



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

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

**Elaborado por:**

**VIOMARY ABIGAIL MERA SÁNCHEZ**

**Tutoría por: Suleen Diaz**

**GRADO**

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

**Licenciada en Negocios Internacionales**

**Guayaquil, Ecuador  
Enero, 2024**

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **VIOMARY ABIGAIL MERA SÁNCHEZ** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy la autora del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Little Leaf: Gerencia de Estudio Técnico**”, 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, Erika Elizabeth Viñansaca Niola.

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.



---

**VIOMARY ABIGAIL MERA SÁNCHEZ**  
**0750441461**

Declaro que,

**Yo, VIOMARY ABIGAIL MERA SÁNCHEZ** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Little Leaf: Gerencia de Estudio Técnico**” 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.



---

**MERA SÁNCHEZ VIOMARY ABIGAIL**  
**CI. 0750441461**

## **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 el 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 Sebastián Alonso Álvarez, Stephano Gebrael Bucaram Loaiza, Alejandro Javier Cisneros Verduga, Viomary Abigail Mera Sánchez 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.

***Palabras claves:*** Plataforma digital, Madres, Reutilizar, Economía circular, Ropa de segunda mano.

### **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 de información consultadas. Se respalda la confiabilidad y veracidad de los datos obtenidos por grupos focales y encuestas mediante evidencias. Se debe destacar que, como parte integral del proceso de investigación se obtuvo autorización previa por parte de los participantes, que expresan la confidencialidad de sus datos destinados para fines académicos.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	7
OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO	9
BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS	9
GERENCIA: ESTUDIO TÉCNICO	13
1. Descripción del Servicio	13
1.1 Atributos	14
1.2 Packaging	15
1.3 Servicio al cliente	16
1.4 Delivery	16
1.5 Sistema de pago	17
1.6 Personal a contratar	17
2. Presentación del Prototipo	18
3. Descripción del Triángulo de Servicios	22
3.1. Relación Estrategia - Personas	23
3.2. Relación Estrategia - Sistemas	24
3.3. Relación Estrategia - Cliente	28
3.4. Relación Persona - Sistema	28
3.5. Relación Persona - Cliente	29
3.6. Relación Sistema - Cliente	29
4. Proceso de Prestación del Servicio	30
4.1. Flujo de Proceso: Comprador y Vendedor	30
4.2. Flujo de Proceso: Control de calidad y entrega	33
5. Determinación de la Capacidad Productiva	34
6. Ubicación del Proyecto	35
6.1 Layout	36
7. Inversión y costos	36
8. Vida Útil	38
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41

## 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%.

Antes 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 manifestaron su deseo de participar en la plataforma digital.

## **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 la necesidades del 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 de la empresa, misión, visión, y valores.
- Definir la viabilidad financiera del modelo de negocio en relación con el mercado.

## **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, el cual es de un valor de \$3. 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 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 ocupan 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 un TIR 66,71% sólido y un VAN de 60.968,46 positivo demostrando que nuestros ingresos superarán nuestros gastos siendo rentable y sólido según las proyecciones.

## **GERENCIA: ESTUDIO TÉCNICO**

### **1. Descripción del Servicio**

Little Leaf es una plataforma digital que facilita la conexión entre madres interesadas en vender prendas en buen estado de sus hijos, las cuales ya no son utilizadas y poseen un mínimo de uso, con aquellas madres que tienen niños recién nacidos o en sus primeros años de vida. El propósito fundamental de Little Leaf radica en brindar acceso a prendas en condiciones óptimas a madres con recursos limitados y con poco tiempo para dedicarse a la búsqueda en tiendas físicas. Además, busca otorgar una segunda vida a estas prendas, proporcionando a las madres la oportunidad de obtener ingresos adicionales y, sobre todo, inculcar a las generaciones futuras la relevancia de la reutilización y su impacto positivo en el medio ambiente.

El enfoque principal de Little Leaf trasciende hacia un propósito mayor: la preservación del medio ambiente, invitando a todos a colaborar desde nuestras actividades cotidianas, como la adquisición de ropa. La plataforma se esfuerza por disolver el estigma asociado al uso de prendas de segunda mano y promover una mentalidad consciente sobre la importancia de la reutilización. Little Leaf, en su esencia, busca fomentar una cultura en la que se aprecie y se adopte la práctica sostenible de adquirir y reutilizar prendas.

Un aspecto relevante que subyace en la esencia de Little Leaf es su compromiso con la comodidad y seguridad del usuario durante las transacciones. Facilita diversos métodos de pago, incluyendo transferencias y tarjetas de crédito, asegurando la confiabilidad a través de un sistema de seguridad robusto y confiable.

Así pues, Little Leaf se presenta como una plataforma que va más allá de simplemente facilitar la compraventa de prendas infantiles; representa un esfuerzo consciente

por fomentar la sostenibilidad, la economía circular y el cuidado del medio ambiente, al tiempo que brinda soluciones prácticas para las necesidades de las madres en la gestión de la vestimenta de sus hijos.

### **1.1 Atributos**

Los atributos y características que distinguen a Little Leaf son múltiples y significativos. Esta plataforma ofrece a las madres la oportunidad de registrarse tanto como compradoras como vendedoras, permitiéndoles llevar a cabo transacciones de manera libre y conveniente dentro de su entorno digital.

- **Servicio de Suscripción Premium:** Además del registro convencional, Little Leaf presenta un servicio adicional denominado suscripción premium, con un costo mensual de \$3,00. Este servicio amplía las opciones para las compradoras, brindándoles acceso a un nuevo entorno donde podrán participar en intercambios entre madres, acceder a precios subastables y disfrutar de una dinámica singular. En estas subastas, las vendedoras establecerán un precio límite, y las compradoras podrán ofrecer precios competitivos. Al final, la vendedora tendrá la facultad de elegir a quién venderle el artículo. Esta modalidad ampliada proporciona un espacio de interacción distinto y más dinámico para las usuarias de la plataforma.
- **Comunidad de Madres:** Otro rasgo distintivo de Little Leaf es la comunidad que se ha formado en torno a las madres usuarias. Esta comunidad ofrece un espacio favorable para que las madres compartan sus inquietudes, consejos y recomendaciones entre sí, fomentando la empatía y el apoyo mutuo. De esta manera, Little Leaf no solo se posiciona como una plataforma de compraventa, sino también como una comunidad solidaria de madres.

- **Seguridad Web:** Por último, en lo que concierne a la seguridad, Little Leaf garantiza una plataforma confiable y segura. Los usuarios podrán acceder a reseñas tanto de las vendedoras como de las prendas, las cuales se basarán en un sistema de calificación proporcionado por las compradoras, donde además de puntuación será posible añadir sus comentarios. Esto es útil a futuro puesto que las compradoras dispondrán de antecedentes sobre las ventas de una vendedora en específico (como el estado de la prenda al arribar a su destino). Asimismo, cada prenda estará acompañada por una descripción detallada de su estado, con el objetivo de evitar malentendidos una vez realizada la adquisición. En adición a estas medidas de seguridad, los datos de pago introducidos por los usuarios serán tratados con total confidencialidad, ofreciendo métodos de pago seguros para garantizar una experiencia confiable y protegida en todo momento.

## **1.2 Packaging**

En relación al proceso de empaquetado, este se llevará a cabo en las instalaciones donde se ubican las bodegas designadas para la recepción y almacenamiento de la ropa. Estos espacios serán utilizados no solo para recibir las prendas, sino también para llevar a cabo un proceso de revisión que determinará la aprobación o rechazo de cada artículo. Una vez que una prenda haya sido sometida a la revisión y obtenga la aprobación correspondiente, se procederá con el etiquetado y empaquetado.

El empaquetado se realizará exclusivamente con materiales amigables con el medio ambiente, como el cartón y el papel reciclado, procurando así reducir el impacto ambiental asociado con el embalaje. La etiqueta adjunta al paquete no solo servirá como gesto de agradecimiento por la compra realizada, sino que también contendrá un código QR que

ofrecerá información valiosa sobre las ventajas y beneficios de adquirir ropa de segunda mano en relación con la preservación del medio ambiente. Este código proporcionará detalles específicos sobre la importancia de la reutilización de prendas y su impacto positivo en la reducción del desperdicio textil y la conservación de recursos naturales.

### **1.3 Servicio al cliente**

Como plataforma de compra y venta de ropa, el proceso de servicio al cliente va a ser dividido en servicio al consumidor y servicio al vendedor. Los canales de comunicación de Little Leaf van a ser tanto digitales como físicas, mediante las instalaciones en ofibodega y varias opciones digitales tanto correo electrónico, redes sociales, y el chat personalizado en el sitio Web [www.littleleaf.app](http://www.littleleaf.app). En el cual tendremos un equipo de atención al cliente enfocado en resolver los casos tanto de vendedores como de compradores.

### **1.4 Delivery**

El sistema de entrega de Little Leaf se iniciará en sus primeros años de operación de manera simplificada, contemplando la contratación de un número específico de empleados encargados de gestionar las entregas de prendas aprobadas y adquiridas en áreas específicas como Guayaquil, Samborondón y Durán.

Este servicio de entrega estará sujeto tanto al vendedor como al comprador. En lo que respecta al vendedor, existen dos opciones para depositar la prenda en las instalaciones designadas: la vendedora puede optar por entregar la prenda personalmente o, alternativamente, hacer uso del servicio de entrega ofrecido por Little Leaf, asumiendo los costos correspondientes por el traslado hacia la instalación. Por otro lado, en cuanto al comprador, será éste quien costee el servicio de entrega, es decir, el traslado de la prenda desde las instalaciones de Little Leaf hasta su destino final.



Esta estrategia inicial de entregas, limitada geográficamente y con un esquema de costos compartidos entre vendedores y compradores, se proyecta como un punto de partida para el desarrollo gradual de un sistema logístico más extenso y eficiente a medida que la plataforma experimente un crecimiento y consolidación en el mercado ecuatoriano.

### **1.5 Sistema de pago**

Little Leaf tendrá varias opciones de pago, desde efectivo al entregar la prenda, tarjeta de débito o crédito, y transferencias bancarias. Los 3 métodos de pago van a poder ser seleccionados directamente desde la plataforma Web. Con el fin de precautelar la seguridad de la plataforma, Little Leaf va a obtener un certificado SSL proporcionado por GoDaddy, el cual demuestra que los datos de tarjeta o información de inicios de sesión son privados y protegidos.

### **1.6 Personal a contratar**

La estructura del equipo de Little Leaf se fundamenta en roles claves que son esenciales para el funcionamiento integral de la plataforma digital. Inicialmente, se destaca la presencia de un programador y un diseñador gráfico, figuras primordiales que serán responsables de la concepción y desarrollo técnico de la plataforma, dotándola de vida y funcionalidad.

Una vez la empresa inicie sus operaciones, se reconocen áreas cruciales que demandarán personal especializado. En el departamento de ventas, se contempla la contratación de un ejecutivo de marketing y un ejecutivo de ventas. Estos profesionales tendrán la responsabilidad de idear y ejecutar estrategias que permitan difundir y posicionar la marca Little Leaf en el mercado. Serán los encargados de diseñar campañas efectivas para atraer a potenciales usuarias y vendedoras hacia la plataforma.

En el ámbito administrativo, se vislumbra la presencia de un gerente general, un contador y un gerente logístico. El gerente logístico, además de asegurar una eficiente gestión de recepción y distribución de prendas, supervisará un equipo de almacenamiento compuesto por 11 personas. Este personal de almacén desempeñará funciones cruciales, tales como inspeccionar el estado de las prendas, llevar a cabo el etiquetado y empaquetado de las mismas, garantizando un proceso meticuloso y organizado.

## 2. Presentación del Prototipo

El prototipo de Little Leaf se basa en un diseño interactivo de la página Web, donde se puede ver la estructura y diseño de la misma.



Homepage de la página principal de la página web. En este apartado se puede visualizar los enlaces principales de navegación, las opciones para poder crear una cuenta, categorías de prendas y la página de contacto.



Formularios de inscripción a la página web, divididos en perfiles de comprador y vendedor, esto permite realizar procesos de pago y logísticos con más facilidad.

# Descubre prendas de calidad

Descubre una amplia gama de ropa de segunda mano para bebés y niños. Utiliza nuestra barra de búsqueda y opciones de filtro para encontrar fácilmente los artículos perfectos para tus pequeños.

Segunda Mano

## Productos

Explora nuestra amplia selección de ropa de segunda mano para bebés y niños.

Filtrar



**Monito navideño de bebe 5 meses**  
 Paula Serrano  
**\$5**



**Product name**  
 Variant  
**\$55**



**Product name**  
 Variant  
**\$55**



**Product name**  
 Variant  
**\$55**



**Product name**  
 Variant  
**\$55**



**Product name**  
 Variant  
**\$55**



**Product name**  
 Variant  
**\$55**



**Product name**  
 Variant  
**\$55**

Catálogo en línea de los productos que se venden en Little Leaf. (precios no reales, los precios van hasta los \$20). Este catálogo puede ser visto por cualquier persona que acceda

con el link y no es exclusivo para usuarios. Existe un catálogo sólo para Usuarios premium donde se encuentran prendas bajo subastas, que es uno de los diferenciadores de Little Leaf.

The screenshot shows a product page on the Little Leaf website. The header includes the logo, navigation links (Comprar Ahora, Nosotros, Contacto, Categorías), and buttons for Registrarse and Iniciar Sesión. The main content area features a breadcrumb trail: Catalogo > Segunda Mano > Disfraz de elfo para niño de 8 años. The product title is 'Disfraz de elfo para niño de 8 años' with a price of \$8, a 4-star rating, and information about the seller (Paula Serrano) and sales history (10 ventas desde 17/03/24). A description states: 'Un disfraz navideño, como nuevo, solo se lo uso 3 días por Navidad del año pasado. Lo vendo porque ya no le queda a mi hijo'. Below the description are two buttons for 'Disfraz navideño para niño' and 'Disfraz navideño para niña'. A 'Prenda' section contains a dropdown menu with 'Seleccione uno...'. Below this are 'Comprar' and 'Agregar al carrito' buttons. A note indicates 'Envío gratis con mas de 50\$ de consumo'. The product details are organized into sections: 'Detalles' (with a plus sign), 'Envío' (with a plus sign), and 'Limpieza' (with a plus sign). A large image on the right shows a young boy in the red elf costume standing next to a Christmas tree. Below the main image is a gallery of four smaller images, with the first one showing the boy in the costume.

Esta es la página de cada producto de Little Leaf, aquí el vendedor podrá detallar el material y estado de la prenda, su información de vendedor, observaciones del proceso de aceptación de calidad, y otros detalles de la venta de la prenda. También habrá una sección de comentarios y contacto con el vendedor.





Por último esta es nuestra sección de Blog, donde nuestra comunidad va a colaborar haciendo artículos aprobados por moderadores de la página. Aquí crearemos un área de interacción para la comunidad de Little Leaf.

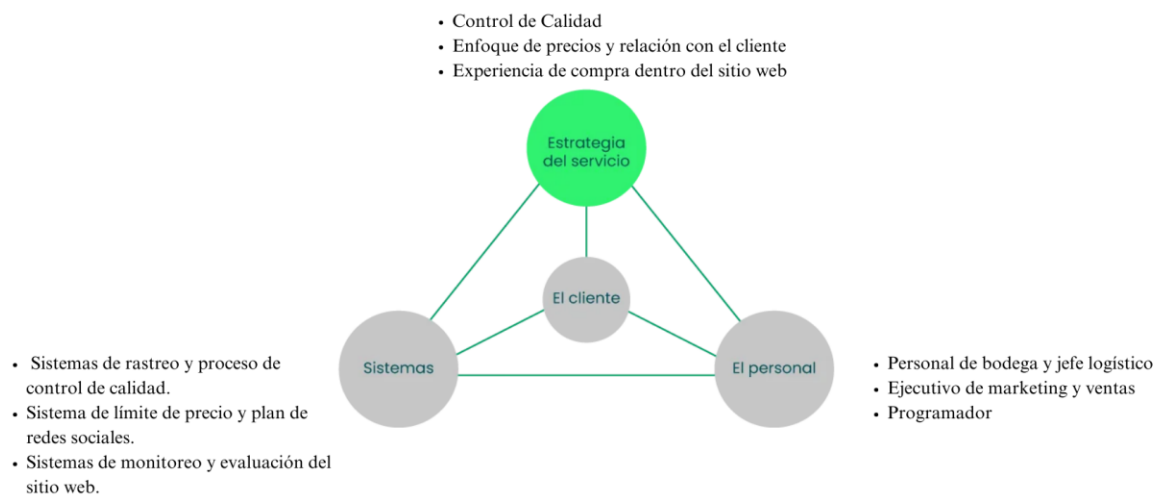
### 3. Descripción del Triángulo de Servicios

Se ha construido el modelo de negocio a través del triángulo descrito por Karl Albrecht. (*Karl Albrecht, 1988.*)

Para hacer el triángulo de servicios se tiene que como centro está el valor diferenciador de Little Leaf, ésta es una plataforma innovadora que va más allá de la compraventa de prendas para bebés y niños, el cual conecta a madres para vender y adquirir prendas accesibles y de buena calidad, priorizando la comodidad y seguridad de los usuarios

en la plataforma. Little Leaf tiene el propósito de promover la reutilización, la sostenibilidad y disolver el estigma de ropa de segunda mano. Adicionalmente, ofrece una comunidad donde las mamás puedan compartir sus experiencias, enriqueciendo la maternidad y fortaleciendo el compromiso con la sostenibilidad.

### ***Ilustración 1 : Triángulo de Servicio***



***Fuente:*** Elaboración propia

### **3.1. Relación Estrategia - Personas**

El equipo de bodega asume un rol importante dentro del control de calidad. Ellos son responsables de seleccionar, revisar, clasificar y empaquetar las prendas. Esto es importante para el negocio para garantizar que las prendas estén en buena condición para los compradores. Junto con esto un ejecutivo logístico, que permite llevar el inventario de productos, gestionar el envío y el tiempo de las órdenes.

El tema de la accesibilidad de precios es importante para el grupo objetivo, quienes poseen un limitado presupuesto, por eso se establece un plan para permitir al nicho de mercado acceso a prendas a precios económicos sin comprometer la calidad, y también como

forma de crear una relación satisfactoria con el cliente, es por ello que Little Leaf cuenta con una serie de estrategias: la primera es la selección minuciosa de prendas, como se mencionó anteriormente, las prendas pasan por un proceso de revisión donde se aprobará aquellas que se encuentren en buen estado para su venta. Otro punto de suma importancia es como el usuario percibe la marca. Debido a que el propósito es otorgar al cliente una opción verde, quien será el responsable de comunicar y destacar los beneficios tanto para el medio ambiente como para el bolsillo del cliente será el gerente de marketing. Este es un componente clave para lograr comunicar esta estrategia a nuestros clientes y que se logre formar una buena relación con ellos. Esto de la mano también del gerente de ventas.

Igualmente se cuenta con un programador quien tiene un rol importante para realizar supervisión de que el sitio web garantice el precio límite de los productos, los botones de pago, que la plataforma se encuentre actualizada y que sobre todo sea segura para los usuarios. Esto con el fin de garantizar que el cliente tenga una experiencia satisfactoria cuando utilice nuestra plataforma web.

### **3.2. Relación Estrategia - Sistemas**

Para garantizar una buena condición de las prendas de segunda mano se establece un procedimiento claro para evaluar las prendas. Una vez las prendas pasen por el proceso de revisión, estas serán etiquetadas tanto en aptas como no aptas para la venta. En caso de que no pase los estándares de calidad de Little Leaf (mencionados a continuación), esta prenda será etiquetada como no apta y será devuelta al vendedor.

#### **Estado General:**

- Todas las prendas deben estar en buen estado, sin rasgaduras, manchas notables o defectos significativos.
- Las costuras deben estar intactas, y no deben haber hilos sueltos o desgaste excesivo en las áreas de alta fricción.



### **Marcas y Etiquetas:**

- Se deben retirar todas las etiquetas y marcas originales de las prendas.
- Las etiquetas de la tienda deben eliminarse para evitar confusiones y promover la neutralidad de marca.

### **Categorización y Clasificación:**

- Las prendas deben ser categorizadas correctamente según tipo, talla y género.
- Se deben proporcionar descripciones precisas del estado de la prenda, indicando cualquier imperfección o desgaste.

### **Accesorios y Componentes:**

- Cualquier accesorio o componente adicional (botones, cremalleras, etc.) debe estar en buen estado y funcional.

Little Leaf contará con un sistema de rastreo de los paquetes con el fin de proporcionar tranquilidad y confianza al cliente. Este proceso de rastreo iniciará asignando un código único a cada compra de prenda, el cual se registrará en el sistema vinculado a la información del pedido. A medida que el paquete se vaya desplazando, el sistema proporcionará actualizaciones automáticas sobre su estado y ubicación. Los clientes podrán acceder a esta información a través de un enlace o código, permitiéndoles realizar un seguimiento en tiempo real, desde el almacén hasta la entrega. Además, se enviarán notificaciones ante cambios significativos, como la salida del paquete del almacén o su llegada a la ubicación de entrega. El proceso culminará con la confirmación de la entrega en el sistema, brindando una experiencia transparente y confiable para los clientes.

Para que se dé una sólida relación con el cliente Little Leaf brinda diversos ambientes de compra, el primero es la compra convencional cuyo precio máximo de una será de \$20. De igual forma también se creó la posibilidad de que tanto vendedoras como compradoras puedan realizar subastas, donde los compradores ofrecerán el precio que más les convenga y

el vendedor será quien al final escoja a quien venderle. Para esto se creará un sistema para asegurar el óptimo funcionamiento de las subastas. En este se abordarán diversas medidas cruciales. Antes de cada subasta, se llevarán a cabo pruebas exhaustivas para garantizar la funcionalidad sin contratiempos. Durante las subastas, se implementará un monitoreo en tiempo real, respaldado por un sistema de alertas para una detección inmediata de cualquier problema. La gestión efectiva de las pujas será esencial, asegurando un registro preciso y la resolución automática de situaciones como empates.

Para respaldar la integridad de la plataforma, se establecerán sólidos protocolos de respaldo y recuperación de datos, y se realizarán actualizaciones programadas con comunicación previa a los usuarios. También se realizarán pruebas de estrés periódicas que permiten evaluar la capacidad de la plataforma bajo cargas intensas, haciendo posible la identificación de áreas de mejora. Un equipo de soporte técnico estará disponible durante las subastas para abordar cualquier problema de manera ágil.

Finalmente se fomentará la retroalimentación continua de los usuarios, utilizando sus experiencias para mejorar. Además, auditorías regulares evalúan la integridad y seguridad del sistema, incluyendo la revisión de registros de actividad en busca de posibles actividades sospechosas. Este enfoque integral no solo busca la eficiencia técnica, sino también la satisfacción y confianza de los usuarios.

De la misma manera, para crear una relación fuerte con el cliente, existe una estrategia de comunicación por medio de redes sociales, para promover no sólo como un sitio web sino como una comunidad para las madres. En la cuales tienen parámetros de medición para ver como va el plan en marcha. Algunos de estos parámetros son:

- **Interacciones:** Miden la cantidad de "me gusta", comentarios y compartidos en las publicaciones, lo que indica un mayor compromiso de la comunidad,

- **Crecimiento de número de seguidores:** Un crecimiento de número de seguidores en las redes sociales demostrará que hay un interés continuo y un alcance más amplio.
- **Alcance:** Evalúa la cantidad de personas que ven las publicaciones. Un mayor alcance indica una mayor visibilidad.
- **Conversaciones y Retroalimentación:** Los comentarios permitirán entender la percepción de la marca y a su vez recopilar retroalimentación valiosa.
- **Conversiones:** Debido a que las redes sociales de Little Leaf contarán con enlaces que lleve al usuario a la plataforma digital, este será de utilidad para tener un conteo de clics y conversiones a registros de usuarios.
- **Retención de Usuarios:** Analizar la retención de seguidores a lo largo del tiempo. Una alta retención indica que la estrategia mantiene el interés de la comunidad.
- **Influencia en la Marca:** Esta se dará a largo plazo con el fin de medir la percepción de la marca en las redes sociales y cómo ha evolucionado a lo largo del tiempo.

Por otro lado, para el correcto funcionamiento de la página se realiza mantenimiento y evaluación del mismo periódicamente. Se actualiza la base de datos de vendedores y compradores constantemente, asegurar que los elementos del sitio web sean óptimos. Por lo que contamos con respaldos de base de datos y sistemas de monitoreo y de evaluación del rendimiento de la plataforma electrónica. Asimismo se garantizará la protección, de los usuarios, autenticidad y confiabilidad de la plataforma utilizando la certificación SSL.

### **3.3. Relación Estrategia - Cliente**

El enfoque principal es ofrecer al cliente un sitio web seguro y con variedad de opciones, también con precios para el cliente, que obtenga ropa segura y de calidad para sus

bebés o niños. Por lo que las estrategias mencionadas antes entorno a control de calidad, de la experiencia en la página web sea excelente, tácticas de marketing permite que el cliente no solo buscan una experiencia de compra excepcional, si no también la fidelización de clientes. Asegurar que la compra sea de excelente calidad y que si presentan algún inconveniente se solucione.

Al mismo tiempo en cuanto a las estrategia de marketing, se busca que la percepción del sitio web no sea solo para comprar sino que sea visto como una comunidad tanto para los compradores como los vendedores. Por ende la estrategia de marketing y de comunicación especialmente en redes sociales es clave para lograr el enlace con el consumidor, también fortaleciendo la identidad de la marca.

### **3.4. Relación Persona - Sistema**

Dentro del personal de bodegas, conocer el proceso de revisión para garantizar el control de calidad. También cumplen con los tiempos del proceso para evitar retrasos. El ejecutivo de logística supervisa el proceso y el estado de los pedidos para solucionar el problema.

El ejecutivo de marketing se encarga de la imagen y la relación que Little leaf busca proyectar en sus clientes. Se encarga de revisar cómo va el plan de redes sociales, y evaluar su impacto en el público objetivo. Igualmente, junto a la estrategia de precio trabajan en conjunto con el ejecutivo de ventas para garantizar la política de precio.

El programador tiene en claro los periodos de mantenimiento del sitio web y está al pendiente en mantener las bases de datos actualizadas. Al mismo tiempo monitorea la página web para verificar si existe alguna anomalía y da soporte en caso de presentar un problema dentro de la misma. Revisa los sistemas para el límite de precio y de subasta.

### **3.5. Relación Persona - Cliente**

El personal de bodega está presto para que la prendas estén en su correcto estado y de esta manera pueda garantizar la buena experiencia del cliente. Del mismo modo, el ejecutivo logístico es responsable que los envíos vayan a llegar a tiempo y estar al tanto de poder resolver la problemática de los clientes con respeto a si sus envíos.

El ejecutivo de marketing es encargado de tener una buena comunicación con el cliente, de modo que este pueda identificarse con la marca y también conocer los beneficios que le ofrecemos. Él es responsable de que se cree una comunidad en torno a la marca.

El programador es clave para crear una experiencia agradable al cliente. No solo se asegura de la parte operacional del sitio web sino crea una interacción positiva para el usuario, garantiza una experiencia de compra y venta sin contratiempos y eficiente.

### **3.6. Relación Sistema - Cliente**

Los sistemas previamente mencionados son con el fin de buscar la satisfacción del cliente dentro de todo el proceso de compra y venta que implica. Desde el diseño del sitio web, la facilidad del uso y eficacia, hasta el momento de que reciben su compra ayuda a mejorar a tener una experiencia satisfactoria y de calidad garantizada.

Desde que en la bodega existe normativa de verificación y clasificación de prendas, garantiza que los clientes vayan a tener una prenda que esté acorde a sus expectativas y brindándoles seguridad de lo que recibe. Con el sistema de rastreo brinda tranquilidad de saber dónde está su paquete.

La medición del plan de marketing, los sistemas y establecimiento de precio mínimo y subasta, son para establecer una relación sólida con el cliente. Se crea un sitio que vaya de acuerdo a las necesidades de los clientes, con el fin de conectar con ellos y de que se sientan dentro de una comunidad, que vela por el interés de la calidad de los productos que posee.

Los mantenimientos a la página no solo asegura el funcionamiento de la misma Sino que proporciona los usuarios una experiencia sin contratiempo, fácil de navegar y de calidad.

El principal enfoque es que los sistemas funcionen efectivamente, para garantizar la satisfacción del mismo, para fortalecer el lazo con los usuarios. También, la constante evaluación de estos para que conforme avance el proyecto se pueda mejorar la experiencia de los usuarios.

#### **4. Proceso de Prestación del Servicio**

En materia de orden, operatividad y automatización de las labores, Little Leaf trata de que sus operaciones ayuden a facilitar el trabajo, de forma que pueda obtener resultados eficientes. Esta eficiencia permite que más productos se puedan revisar, empacar, ordenar, limpiar, etiquetar y distribuir.

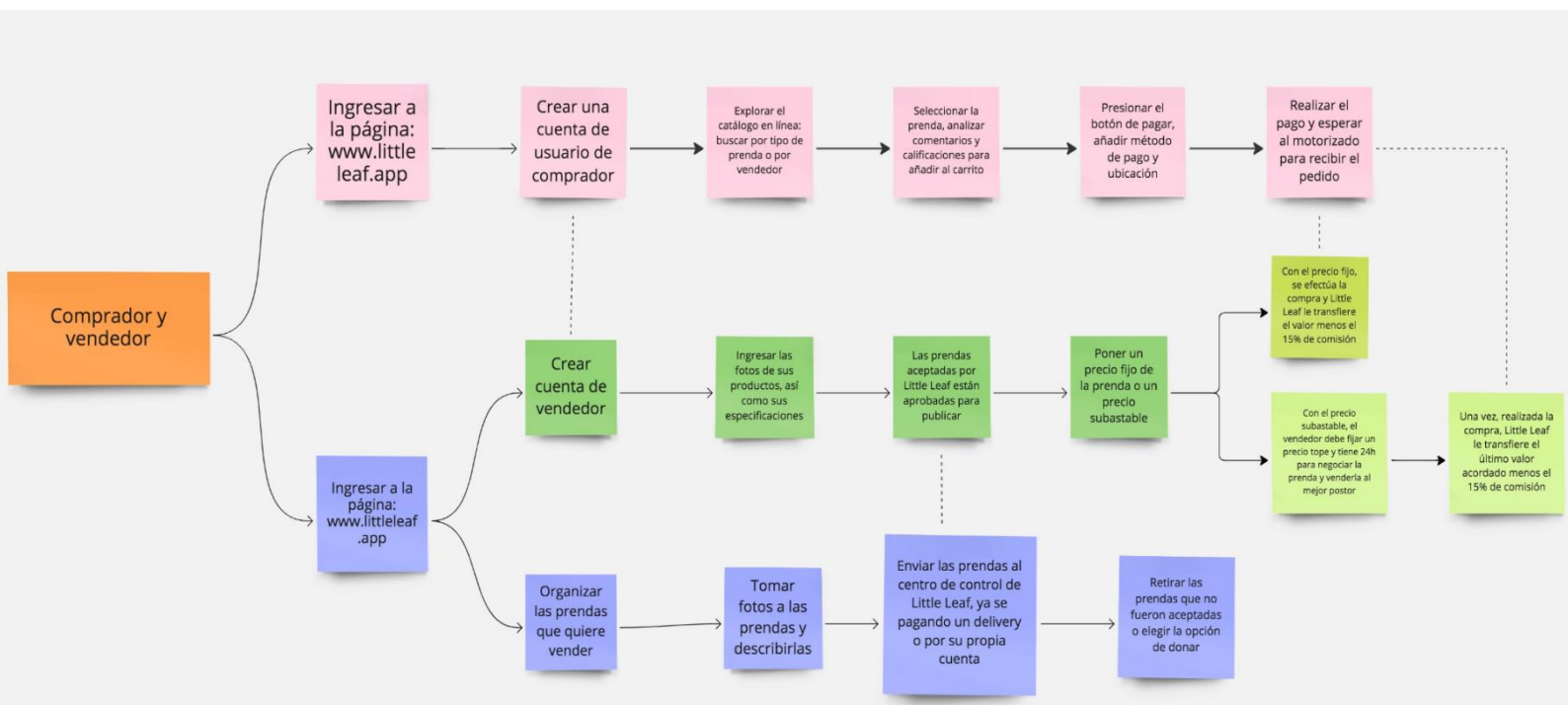
Sin embargo, no sólo Little Leaf participa en la prestación de servicio, sino que los compradores y vendedores juegan un rol bastante importante. Estos roles también tienen un proceso diseñado. Por ello, se realizan 3 tipos de procesos para la prestación de servicios. Desde el lado del comprador, vendedor y de Little Leaf. A continuación, se verá cómo funcionan.

##### **4.1. Flujo de Proceso: Comprador y Vendedor**

El comprador es el personaje principal en un negocio. Toda empresa, negocio o emprendimiento debe facilitar las cosas para su comprador. Por ende, Little Leaf ha diseñado pasos simples que el comprador debe realizar para su participación. Conociendo la accesibilidad de la competencia, como la que tienen los compradores en Facebook Marketplace, la intención fue simplificar pasos para que tengan un acceso parecido. Con el diferencial que, Little Leaf les ofrece un catálogo en línea con las prendas del vendedor, en la que se puede buscar por tipo de prenda, modelos, tallas o por nombre del vendedor.

En el caso del último mencionado, el vendedor tiene más pasos a seguir, puesto a que Little Leaf tiene que asegurarse de manejar un control de calidad y de desinfección, para que estas prendas lleguen aprobadas por la empresa. De la misma forma, los vendedores tienen que gestionar sus prendas; organizarlas, revisarlas, describirlas y tomarles las respectivas fotos para su posterior publicación en el catálogo. Como se observa a continuación:

**Ilustración 2: Flujo de proceso de comprador y vendedor**



Elaboración propia.

En el primer caso, el comprador ingresa al ordenador, digita [www.littleleaf.app](http://www.littleleaf.app) y abre nuestra plataforma digital. Después, tiene que crearse una cuenta de comprador, ingresando su nombre, su correo electrónico y una contraseña. Una vez la cuenta está creada, puede explorar en nuestra página web, en la cual puede indagar en el catálogo lo que le guste, o puede buscar directamente por tipo de prenda, talla, modelo o por nombre de vendedor. Así como se mostró en el prototipo, al seleccionar la prenda se abre una pestaña en la que se muestran; comentarios de otros usuarios, calificación del vendedor, especificaciones de la

prenda, descripción de estado de la prenda, y un chat abierto para intercambiar preguntas con el vendedor (opcional).

Cuando el comprador haya revisado todos los comentarios y seleccionado las prendas a su gusto, podrá acceder a su carrito de compras, en el que podrá revisar los artículos seleccionados, así como, el total a pagar. El siguiente paso es: continuar con la compra, añadir un método de pago, una ubicación para la entrega y presionar el botón de pagar. De esa forma, el comprador puede esperar cómodamente su entrega.

Por otro lado, el vendedor debe realizar un proceso en la plataforma digital con Little Leaf y otro por su propia cuenta para poder vender. En primer lugar debe ingresar a [www.littleleaf.app](http://www.littleleaf.app) y crear una cuenta de vendedor con su nombre completo, correo electrónico y contraseña. Mientras crea su cuenta, debe gestionar las prendas que desea vender, revisarlas, organizarlas, tomarles foto para su próxima publicación y enviarlas al Centro de Control de calidad de Little Leaf. Aquí, el vendedor tiene dos opciones, pide a Little Leaf que le recoja sus prendas por un recargo adicional o lleva su mercadería por sus propios medios.

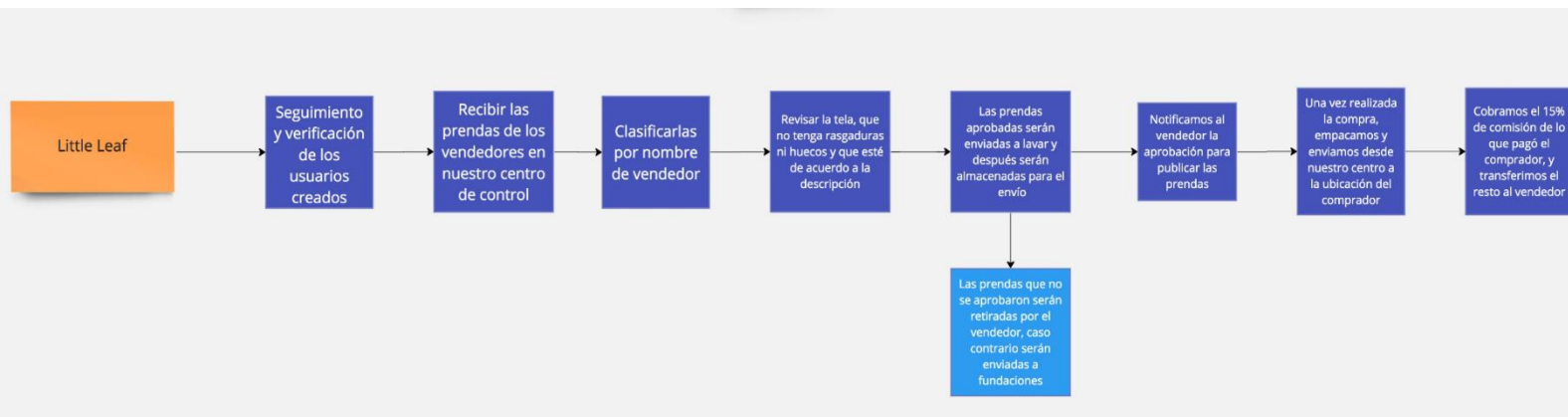
En esta fase, el vendedor depende de la empresa y de su control de calidad. Puesto que, debe esperar a la aprobación de Little Leaf para que esas prendas puedan ser publicadas a los compradores. Una vez que las prendas fueron aprobadas, el vendedor recibe el permiso para publicarlas con un precio fijo o un precio subastable. Si este escoge el precio subastable, tendrá que poner un precio tope y tendrá 24 horas para negociar con compradores y escoger al mejor postor. Finalmente, al existir una compra del artículo, Little Leaf realizará la transferencia del monto acordado con el comprador, menos el 15% de comisión. ¿Qué pasa con las prendas que no son aprobadas? Las prendas rechazadas, pueden ser recogidas por el vendedor o también tiene la opción de donarlas.



## 4.2. Flujo de Proceso: Control de calidad y entrega

Como primera instancia, Little Leaf tiene la obligación de revisar las cuentas ingresadas por los vendedores y confirmar la veracidad de sus datos. Con esta confirmación, el equipo del Centro de Control de Calidad, está listo cada día para seguir con los protocolos de revisión. Un equipo de 11 personas están encargadas de recibir las prendas de los vendedores, clasificarlas por nombre de vendedor, verificar la calidad de la tela y que el estado de la prenda coincida con las especificaciones y descripción que generó el vendedor. Como se describe a continuación:

*Ilustración 3: Flujo de proceso de Control de Calidad y Entrega*



Elaboración propia.

Después, se dividen las prendas que están aprobadas por el personal y las que fueron rechazadas. Las aprobadas serán enviadas al proveedor de limpieza, que desinfectará las prendas. Mientras que las rechazadas tendrán un tiempo de espera de máximo 72 horas para que el vendedor las retire, o si el vendedor lo desea tiene la opción de donarlas. Estas prendas serán donadas a fundaciones como: Fundación Ronald McDonald, Fundación Caritas, o empresas que deseen la tela para re utilizarlas como Aguja Mágica.

Con la aprobación y la limpieza de las prendas, Little Leaf genera una confirmación al vendedor, para que este pueda publicar sus productos y el comprador pueda escogerlos. Cuando el comprador realiza la compra, el personal empaqueta la prenda y gestiona el envío con el proveedor de delivery, para asegurarse que la compra llegue segura desde nuestro centro, hasta la ubicación de entrega. Finalmente, una vez entregado, Little Leaf realiza la transferencia del valor al vendedor, menos el 15% de comisión.

### 5. Determinación de la Capacidad Productiva

Dentro de la capacidad productiva, se consideró la demanda que existe y la cantidad de empleados en el área de logística para poder determinar la capacidad, en total son 11 personas que operan en el área logística, a continuación se muestra una tabla detallada con datos aproximados de cuantas prendas son revisadas y empacadas por día por trabajador y cuanto pueden abastecer al año que es 253.440, lo que abastecería el primer año ya que hay una demanda de compradoras de 250.422, tomando en cuenta la frecuencia de compra que hacen las madres de familia.

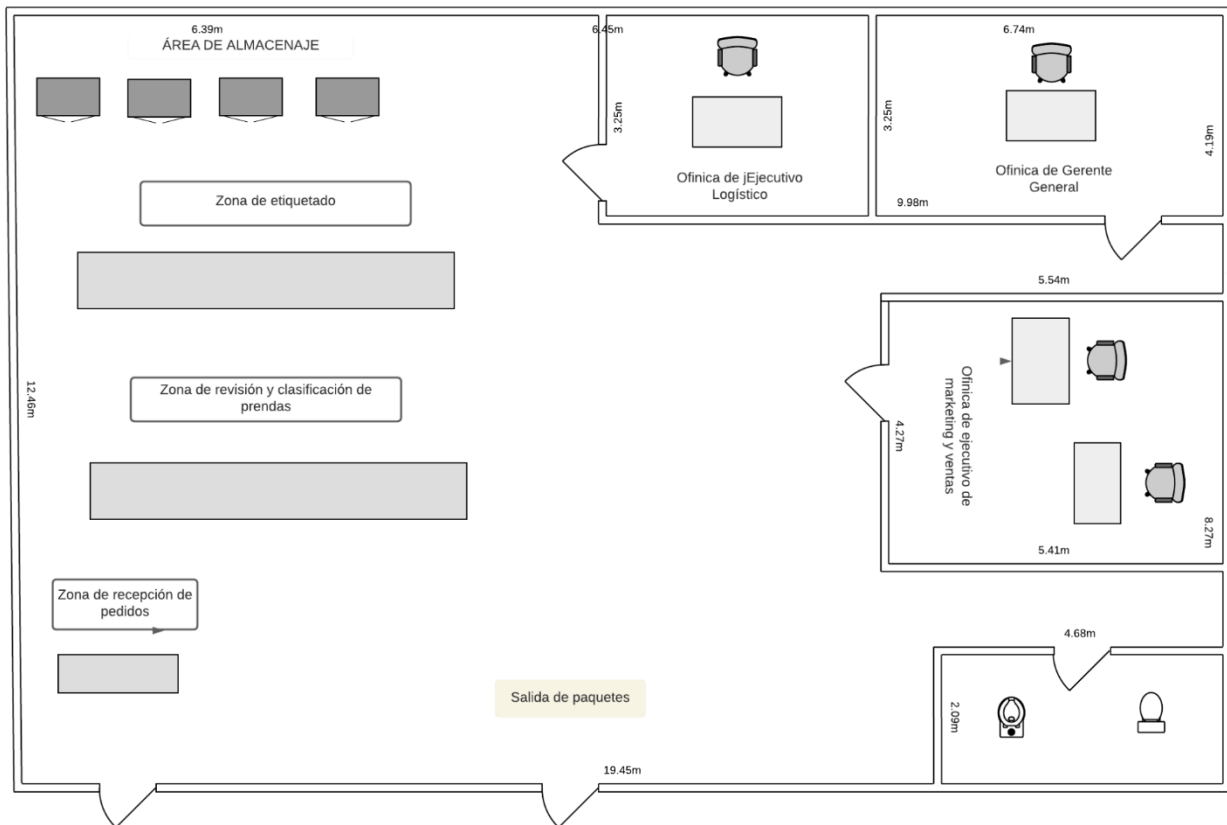
<b>Tarea</b>	<b>Tiempo por Artículo (minutos)</b>		
Revisión del Estado	[Estimación]	210	segundos (3,5 minutos)
Empaquetado (funda normal)	[Estimación]	20	segundos
Empaquetado (cartón)	[Estimación]	60	segundos
Aplicación de Etiquetas	[Estimación]	10	segundos
Tiempo Total por Artículo	[Suma de los tiempos anteriores]	300	segundos

Capacidad Diaria por Trabajador	[Horas Trabajadas por Día] x ([Suma de los tiempos anteriores] / hr]	96	Por 8 horas siempre y cuando sea constante el tiempo de revisión, etiquetado y empaquetado el tiempo puede variar en este caso se tomó en cuenta como si fueran prendas, en 1 hora revisan 12 artículos
		x día	x año
Capacidad Total de Ambos Trabajadores	[Capacidad Diaria por Trabajador] x [Número de Trabajadores]	1056	253440

## 6. Ubicación del Proyecto

Este proyecto se realizará en una office - bodega ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil, el cual será una bodega de 300 mts y contará con una oficina para la parte administrativa y de ventas, el personal logístico será el encargado de recibir y despachar las mercancías que les lleguen. La bodega también cuenta con baños y parqueadero para los trabajadores que lleguen y además el sistema de seguridad realizado por guardias que son encargados de vigilar el área las 24 horas al día con turnos rotativos.

## 6.1 Layout



## 7. Inversión y costos

### *Estructura de costos*

<b>Estructura de costos, Little Leaf</b>	
<b>Costos fijos</b>	
Personal almacén 11 personas	\$83.940,12
<b>Costos variable</b>	
EMPAQUE	\$0,65
DESINFECCIÓN	0,30

En esta tabla se representan los costos fijos y variables de Little Leaf, los cuales son indispensables para el informe financiero ya que a través de estos sacamos el cálculo para saber el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos.

*Plan de inversiones*

PLAN DE INVERSIONES	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
MOBILIARIO	2.427,64
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.700,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>6.127,64</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
HOSTING	15,00
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	1.800,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500,00
<b>REGISTRO DE MARCA</b>	208,00
MARKETING Y COMUNICACIÓN	2.000,00
ALQUILER	1900
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>6.423,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
FACTOR CAJA	2
<b>CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO</b>	
MATERIALES DIRECTOS	224,00
MATERIALES INDIRECTOS	138
SUMINISTROS Y SERVICIOS	328
MANO DE OBRA DIRECTA	466,33
<b>CAPITAL DE TRABAJO ADM. Y VTAS</b>	
GASTOS ADM	989,87
GASTOS DE VTAS	112,53
IMPREVISTOS (5%)	306,382
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>2.565,12</b>
<b>TOTAL PLAN DE INVERSIONES</b>	<b>15.115,76</b>

Se detallan los activos fijos y diferidos los cuales están establecidos para el funcionamiento de Little Leaf, a continuación, también se presenta el capital de trabajo operativo, administrativo y el de ventas. En los activos fijos se consideran bienes tangibles como el mobiliario y equipos de computación y en diferidos se incluyen pagos adelantados como el de marketing y comunicación, alquiler, etc. En capital de trabajo se consideraron la

mano de obra directa que serían el personal logístico, los materiales directos e indirectos y por último los suministros y servicios, además los gastos administrativos y de ventas y también los posibles imprevistos. Todos estos ítems nos dan un total de 15.115,76\$ de la inversión inicial necesaria para la creación de la compañía Little Leaf.

<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>	<b>COSTO DE K</b>
PRÉSTAMO BANCARIO		0,00%	
APORTE DE CAPITAL	15.115,76	100,00%	25,0%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>15.115,76</b>	<b>100%</b>	<b>25,00%</b>

Estos 15115,76\$ serán financiados por 6 inversores creadores de la plataforma los cuales deben aportar con 2519,29\$ esto quiere decir un 16,66% cada uno, esperando una tasa de retorno aproximadamente del 25% para el primer año.

## **8. Vida Útil**

La proyección estimada para el desarrollo del modelo negocio planteado como etapa inicial se establece para 5 años. Dentro de este rango de tiempo se tiene en consideración el aumento de nuestra capacidad productiva, de tramitar las ventas realizadas en la página con sus debido proceso. Al igual que la demanda del uso de la página por parte de los vendedores y compradores.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la planificación y desarrollo de los aspectos técnicos de Little Leaf, se requiere una perspectiva clara sobre la propuesta de valor, adaptando las ideas a la realidad que enfrentan los padres de niños pequeños de niveles socioeconómicos bajos y medios.

El servicio que Little Leaf busca ofrecer se ha construido con la premisa de facilitar la vida de su mercado objetivo: padres, ya sean vendedores o compradores. La premisa es lograr un beneficio mutuo, proporcionando ropa de marca en buen estado a precios accesibles y económicos, generando un beneficio monetario para los vendedores al deshacerse de artículos no deseados. Además, se busca crear empleos dignos para los colaboradores directos e indirectos de Little Leaf, así como para sus empleados que forman parte del proceso. Fundamentalmente, se busca contribuir al medio ambiente al extender la vida útil o dando una segunda vida a las prendas, evitando la cultura del "fast fashion" y reduciendo el consumo de agua y la contaminación asociada al mercado textil.

Little Leaf ha alineado sus procesos para ser lo más amigable posible con compradores y vendedores, brindando facilidades para realizar transacciones desde el hogar, con políticas de seguridad y protección de datos que cumplen con las expectativas de los usuarios. La apertura a una comunidad de padres preocupados por el bienestar de sus hijos en todos los aspectos refleja un compromiso con valores más amplios que van más allá de las transacciones comerciales.

Para poder hacer esto realidad y poner en marcha Little Leaf, la gerencia técnica es uno de los ámbitos más esenciales, ya que se planifican y organizan acciones técnicas según las necesidades y oportunidades identificadas en el diagnóstico de procesos productivos. Es decir, conociendo el proceso productivo y todos los actores que intervienen y cómo estos se relacionan entre sí, se propondrá estrategias esenciales para llevar a cabo con éxito dichos procesos de producción. En este caso para obtener precios más asequibles y resaltar la calidad de precios accesibles, Little Leaf puede forjar alianzas con tiendas locales o internacionales, dispuestas a vender la ropa fuera de temporada o con tallas limitadas. Para garantizar que las prendas no sean abandonadas en las bodegas de Little Leaf, se propone cobrar una pequeña suma, fomentando la responsabilidad del vendedor respecto a la prenda enviada al almacén.

La importancia de la gerencia técnica en este proceso radica en la organización eficiente de estas alianzas y políticas. La integración de medidas como el cobro simbólico y la gestión del inventario de prendas rechazadas demuestran la aplicación estratégica de la tecnología y sistemas eficientes. Este enfoque técnico, que aborda tanto el aspecto digital como las operaciones logísticas tangibles, refuerza la coherencia y el orden en la gestión de Little Leaf, contribuyendo a su éxito sostenible. Así, la gerencia técnica no solo impulsa la eficiencia operativa, sino que también humaniza el proceso, garantizando un servicio orientado a las necesidades reales de padres y madres.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

*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-están-sin-trabajo-en-ecuador/#:~:text=Hay%203%20millones%20de%20empleos%20adecuados%20y%20264.000%20est%20C3%A1n%20sin%20trabajo%20en%20Ecuador,-2023%2D06%2D23&text=El%20desempleo%20en%20Ecuador%20se,fue%20del%2003%2C7%20%25.>

[264000-están-sin-trabajo-en-](https://revistagestion.ec/noticias/hay-3-millones-de-empleos-adecuados-y-264000-están-sin-trabajo-en-ecuador/#:~:text=Hay%203%20millones%20de%20empleos%20adecuados%20y%20264.000%20est%20C3%A1n%20sin%20trabajo%20en%20Ecuador,-2023%2D06%2D23&text=El%20desempleo%20en%20Ecuador%20se,fue%20del%2003%2C7%20%25.)

[ecuador/#:~:text=Hay%203%20millones%20de%20empleos%20adecuados%20y%20264.000%20est%20C3%A1n%20sin%20trabajo%20en%20Ecuador,-2023%2D06%2D23&text=El%20desempleo%20en%20Ecuador%20se,fue%20del%2003%2C7%20%25.](https://revistagestion.ec/noticias/hay-3-millones-de-empleos-adecuados-y-264000-están-sin-trabajo-en-ecuador/#:~:text=Hay%203%20millones%20de%20empleos%20adecuados%20y%20264.000%20est%20C3%A1n%20sin%20trabajo%20en%20Ecuador,-2023%2D06%2D23&text=El%20desempleo%20en%20Ecuador%20se,fue%20del%2003%2C7%20%25.)

Albrecht, K., & Zemke, R. (2011). The triangle of service. *Journal of Services*

*Marketing*, 14(5), 358-77.

*¿Qué es el triángulo del servicio y cómo ayuda a mi negocio?* (2020, 25 noviembre).

Bancolombia. [https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/mercadeo-y-ventas/que-es-triangulo-del-servicio-como-ayuda-](https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/mercadeo-y-ventas/que-es-triangulo-del-servicio-como-ayuda-negocio#:~:text=Permite%20concebir%20el%20servicio%20como,que%20act%20C3%20)

[negocio#:~:text=Permite%20concebir%20el%20servicio%20como,que%20act%20C3%](https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/mercadeo-y-ventas/que-es-triangulo-del-servicio-como-ayuda-negocio#:~:text=Permite%20concebir%20el%20servicio%20como,que%20act%20C3%20)

[BAa%20alrededor%20del%20cliente.&text=El%20cliente%3A%20es%20el%20centro,del%20cliente%20y%20sus%20motivaciones.](#)

*Muestra a tus visitantes que eres confiable y auténtico.* (s. f.). GoDaddy.

<https://www.godaddy.com/es/seguridad-web/certificado-ssl>

Sep. (s. f.). *Importancia de la gestión técnica.*

<https://nuevaescuelamexicana.sep.gob.mx/detalle-ficha/6941/>