autores, junto la adecuada citación de las diferentes fuentes información consultadas. Se respalda la confiabilidad y veracidad de los datos obtenido grupos focales y encuesta mediante evidencias.

Se debe destacar que como parte integra del proceso de investigación se obtuvo autorización previa por parte de los participantes, que expresan la confidencialidad de sus datos destinados para fines académicos.

## 6. Índice de Contenido

2. Cláusula de Autorización	2
3. Resumen Ejecutivo	4
4. <i>Palabras claves:</i>	5
5. Consideraciones Éticas	6
6. Índice de Contenido	7
7. Antecedentes y Justificación	8
8. Objetivo General y Específicos del proyecto	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
9. Breve Descripción del modelo de negocios	10
10. Gerencia: Estudio Administrativo	14
<b>10.1. Definición de Misión, Visión y valores</b>	14
10.1.1 Planeación estratégica y del Recurso Humano	14
10.1.1.1 Definición de misión, visión y valores corporativos	14
10.1.1.2 Organigrama de la organización	15
<b>10.1.2. Necesidades de Recursos Humanos</b>	17
10.1.2.1. <i>Análisis y diseño de puestos del negocio.</i>	17
10.1.2.2. <i>Procedimientos de selección de personal a implementar.</i>	21
<b>10.1.4. Indicadores Claves de Gestión (KPI's)</b>	24
10.1.4.1. <i>Fijación de principales KPI's del negocio.</i>	24
11. Conclusiones y Recomendaciones	34
12. Referencias Bibliografía	38

## 7. Antecedentes y Justificación

Debido a la contaminación generada por la industria textil, que representa el 20% de la contaminación mundial de agua potable (Parlamento Europeo, 2020), surge la necesidad de encontrar alternativas que promuevan la economía circular. Bajo este contexto, la opción de comprar y utilizar ropa de segunda mano es una alternativa ideal, especialmente por ser un nicho de crecimiento en el país. Datos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas (SRI) en el periodo del 2021-2022 las tiendas especializadas de ropa de segunda mano han tenido un crecimiento del 33%.

Ante las limitadas opciones en el mercado, el modelo de negocios se enfocará en el nicho de ropa de segunda mano de niños y bebés, debido al rápido crecimiento de los niños que terminan dejando prendas en el camino, lo que hace que las madres acumulen ropa que se usó poco tiempo o que ni ocupó. Igualmente, se quiere aprovechar un nicho afectado debido a la situación del país después de la pandemia, con un índice alto de desempleo y empleo informal. Según el INEC (2021), solamente 3 millones de personas poseen un empleo adecuado, por ende los hogares priorizan otros gastos y valoran el ahorro económico al momento de comprar ropa para su hijo/a.

Al profundizar en el conocimiento del usuario, se identificó que la opción de comprar y vender ropa de segunda mano es una posibilidad para ellas. Sin embargo, actualmente existe la dificultad de encontrar plataformas o lugares confiables donde comprar, que cuenten con diversidad en productos, sea seguro, a un buen precio y de calidad para sus hijos. Además de evitar ser estafadas, ya que hay sitios web donde no existe un reglamento claro de devoluciones. También, se observó mediante el Design Thinking, que a las madres les falta tiempo para hacer compras, ya que, ellas trabajan o estudian mientras atienden a sus hijos. Teniendo en consideración esto, el canal digital es el más apropiado para este segmento.



En respuesta a estas necesidades, nace Little Leaf, siendo un sitio web para la compra y venta de ropa de segunda mano enfocada al segmento infantil de edades entre 0 a 12 años. La página web está dirigida principalmente a madres primerizas o con hijos ya mayores. Una plataforma que garantiza una experiencia fácil, segura y con precios asequibles, tanto para el comprador como para el vendedor.

En Little Leaf, el objetivo de conectar tanto a vendedoras como compradoras y así formar una comunidad que no solo se enfoque únicamente en lo monetario sino en crear un vínculo entre los clientes y la página. Es un negocio dirigido para aquellas mujeres que tengan una situación económica limitada y también para mujeres que estén interesadas en obtener un ingreso o que tengan ropa almacenada que ya no usen sus hijos siguiendo la premisa “lo que para unos es basura para otros es un tesoro”.

Por lo que ofrece servicios como inspección de la prenda, empaquetado y etiquetado, servicios premium, precios subastables, opciones de desinfección de la prenda y servicio delivery, botón de pago y en el caso de no contar con tarjeta de crédito, la opción de hacer depósitos o transferencias. Todo esto para garantizar la calidad y seguridad de las prendas para sus hijos.

En este sentido, se realizó un testeo de un prototipo para analizar la viabilidad de este producto mínimo. Con un lanzamiento previo a su inauguración, Little Leaf logró captar en redes sociales una atención de los posibles usuarios de la plataforma. Se realizaron dos videos que fueron posteriormente subidos a la plataforma Facebook, en los cuales, se pedía a los usuarios que ingresen a un link si es que les interesaba participar como compradores o como vendedores. Ambos videos tuvieron una inversión en pauta digital de 30 dólares segmentados a las ciudades de interés ya mencionadas: Guayaquil, Durán, Daule y Samborondón con una duración de 4 días. En el video de compradores, se obtuvieron 277 clics en el enlace. En

cambio, el video de vendedores tuvo un resultado de 271 clics en el enlace. Es decir, casi 550 personas mostraron interés y este experimento justifica la presencia de un nicho de mercado interesado en la propuesta del negocio.

## **8.Objetivo General y Específicos del proyecto**

### **Objetivo General**

Desarrollar una plataforma web líder en Guayaquil para la compra y venta de ropa de segunda mano para niños y bebés que se destaque por sus precios asequibles, seguridad y calidad de las prendas.

### **Objetivos Específicos**

- Explorar la metodología Design Thinking para crear un producto innovador enfocado en las necesidades de grupo objetivo.
- Investigar y analizar la demanda del grupo objetivo para el proyecto.
- Establecer un plan de marketing que permita el posicionamiento de nuestro negocio.
- Evaluar la factibilidad técnica de los procedimientos necesarios para establecer el negocio.
- Establecer la estructura organizacional de la empresa, misión, visión, y valores.
- Definir la viabilidad financiera del modelo de negocio en relación con el mercado.

## **9. Breve Descripción del modelo de negocios**

La creación del modelo de negocio es siguiendo la metodología de Design Thinking, la cual consiste en 5 fases: empatizar, definir, idear, prototipar y testear. Durante la fase de empatizar y definir, se pudo conectar con las diferentes problemáticas de las madres y obtener insights de ellas al momento de comprar. Así, obteniendo como respuesta que existe el interés de comprar sin la necesidad de salir de la casa en cualquier parte, ahorrando gastos como el de movilización, además de ahorrarse el tiempo de estar buscando una prenda adecuada que le quede al niño/a y también de pagar precios altos. Por lo que, en la fase idear propusimos diferentes alternativas para solucionar estos problemas, finalmente se escoge una

y en la parte de prototipar se elaboró un video donde explicamos el funcionamiento de nuestra página web y procedimos a realizar preguntas a un grupo de madres de edades entre 20 a 45 años, con nivel económico medio, medio-típico, se obtienen una retroalimentación para mejorar nuestra propuesta.

Para la investigación de mercado, se establece que la población de las mujeres en edad reproductiva del Guayas de edades entre 15-49 años de los niveles socioeconómicos B, C+, C- , es de 504,360. Con lo cual, se hace una muestra para realizar encuestas que fueron de 381 personas y un grupo focal con cinco madres de familia que nos dieron su opinión acerca del modelo de negocio. Los principales resultados fueron el rango de precios, en el que el máximo a pagar es de \$20 por prenda, la frecuencia de compra es entre una vez cada dos semanas o una vez al mes. De igual manera, el 51.7% de los encuestados comprarían en Little Leaf. Por lo que, se calculó entre la frecuencia de compra y la cantidad de personas que comprarían, que dio como resultado a una demanda total estimada de 90.742 clientes mensuales. Sumado a que el 82.3% de los encuestados pagarían hasta un 15% de comisión por venta. Dentro del grupo focal, encontramos que las principales preocupaciones son: el lavado, entrega a domicilio.

Con estos datos, se establece la estrategia de marketing para las dos audiencias: vendedores y compradores. Para este plan buscamos enfatizar en los bajos precios de los productos, siendo esta característica la principal y nuestra propuesta de valor. Consideramos que también es importante destacar características como la calidad y variedad de los productos, los procesos de calidad para que cumplan con los estándares de seguridad, también la facilidad con la que se pueden hacer negocios en Little Leaf y ganar dinero como vendedor. Sin embargo, los bajos precios son nuestro diferencial con la competencia y productos sustitutos. Con esto en mente, se establece los precios que son: máximo de \$20 por

prenda, el 15% de comisión de venta para los vendedores y adicional se ofrece un servicio de suscripción premium, que incluye acceso a un chat de madres, prendas de mayor valor de precios el cual es de un valor de \$3 que incluye acceso a eventos de trueques, ahorro en tiempo del pedido . El marketing digital es clave para poner en marcha el negocio, las estrategias en redes sociales y el email marketing van a ser lo importante para un mayor alcance y visibilidad de la marca.

Dentro de la parte técnica, se describió el producto el cual es un sitio web dedicado a facilitar la compra y venta de ropa de segunda mano de niños, niñas y bebés. Es esencial entender su lado técnico, que influye en la gestión administrativa y financiera. La plataforma ofrece una variedad de productos con filtros de búsqueda, catálogo en línea y opciones de pago seguro. Los perfiles de usuario para compradores y vendedores con protección y uso transparente de datos establecen transacciones seguras, mientras que la membresía premium brinda beneficios adicionales. La gestión interna de la entrega y las políticas de devolución mejoran la experiencia del cliente.

La propuesta de valor se centra en facilitar la transacción de estos artículos de segunda mano a precios accesibles, atendiendo a madres de diferentes niveles socioeconómicos (B, C+, C-) y formando una comunidad. Para respaldar esto, Little Leaf emplea diversas estrategias, incluyendo un sistema de precios fijos y subastables para artículos, además de regulaciones y protocolos de control de calidad. El equipo necesario para el correcto mantenimiento de la función tecnológica de Little Leaf incluye personal de programación, diseño y un programador senior para monitorear la plataforma.

Dentro de la parte administrativa, definimos la misión, visión y valores de Little Leaf que guían nuestra estrategia y conforman la identidad de la empresa. Por lo cual, para que esto se alinee con nuestra marca, se elabora una estructura organizacional con roles clave,

compuesta de 18 colaboradores como Gerente General, Ejecutivo de Marketing, Ejecutivo de Ventas, Gerente de Logística, Contador, Programador, Diseñador Gráfico y personal de almacenamiento (11 personas), este siendo el más clave para garantizar la calidad de las prendas. Detallamos los parámetros para la selección de cada puesto, incluyendo nivel de instrucción, habilidades, responsabilidades, jerarquía y sueldo.

La gestión de recursos se refleja en una estructura de compensación integral, considerando salarios, aportes al seguro social y honorarios. Se definen indicadores de rendimiento clave para evaluar el progreso en áreas como marketing, recursos humanos, redes sociales, finanzas y software, facilitando la toma de decisiones efectiva.

Para la viabilidad financiera de Little Leaf, se establece un plan de inversiones con un valor total de 15.115,76 dólares, el cual será financiado por 6 inversionistas. Cada uno aportará \$2519,29 (16.66%) con una tasa mínima de retorno del 25% del aporte. Seguido de esto, está la proyección de ventas. En esta, hay una demanda de 90.742, donde la participación a la que se quiere llegar es de 18.148 con una absorción de 100% para el primer año, por esto, se estima una proyección de ventas \$497.147,40 entre compradoras y vendedoras. Además, con una proyección anual de 250.422 unidades, con una tasa de crecimiento del 16,4% por año. Para cubrir la demanda se cuenta con un personal capacitado de 18 personas en total, donde hay 11 personas encargadas del área logística que se ocuparán de la inspección, el empaquetado y etiquetado de nuestro producto y serán entregados a través de una compañía de transporte que repartirán las prendas de Little Leaf a cada usuario que compre dentro de la página. En el caso del vendedor cuenta con la opción de ir a dejar el producto a nuestra oficina o enviarlo por mensajería. Con una TIR sólida del 76,82 % y un VAN positivo de \$76.279,93.

que al ser positiva demuestra que nuestros ingresos superarán nuestros gastos siendo rentable y sólido según las proyecciones.

## **10.Gerencia: Estudio Administrativo**

### **10.1. Definición de Misión, Visión y valores**

#### **10.1.1 Planeación estratégica y del Recurso Humano**

##### **10.1.1.1 Definición de misión, visión y valores corporativos**

###### **Misión**

Proporcionar un servicio digital de compra y venta de ropa, accesorios y juguetes de segunda mano para niños y bebés, enfocado en dar precios accesibles, con calidad asegurada y con seguridad en pago, dando una solución para madres de familia con edades entre 15 años y 45 años de clase socioeconómica media baja, media típica y media alta de la ciudad de Guayaquil.

###### **Visión**

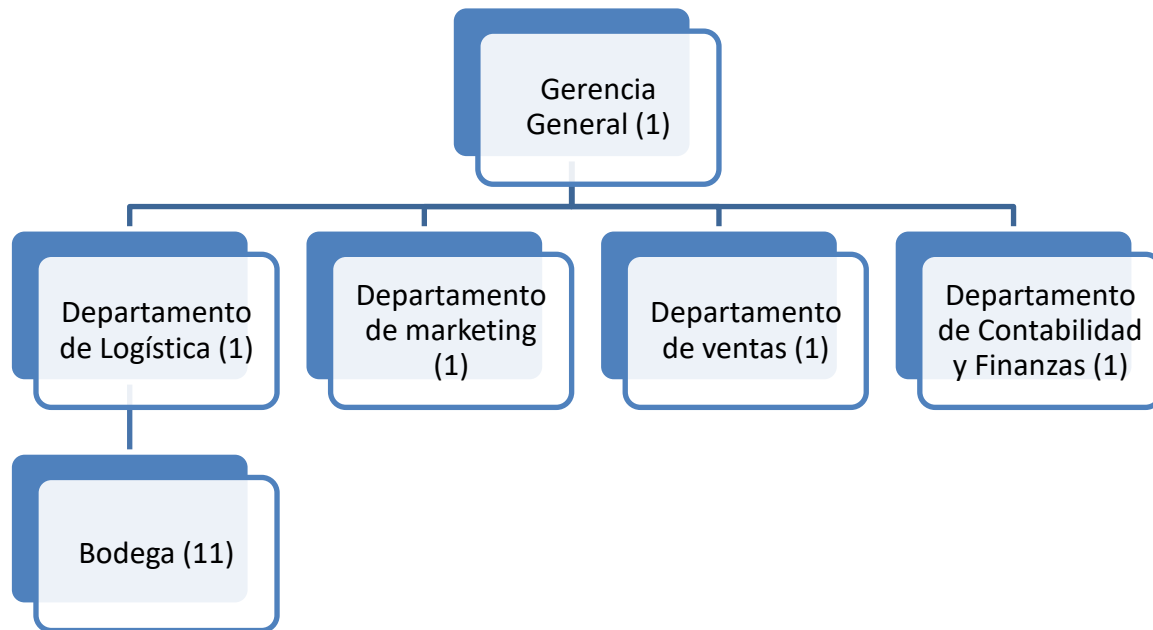
Ser la plataforma digital de compra y venta de ropa, accesorios y juguetes para niños y bebés más usada en Latinoamérica; brindando confianza, seguridad y satisfacción a todos nuestros clientes, proveedores, y asociados.

###### **Valores Corporativos**

1. **Sostenibilidad:** Little Leaf promueve la reutilización y la compra de productos de segunda mano como una forma de reducir el desperdicio y el impacto ambiental, fomentando un estilo de vida más sostenible.

2. **Confianza:** La empresa se enfoca en establecer la confianza entre compradores y vendedores al proporcionar información detallada sobre los productos y la posibilidad de interactuar con los vendedores, lo que garantiza una experiencia de compra segura y transparente.
  
3. **Comunidad:** Little Leaf crea una comunidad en la que los padres pueden conectarse, compartir consejos y experiencias, y participar en trueques, charlas y eventos exclusivos a través de su membresía premium, promoviendo un sentido de pertenencia y apoyo mutuo.
  
4. **Compromiso con calidad e higiene:** La empresa se compromete a garantizar la calidad e higiene de los productos que se venden en su plataforma, manejando las entregas y políticas de devolución para asegurar la satisfacción del cliente y mantener altos estándares de calidad.
  
5. **Orientación al cliente:** Little Leaf se esfuerza por ofrecer un excelente servicio al cliente, brindando asistencia tanto en el proceso de compra como en las devoluciones, asegurando que los clientes tengan una experiencia positiva en todas sus interacciones con la empresa.

#### **10.1.1.2 Organigrama de la organización**



*Fuente:* Elaboración propia

El organigrama es el adecuado para la organización puesto que se establecen puesto que van de acuerdo con la necesidad del modelo de negocio. Igualmente, este se enfoca en actividades claves para el éxito de la organización y alineada a los propósitos de esta.

En primer lugar, tenemos al gerente general que es encargado del correcto funcionamiento de esta, en temas de acuerdos con proveedores, planificación de estrategia y es el representante de la empresa. El mismo que se ya escogido por la junta de socios. Bajo supervisión está el Gerente Logístico, clave para establecer el monitoreo y planes para la gestión de envíos. Un ejecutivo de ventas para el desarrollo del plan de ventas y soluciona los problemas que se presentan en torno a ellas, asimismo el ejecutivo de marketing permitirá lograr llegar a nuestro mercado meta y conectar este. Por otro lado, el personal de bodega conformado de 11 personas va de la mano para poder garantizar que los productos que se entregan estén en buen estado. También se contratará por honorarios al programador y al diseñador gráfico. El organigrama es clave y cubre las áreas de interés para que el proyecto funcione de manera adecuada.



## 10.1.2. Necesidades de Recursos Humanos

### 10.1.2.1. Análisis y diseño de puestos del negocio.

El modelo de negocio requiere de personal preparado para desarrollar correctamente las actividades y obligaciones para el funcionamiento de la empresa. Por esta razón, se proponen distintos puestos de trabajo, con las funciones específicas que realizarán y los objetivos que se plantea.

<b>Puesto: Gerente General</b>	
<b>Resumen del puesto</b>	Persona encargada de la toma de decisiones importantes en la empresa. Con la preparación y rango que este cargo necesita, el gerente general debe establecer los lineamientos generales de la empresa, su plan de acción, y estar constantemente ideando estrategias para la innovación y el correcto funcionamiento en general. Ejerce la representación legal de la empresa.
<b>Relaciones</b>	Supervisa: a directores y departamentos encargados
	Relaciones exteriores con marcas, proveedores y empresa de transporte
<b>Funciones</b>	Planificación, estrategia y ordenamiento de las acciones importantes para la empresa.
	Supervisión de las distintas áreas
	Administración de recursos, toma de decisiones financieras, manejo de presupuesto
	Representación de la empresa ante la sociedad civil y entidades regulatorias y de control
<b>Salario</b>	\$5000
<b>Recursos usados</b>	Computadora, teléfono móvil.
<b>Puesto: Programador</b>	
<b>Resumen del puesto</b>	El programador se encarga netamente de la funcionalidad de la plataforma digital. Este debe diseñar, programar y mantener las acciones que se pueden realizar en Little Leaf.

<b>Relaciones</b>	Supervisa: a equipo de programación, proveedores de ordenadores
<b>Funciones</b>	Definir las especificaciones técnicas para el desarrollo de la plataforma digital
	Diseñar y mantener el funcionamiento del software
	Aplicar mejoras, últimas actualizaciones en la plataforma digital de manera que sea funcional
<b>Salario</b>	\$800
<b>Recursos usados</b>	Computadora, ordenadores, monitores, discos duros, teléfono móvil, herramientas de programación
<b>Puesto: Ejecutivo de Marketing</b>	
<b>Resumen del puesto</b>	El ejecutivo/a está encargado de realizar una estrategia comunicacional que contenga campañas, plan de contenido y cronograma específico sobre la empresa, a partir de los objetivos y plan de acción que haya definido la gerencia general
<b>Relaciones</b>	Reporta a: Gerente General
	Relación con medios de comunicación, marcas, y aliados estratégicos
<b>Funciones</b>	Crear estrategias comunicacionales para la promoción de la empresa
	Diseñar un plan de contenido para las redes sociales del negocio
	Coordinar con aliados para la comunicación compartida de descuentos y acciones pertinentes a la empresa
	Implementar campañas publicitarias, a través, de distintos medios comunicacionales
<b>Salario</b>	\$550
<b>Recursos usados</b>	Computadora, teléfono móvil
<b>Puesto: Ejecutivo de ventas</b>	
<b>Resumen del puesto</b>	El puesto para ejecutivo de ventas es muy importante, debido a que, este debe diseñar toda la estrategia comercial que permita de manera eficiente generar los recursos económicos necesarios para administrar la empresa y obtener ganancias
<b>Relaciones</b>	Coordinación con demás áreas de la empresa

	Reporta a: Gerente General
	Coordinación con proveedores y aliados estratégicos
<b>Funciones</b>	Definir una estrategia comercial que esté alineada con los objetivos de la empresa
	Asesoramiento y solución de conflictos relacionados con la venta
	Evaluar las estrategias comerciales mediante estudios de mercado
<b>Salario</b>	\$500
<b>Recursos usados</b>	Computadora, teléfono móvil, calculadora.
<b>Puesto: Contador</b>	
<b>Resumen del puesto</b>	El contador es el encargado de la parte financiera de la empresa. Es la persona que debe manejar eficientemente los recursos económicos, controlar los gastos, las inversiones, los ingresos y las obligaciones fiscales.
<b>Relaciones</b>	Reporta a: Gerente General
<b>Funciones</b>	Controlar los estados financieros, movimientos económicos y las obligaciones fiscales
	Realizar los pagos de nómina a trabajadores de la empresa, así como, sus obligaciones de ley
	Manejo de libros contables y asesoría para el eficiente uso de los recursos económicos de la empresa
<b>Salario</b>	\$800
<b>Recursos usados</b>	Computadora, teléfono móvil, teléfono fijo, calculadora, impresora
<b>Puesto: Diseñador Gráfico</b>	
<b>Resumen del puesto</b>	El diseñador gráfico debe generar una identidad gráfica para la empresa, donde contemplen los colores, tipografía y toda la línea gráfica. Asimismo, debe servir de soporte para la ejecutiva de marketing para la comunicación digital y promocional, así como, al programador para el diseño de banners web
<b>Relaciones</b>	Reporta a: Ejecutivo de marketing, Programador, Gerente General
<b>Funciones</b>	Generar una identidad gráfica con manual de marca para la empresa

	Brindar soporte gráfico para la comunicación y generación de contenido digital
	Brindar soporte al programador para el diseño de la plataforma digital
<b>Salario</b>	\$500
<b>Recursos usados</b>	Computadora, monitores, pad mouse, discos duros, teléfono móvil
<b>Puesto: Gerente Logístico</b>	
<b>Resumen del puesto</b>	El gerente logístico debe planificar una eficiente logística para que todos los productos y artículos que lleguen, deban ser almacenados, revisados con parámetros de calidad, catalogados, ordenados y que estén listos para la entrega
<b>Relaciones</b>	Reporta a: Gerente General
	Coordinación con personal de almacenamiento y logístico
	Proveedores y encargados del delivery
<b>Funciones</b>	Dirigir y monitorear el ciclo de pedidos
	Organizar al equipo de almacén para un correcto orden, catálogo y entrega de los artículos
	Planificar eficientemente la logística, transporte y entrega de los artículos
	Ejercer controles de calidad
<b>Salario</b>	\$2500
<b>Recursos usados</b>	Computadora, teléfono móvil, agenda, auto, bodegas
<b>Puesto: Personal de bodega</b>	
<b>Resumen del puesto</b>	El personal de almacén es la base de la parte logística. En Little Leaf el vendedor enviará sus artículos a los dos centros de almacenamientos, y el personal tiene que catalogarlos, ordenarlos, con sus propias manos organizar el proceso de entrega y seguir los lineamientos del gerente logístico
<b>Relaciones</b>	Reporta a: Gerente logístico
	Coordinación con encargados de delivery

<b>Funciones</b>	Revisar la calidad de los artículos que llegan a los centros de almacenamiento
	Catalogar y ordenar los artículos
	Coordinar con el servicio de envío a domicilio para la eficiente entrega
	Empaquetar el artículo y sellar con el distintivo de calidad que ofrece Little Leaf
<b>Salario</b>	\$460
<b>Recursos usados</b>	Camioneta, equipo logístico, material de empaquetamiento, telefonía móvil

Fuente: Elaboración propia

#### **10.1.2.2. Procedimientos de selección de personal a implementar.**

##### **Gerente General:**

Un Gerente General debe tener maestría en carrera de Negocios Internacionales, Administración de empresas o carreras afines. Debe contar con experiencia en cargos relacionados de gerencia y manejo de personal. Está persona será el representante legal de la empresa y velará por el cumplimiento de todos los requisitos legales que ésta conlleve. Está encargada de dar la cara a los socios y a las entidades públicas, dando los respectivos reportes y el porqué de las decisiones que se tomen en torno al funcionamiento y manejo de la empresa. Debe ser un líder nato que tome el liderazgo y ponga su ejemplo en la dirección y ritmo de trabajo, afinado a la visión y misión de la empresa. Debe ser comunicativo, para poder abordar los problemas con el personal y los clientes que puedan aparecer.

##### **Programador**

Deberá tener un título de tercer nivel en ciencias de computación, ingeniería informática, ingeniería de software o carreras afines. Deberá de contar con experiencia previa en creación de páginas web, apps, software. Debe ser capaz de diseñar, desarrollar, implementar, mantener y mejorar el software. Manejo del idioma inglés, ya que la mayoría de

las soluciones de softwares se encuentran en ese idioma. Manejo de diversos lenguajes de programación. Ser capaz de identificar fallas y errores en los sistemas.

### **Ejecutivo de Marketing**

Dentro del perfil, deberá tener un título de tercer nivel en Marketing, Comunicación o carreras afines. Deberá dominar el idioma inglés. Habilidades en creación y desarrollo de estrategias de Marketing. Organización y supervisión de campañas de publicidad y comunicación en redes sociales promocionando los servicios y productos de la marca en numerosos canales. Organización de exhibiciones y eventos promocionales, desarrollando las ideas para crear contenido y programar la implementación.

### **Ejecutivo de Ventas**

Debe tener un título de tercer nivel en carrera de ventas, administración de empresas o carreras afines. Debe ser capaz de resaltar los beneficios y características de los productos de la empresa y superar las objeciones de los clientes. Habilidades de organización y gestión del tiempo. Debe comprender la industria y a nuestro nicho de mercado.

### **Contador.**

Debe tener un título de tercer nivel en carreras de finanzas, Economía, Contaduría, Administración de empresas o carreras afines. Debe tener la habilidad de diseñar, gestionar y ejecutar las estrategias económicas y financieras de la empresa. Poder interpretar la información contable para el planeamiento, el control y dar cumplimiento a la normativa tributaria y demás información de los entes de control. reportes para la toma de decisiones.

Características de organización, liderazgo, capacidad de adaptación, conocimiento numérico, interés por la realidad social y económica, compromiso, sentido lógico, capacidad de síntesis y razonamiento.

**Diseñador Gráfico**

Debe tener un título de tercer nivel en Diseño Gráfico, Marketplace o carreras afines. Debe manejar servicios especializados en diseño, comunicación y multimedia. Conocedor de arte y cultura, y gestión del diseño: ilustración y fotografía. Poder generar contenido y diseños a fines de nuestros valores, misión y visión de la empresa, usando la ruleta de colores predilecta.

**Gerente Logístico**

Debe tener un título de Tercer nivel en carreras como Administración de Empresas, Negocios Internacionales o carreras afines. Conocimiento del área metropolitana donde se distribuyen los productos, organización del almacén y conocimiento de las mercancías gestionadas. Control de las rutas, tiempos de envíos, correcto embalaje y calidad de la entrega, maximizando los recursos. Experiencia en manejo de personal y servicio al cliente.

**Personal de Almacén.**

Deberá contar mínimo con un título de segundo de nivel Bachiller. Organización, manejo de los tiempos de entrega, supervisor de calidad de productos y correcto embalaje. Trato con personal de servicio de entrega

**10.1.3. Compensaciones**

La compensación sueldos, salarios, prestaciones, etc. es el conjunto de gratificaciones y servicios que los empleados reciben a cambio de su labor. Su administración está a cargo del departamento de capital humano y su finalidad es garantizar la satisfacción de los empleados, lo que a su vez ayuda a la organización a obtener, mantener y retener una fuerza de trabajo productiva. (Werther & Davis, 2014)

Para Little Leaf las compensaciones estarán divididas de acuerdo con su posición o cargo estas serán determinadas a través de las habilidades, responsabilidades y el tiempo

estimado de trabajo sea fijo o eventual. Cabe recalcar que el diseñador gráfico y el programados serán contratados por honorarios.

**Tabla 1:** Cuadro de Salarios de colaboradores

Cargo	Número de empleados	Sueldo Base	Sueldo Honorario	XIII	XIV	Aporte patronal (11,15%)	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Unitario	Total Mensual	Total Anual
<b>Personal administrativo</b>											
Gerente General	1	\$5.000	-	\$416,7	\$37,5	\$557,5	\$208,3	\$416,5	\$6.636,5	\$6.636,5	\$79.638,0
Logístico	1	\$2.500	-	\$208,3	\$37,5	\$278,8	\$104,2	\$208,3	\$3.337,0	\$3.337,0	\$40.044,0
Contable y Financiero	1	\$800	-	\$66,7	\$37,5	\$89,2	\$33,3	\$66,6	\$1.093,3	\$1.093,3	\$13.120,1
<b>Ventas</b>											
Ejecutivo de Marketing	1	\$550	-	\$45,8	\$37,5	\$61,3	\$22,9	\$45,8	\$763,4	\$763,4	\$9.160,7
Ejecutivo de Ventas	1	\$500	-	\$41,7	\$37,5	\$55,8	\$20,8	\$41,7	\$697,4	\$697,4	\$8.368,8
<b>Personal Directo</b>											
almacén	11	\$460	-	\$38,3	\$37,5	\$51,3	\$19,2	\$38,3	\$7.090,7	\$7.090,7	\$85.088,3
<b>Total personal administrativo, ventas y directo</b>		<b>\$9.810,0</b>	<b>\$0,0</b>	<b>\$817,5</b>	<b>\$225,0</b>	<b>\$1.093,8</b>	<b>\$408,8</b>	<b>\$817,2</b>	<b>\$19.618,3</b>	<b>\$19.618,3</b>	<b>\$235.419,8</b>
<b>Servicios prestados</b>											
Programador	1	-	\$800	-	-	-	-	-	\$800,0	\$800,0	\$9.600,0
Gráfico	1	-	\$500	-	-	-	-	-	\$500,0	\$500,0	\$6.000,0
<b>Total con servicio prestados</b>	<b>18</b>	<b>\$9.810,0</b>	<b>\$1.300,0</b>	<b>\$817,5</b>	<b>\$225,0</b>	<b>\$1.093,8</b>	<b>\$408,8</b>	<b>\$817,2</b>	<b>\$40.536,6</b>	<b>\$40.536,6</b>	<b>\$486.439,6</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Little Leaf, cuenta con asistencia contable para la equidad salarial dentro de la empresa ya que así se asegura de que haya una compensación de acuerdo con los cargos identificados y evitar la mala repartición de estos.

#### 10.1.4. Indicadores Claves de Gestión (KPI's)

Según la IEBSchool, 'Los KPIs se tratan de indicadores que miden los objetivos de las empresas en ámbitos tanto tácticos como estratégicos. Estos indicadores tienen como fin alcanzar unos objetivos que impulsen las mejoras continuas para la eficacia.'(Del Campo Fernández-Paniagua, 2023)

##### 10.1.4.1. Fijación de principales KPI's del negocio.



Se han establecido los siguientes KPIs, que son primordiales para que las operaciones del sitio web sean efectivas dentro de los primeros años de vida del negocio. Basada principalmente en las áreas más relevantes para el funcionamiento de la empresa.

### **Principales KPI's de la empresa**

**Margen de utilidad bruta:** El margen de utilidad bruta es un indicador fundamental para evaluar la eficiencia operativa y la rentabilidad de Little Leaf en línea con su estrategia. Este KPI muestra qué porcentaje de los ingresos se mantiene después de deducir los costos directos asociados con la producción o adquisición de los productos que se venden. Un margen de utilidad bruta saludable indica una operación eficiente y una buena gestión de costos.

Se debe calcular mensualmente para evaluar el rendimiento financiero de la empresa y realizar ajustes operativos si es necesario. Un seguimiento periódico permite reaccionar rápidamente ante fluctuaciones en los costos y los ingresos, garantizando así que se mantenga un margen de utilidad bruta óptimo.

- Margen de Utilidad Bruta =  $((\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}) / \text{Ventas}) \times 100\%$

**Retorno de inversión (ROI):** El ROI es un indicador crucial para evaluar la efectividad de las inversiones realizadas por Little Leaf. Representa la relación entre las ganancias o pérdidas generadas por una inversión y el costo de esa inversión. Un ROI positivo indica que la inversión está generando ganancias, lo que es esencial para cumplir con la estrategia de rentabilidad de la empresa.

Se debe calcular trimestralmente para evaluar el rendimiento de las inversiones estratégicas de Little Leaf y ajustar la estrategia según sea necesario. La revisión trimestral

proporciona una visión más amplia de cómo las inversiones están contribuyendo al crecimiento y la rentabilidad de la empresa.

- $ROI = (\text{Valor actual de la inversión} - \text{Coste de la inversión}) / \text{Coste de la inversión}$

**Retorno sobre el Patrimonio Neto (ROE):** Es crucial para evaluar la eficiencia financiera y la utilización efectiva del capital propio por parte de Little Leaf. Refleja la capacidad de la empresa para generar ganancias a partir del capital que ha sido invertido por sus accionistas. Dentro de Little Leaf, donde se busca proporcionar una experiencia beneficiosa para las madres de familia y promover la reutilización de productos para niños, el ROE es fundamental. Un ROE positivo indica que la empresa está utilizando eficazmente su capital para generar beneficios. La aplicación de este KPI sería aplicada trimestralmente permitiendo una evaluación periódica de la eficiencia de la empresa en relación a su uso de capital y en la generación de beneficios para sus accionistas. A su vez permitiría identificar tendencias a lo largo del tiempo, lo que ayuda a tomar decisiones para optimizar la estructura del capital y mejorar la rentabilidad.

- $ROE = \text{Ingresos netas} / \text{Capital social promedio invertido}$

**Rentabilidad recurrente:** La rentabilidad recurrente es un indicador clave que evalúa la capacidad de Little Leaf para generar ganancias de forma constante y sostenible a lo largo del tiempo. Este KPI es vital para evaluar la estabilidad financiera de la empresa y su capacidad para cumplir con la estrategia de rentabilidad y crecimiento sostenible. Se debe medir trimestralmente para evaluar la estabilidad y sostenibilidad de las ganancias de la empresa a lo largo del tiempo. La medición trimestral proporciona una visión de la rentabilidad a largo plazo y permite identificar tendencias y patrones en el tiempo.

- $\text{Rentabilidad recurrente} = (\text{Ganancias netas} / \text{Ingresos totales})$

## **KPI's de marketing**

**Tráfico web diario:** Esta permite ver la cantidad de personas que visitan el sitio web. Con este indicador es clave ya que evaluamos si nuestro plan para el posicionamiento en la web está captando la atención de tráfico a la página web.

**Tasa de conversión sitio web:** Sirve para ver la eficiencia de las estrategias para que un visitante del sitio web realice una compra o publique un artículo de venta en el mismo.

- Tasa de conversión: número de conversiones (compra o publicación de venta)/ número total de visitantes x 100

## **KPI's de experiencia de cliente**

**Tasa de devolución de prendas:** Indica el porcentaje de las prendas vendidas que son devueltas. Es importante porque da a conocer el nivel de satisfacción del cliente y sus expectativas con respecto a los productos de la tienda.

Tasa de devolución de prendas= pedidos devueltos/total de pedidos x 100

**Reseñas sobre los vendedores:** Debido a que Little Leaf cuenta tanto con vendedores como con compradores, las reseñas son un punto clave para ver la satisfacción de los mismos. Proporciona información de la percepción que tienen los clientes con respecto a la calidad del producto que ofrecen los vendedores. Por lo tanto, ayuda a identificar a aquellos vendedores y dar seguimiento para mejorar la experiencia al comprador.

- Medición: Se contabilizarán las reseñas tanto positivas como negativas recibidas hacia ese vendedor, en base a eso se evalúa a los vendedores.

**Tasa de retención del cliente:** Esta tasa mide los clientes que una empresa conserva dentro de un periodo determinado. Este KPI es importante porque ayuda a identificar la capacidad de Little leaf de generar interés en los consumidores y de esta manera poder crear planes para fidelizar tanto de compradores como vendedores. Igualmente conservar clientes

resulta mejor en el aspecto económico, porque no se necesita invertir más cantidad en publicidad hacia nuevos clientes.

- Fórmula:  $[(\text{Clientes al final del período} - \text{clientes nuevos adquirido durante el período}) / \text{clientes adquiridos al principio de un periodo}] * 100$

**Tasa de abandono de carrito:** Este indicador mide el porcentaje de clientes que seleccionan productos para el carro de compras pero al final no realizan alguna compra. Esta métrica sirve para entender el comportamiento de los compradores y de esta manera implementar planes para evitar estas pérdidas.

- Fórmula:  $(1 - \text{Compras} / \text{carritos creados}) * 100$

### **KPI's de redes sociales**

**Alcance:** Este KPI es importante para saber el alcance que tienen los post en las diferentes redes sociales. Permitirá saber qué estrategias y qué tipo de publicaciones está funcionando para la audiencia de little life y de esta manera ir haciendo cambios o mantenernos con lo que funciona.

**CTR (Click through rate):** Click through rate muestra el porcentaje de usuarios que visualizaron un anuncio y proceden a hacer clic en un enlace. Medir el rendimiento que están teniendo la campaña en redes sociales.

- Fórmula:  $\text{número total de visualizaciones del anuncio} / \text{total de clics realizados}$

**Reviews/ Comentarios:** Esta es una medición de carácter cualitativa, ya que se observa la interacción de los compradores al momento de hacer una reseña o comentario en las redes sociales sobre alguna prenda o accesorios. Esto nos ayuda a entender de mejor forma al clientes, y a través de esta retroalimentación por parte del cliente podemos mejorar la experiencia de compra.

Se analizarán los comentarios y reseñas para encontrar puntos en común entre ellos.

## **KPI's de clientes**

**Clientes potenciales calificados:** Este KPI es fundamental ya que Little Leaf se dirige específicamente a madres de familia con ropa y accesorios para bebés y niños. Medir la cantidad de madres que demuestran un interés concreto en la plataforma permite evaluar la efectividad de la estrategia de marketing para atraer al público objetivo. Un aumento en el número de clientes potenciales calificados indicaría una mayor atracción de madres interesadas en la plataforma, lo que está alineado con el objetivo estratégico.

- Little Leaf hará un conteo del número de clientes potenciales que cumplen con ciertos criterios de calificación, es decir, cantidad de madres de familia que han realizado al menos dos interacciones con la plataforma en un mes y que tienen artículos para vender o comprar en el rango de edad de 0 a 8 años.

**Tasa de conversión de clientes potenciales:** Este KPI refleja la capacidad de Little Leaf para convertir a los clientes potenciales en usuarios activos de la plataforma. Una alta tasa de conversión significa que la plataforma cumple con las expectativas de las madres y les proporciona valor suficiente para seguir utilizándose. Un aumento en la tasa de conversión indica que la estrategia de Little Leaf está funcionando para atraer y retener a su audiencia objetivo.

- Fórmula:  $(\text{Número de nuevos clientes provenientes de clientes potenciales}) / (\text{Número total de clientes potenciales}) * 100\%$

**Costo de adquisición de clientes:** El costo de adquisición de clientes es un indicador crucial para evaluar la eficiencia de las estrategias de marketing y publicidad. Dado que Little Leaf busca proporcionar una experiencia económica a sus clientes, es esencial controlar el costo de adquisición de nuevos usuarios. Reducir este costo sin comprometer la calidad de los clientes adquiridos es un objetivo importante para la empresa.

- Fórmula: Costo total de marketing y adquisición / Número de nuevos clientes en un período determinado

**Cantidad total de clientes nuevos:** El número total de nuevos clientes registrados en un período específico es un KPI directamente relacionado con el crecimiento de la base de usuarios. Un aumento constante en esta métrica reflejará el éxito de Little Leaf en atraer a nuevos clientes y, por lo tanto, en cumplir su objetivo estratégico de construir una comunidad sólida y comprometida.

- Número de nuevos registros de usuarios en la plataforma que han realizado al menos una transacción en el mes.

**Ciclo de ventas:** El ciclo de ventas mide el tiempo que transcurre desde la primera interacción del cliente con la plataforma hasta que realiza una compra. Un ciclo de ventas corto es deseable, ya que indica que la plataforma atrae a las madres de manera efectiva y las convierte rápidamente en compradoras. Este KPI es importante para garantizar una experiencia de compra rápida y eficiente, lo que está alineado con la propuesta de valor de Little Leaf de ofrecer una plataforma de compra y venta segura y efectiva.

- Tiempo promedio en días desde el primer contacto con la plataforma hasta la primera compra.

### **KPI's de Recursos Humanos**

**Satisfacción de los empleados:** La satisfacción de los empleados es crucial para el éxito a largo plazo de Little Leaf. Un equipo satisfecho es más propenso a brindar un servicio de alta calidad y estar comprometido con los valores de la empresa. Una constante medición de este KPI permitirá identificar áreas de mejoras y garantizar que los empleados estén alineados con la misión y visión de la compañía.

- **Medición:** Encuestas regulares de satisfacción del empleado con preguntas específicas relacionadas con el alineamiento con la estrategia de Little Leaf y el compromiso con la misión de la empresa.

**Tasa de retención de empleados:** La retención de empleados es esencial para la estabilidad y el crecimiento de la empresa. Una alta tasa de retención indica que Little Leaf ha logrado mantener a su talento clave, lo que conlleva una menor rotación y costos asociados a la capacitación de nuevos empleados. La importancia de la retención de empleados a largo plazo significaría un desarrollo de un equipo y comunidad comprometido tanto dentro como fuera de la empresa.

- $$\frac{[(\text{Número de empleados al inicio del período} - \text{Número de empleados al final del período}) / \text{Número de empleados al inicio del período}] * 100\%}{}$$

**Comentarios de los empleados:** La recopilación de comentarios de los empleados proporciona información valiosa sobre el ambiente laboral y la calidad de la gestión. Estos comentarios cualitativos pueden utilizarse para identificar oportunidades de mejora y con ello abordar cualquier inconveniente que pueda afectar la satisfacción de los empleados. Además, un empleado satisfecho es más propenso a dar una experiencia de calidad a los usuarios, alineándose con el objetivo estratégico de Little Leaf que es el de proporcionar una experiencia beneficiosa para todos.

- **Medición:** Análisis de comentarios de los empleados para identificar temas recurrentes relacionados con el compromiso, la misión y la visión de la empresa.

### **KIP's de desarrollo de software**

**Tiempo de actividad del producto:** El tiempo de actividad del producto es fundamental para garantizar una experiencia de usuario ininterrumpida. Para Little Leaf, una

alta disponibilidad de la plataforma es esencial para fomentar la participación activa de la comunidad y la compra y venta segura de productos. Este KPI refleja la confiabilidad y la calidad del servicio.

- $(\text{Tiempo en que el producto está disponible y funcionando correctamente}) / (\text{Tiempo total}) * 100\%$

**Tiempo de respuesta al error:** La capacidad de identificar y responder rápidamente a errores técnicos es esencial para mantener la satisfacción del usuario. Un tiempo de respuesta rápido indica que Little Leaf está comprometido en proporcionar una experiencia sin problemas y resolver problemas técnicos de manera eficiente.

- Tiempo promedio para identificar y solucionar errores en el software relacionados con la experiencia del cliente.

**Duración del ciclo:** La duración del ciclo de desarrollo de nuevas funcionalidades o mejoras en la plataforma es importante para mantener la competitividad y la capacidad de respuesta a las necesidades cambiantes de los usuarios. Un ciclo de desarrollo más corto permite a Little Leaf mantenerse ágil y adaptarse a las demandas de su comunidad.

- Tiempo promedio para desarrollar nuevas funcionalidades que mejoren la experiencia del cliente y estén alineadas con la estrategia de Little Leaf.

**Rendimiento:** El rendimiento de la plataforma, medido a través de métricas como velocidad de carga, eficiencia y capacidad de respuesta, es fundamental para la satisfacción del usuario. Un rendimiento óptimo garantiza una experiencia de usuario fluida y eficaz, lo que está alineado con el compromiso de Little Leaf de ofrecer una plataforma de calidad.

- Velocidad de carga de la plataforma y eficiencia operativa para garantizar una experiencia de usuario óptima y rápida

Los KPIs se centran en medir aspectos clave del desempeño de Little Leaf, tanto en relación con su público objetivo como con su compromiso con la calidad y la sostenibilidad



ambiental. Estos indicadores ayudarán a Little Leaf a evaluar su éxito en la consecución de sus objetivos estratégicos.

## 11. Conclusiones y Recomendaciones

La función administrativa ejecutada por el Gerente General es la base para establecer identidad del negocio y como marco de comportamiento interno dentro de la organización. Desde una misión, visión y valores para la empresa son guías estratégicos que orientan el comportamiento de Little Leaf. Hasta la construcción del organigrama de la empresa, estableciendo los requisitos de selección, las funciones, los salarios son parte fundamental del desarrollo del proyecto. Hasta fijar indicadores claves de rendimiento que permiten medir el progreso del proyecto y permiten tomar decisiones a futuro.

La misión y visión desempeñan un papel fundamental en la empresa para llevar a la empresa hacia sus metas y objetivos. Estos elementos, junto con los valores corporativos definen la cultura organizacional y sirven de base para el comportamiento y prácticas que se espera de los colaboradores. También permiten crear relaciones sólidas con clientes, empleados y aliados, que permiten el crecimiento de Little Leaf.

En base establecer la identidad corporativa de Little Leaf, se fija los roles claves para brindar un servicio excepcional que se alinee con los valores y permitan establecer esa confianza y esa orientación al cliente hacia las madres que la empresa busca. Es esencial contar con colaboradores que se identifiquen con los valores de la empresa y que ayuden a que esta cumpla sus metas. Por ende, se estableció la estructura organizacional de la empresa con 18 colaboradores para el primer año, son los pilares de la organización; ellos son los que van a garantizar la calidad de los productos y garantizar la satisfacción de los clientes, igualmente que el proyecto vaya en marcha hacia la excelencia.

Para el control de la gestión empresa se establecieron diferentes métricas en temas de recursos humanos, redes sociales, financieros, de experiencia al cliente, entre otros ámbitos que permiten ver el desempeño del proyecto en general. La métrica proporciona un mapa

para evaluar el rendimiento de las estrategias empleadas estén dando resultados, también evaluando el desempeño de los empleados para cumplir con las metas de la empresa.

Little Leaf surgió con la idea de crear un negocio enfocado en la economía circular y la sostenibilidad ambiental. Por eso se eligió en el nicho de ropa, ya que la industria textil es una de las industrias más contaminantes de agua potable, asimismo como el desperdicio de ropa en vertederos de basura debido al incremento de marca de fast fashion. Motivados por esto, se vio una oportunidad en el mercado de ropa de segunda mano que incentiva al darle una segunda oportunidad a la ropa, pero el enfoque fue para ropa infantil, porque en ese nicho hay mayor desperdicio de ropa porque los niños crecen rápidamente y muchas de las prendas no llegan a usarlas.

Con lo mencionado anteriormente, el marco interno que proporciona el estudio administrativo que es el motor que rige a la empresa y le sirve de mapa para que todo lo relacionado a ella vaya orientado a cumplir con la misión, visión y valores establecidos Junto con los otros estudios como el de Design Thinking que ayudan a construir el modelo de negocios en torno a necesidades reales de los clientes y nos permite iterar si es necesario para crear mejores soluciones para los problemas encontrados en el grupo objetivo. También validar el producto mínimo viable, el cual permitió obtener información valiosa a implementar para un proyecto más atractivo al consumidor.

Después el estudio de mercado que nos permiten ver como se mejora la propuesta de negocios, permite definir mejor el nicho objetivo que son las madres, a la vez que conocer mejor sus preferencias entorno a la propuesta de negocios y a la construcción del plan de marketing para impulsar el crecimiento de Little Leaf y llegar al nicho de mercado asimismo como consolidar la formación de la comunidad para las madres. Junto con el estudio técnico

y administrativo que recoge evidencia de la conformación de la empresa que finalmente sirve para la gerencia financiera que es clave para mostrar la viabilidad del proyecto.

En base a todo lo recopilado, sugiero en la parte administrativa evaluar el personal que se necesitara dentro del próximos años puesto que con el incremento de la demanda prevista para los próximos años esto puede verse afectado principalmente en el personal de bodegas para el control de prendas ya el sistema de logística es clave dentro de las operaciones del proyecto y así lograr cumplir con los objetivos de venta. Igualmente, con el tema de la gestión de devoluciones, se debería replantear si es necesario contratar nuevo personal, lo cual permiten garantizar una buena experiencia al cliente en ese ámbito. De igual forma, evaluar el tipo de contrato que se tienen con el programador por servicios prestados. Asimismo, establecer los tiempos reales de envíos, si bien existe un estimado de tiempo es importante precisar eso para garantizar la satisfacción del cliente. Al igual sugiero, realizar pruebas de la página web con clientes reales para obtener valiosa información y dar solución a posibles problemas con el funcionamiento del sitio web.

Ser parte de este proyecto fue una interesante experiencia, pero reflexionando honestamente, no logre vincularme con él al 100%. A pesar de esto, el proyecto me permitió profundizar en temas de establecimiento de KPIS, de los temas legales en cuanto a las compensaciones salariales y a establecer puestos de trabajo y crear la identidad de la empresa. También, a mejorar reforzar en la parte del design thinking e investigación de mercado que son importantes en el proceso de construir un emprendimiento. El finalizar este proyecto fue satisfactorio ya que es un resumen de toda la dedicación que he puesto a lo largo de mi vida académica.

Agradezco a un buen grupo de trabajo que supo afrontar las diferentes dudas e inconvenientes que hubo durante el trayecto. Finalmente, me permitió mejorar cierta

habilidades blandas y duras. A la par que me permite darme cuenta de que es muy importante crear un vínculo y afinidad con el negocio ya que de esta manera el proyecto va ser más ameno a pesar de las dificultades.

## 12. Referencias Bibliografía

*Administración de recursos humanos: gestión del capital humano [7a. edición.]*

9786071510761, 6071510767 - DOKUMEN.PUB. (2014). dokumen.pub.

<https://dokumen.pub/administracion-de-recursos-humanos-gestion-del-capital-humano-7a-edicion-9786071510761-6071510767.html>

¿Cuáles son las funciones de un contador?. Unila. (2022, July 18).

<https://www.unila.edu.mx/que-hace-un-contador/#:~:text=El%20contador%20se%20encarga%20de,pago%20de%20n%C3%B3minas%20a%20trabajadores.>

Del Campo Fernández-Paniagua, A. M. (2023, 26 junio). *SLA vs KPIs: diferencias y aplicaciones en una empresa digital*. Thinking for Innovation.

<https://www.iebschool.com/blog/sla-vs-kpis-diferencias-aplicaciones-analitica-usabilidad/>

*Ejecutivo de Ventas: Funciones, salario y requisitos*. UNIR. (2022).

<https://www.unir.net/empresa/revista/ejecutivo-ventas/#:~:text=Un%20ejecutivo%20de%20ventas%20es,y%20compromiso%20a%20largo%20plazo.>

*El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente | Noticias | Parlamento Europeo*. (2023, 6 enero).

<https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente>

Expreso, R. (2023, 23 abril). Segunda mano una vía de ahorro en expansión. *www.expreso.ec*.

[https://www.expreso.ec/actualidad/economia/segunda-mano-via-ahorro-expansion-158153.html#:~:text=En%20el%20caso%20de%20Ecuador,de%20Rentas%20Internas%20\(SRI\)](https://www.expreso.ec/actualidad/economia/segunda-mano-via-ahorro-expansion-158153.html#:~:text=En%20el%20caso%20de%20Ecuador,de%20Rentas%20Internas%20(SRI))

*Hay 3 millones de empleos adecuados y 264.000 están sin trabajo en Ecuador.* (2023, 23 junio). <https://revistagestion.ec/noticias/hay-3-millones-de-empleos-adecuados-y-264000-estan-sin-trabajo-en-ecuador/#:~:text=Hay%203%20millones%20de%20empleos%20adecuados%20y%20264.000%20est%C3%A1n%20sin%20trabajo%20en%20Ecuador,-2023%2D06%2D23&text=El%20desempleo%20en%20Ecuador%20se,fue%20del%203%2C7%20%25.>

*¿Qué hace un programador? funciones y requisitos en México.* UNIR México. (2022).

<https://mexico.unir.net/ingenieria/noticias/que-hace-programador/>

Laoyan, S. (2022, 30 agosto). KPIs: ejemplos de 27 indicadores clave para el éxito de tu proyecto [2022] • Asana. *Asana*. <https://asana.com/es/resources/success-metrics-examples>

Recruiting Resources: How to Recruit and Hire Better.

<https://resources.workable.com/es/gerente-de-logistica-descripcion-del-puesto#:~:text=Las%20responsabilidades%20del%20gerente%20de,y%20la%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente.>

Romero, D. (2022, 20 septiembre). *¿Qué es la tasa de abandono de carrito en ecommerce?* 7

soluciones. *SaleCycle*. <https://www.salecycle.com/es/blog/guias/tasa-abandono-carrito-ecommerce/>