



Vicerrectoría de Estudios de Posgrado

Trabajo final para optar por el título de:

Maestría en Gerencia y Productividad

Título:

**“PROPUESTA ESTRATEGICA DE VENTAS DE ARTICULOS DE 2DA MANO
SANTO DOMINGO, REPUBLICA DOMINICANA 2017”**

Postulante:

Lic. Ysela Altagracia Alonzo De León

Mat. 2015-1693

Tutor:

Ivelisse Comprés

Santo Domingo, Distrito Nacional

República Dominicana

Marzo, 2017

RESUMEN

El principal objetivo de esta investigación fue la implementación de una propuesta estratégica para la venta de artículos de segunda mano en Santo Domingo, República Dominicana, donde el objetivos generales fue : determinar propuesta Estratégica de negocio orientada al modelo venta de artículos de 2da mano diferenciándose de su entorno por la alta calidad de sus mercancías a precios asequibles, seguido de los objetivos específicos: Ofrecer un servicio de calidad a los clientes que visitan la tienda de artículos de segunda mano, Desarrollar logística de distribución del producto para los clientes que no le gustan visitar el establecimiento del segmento de segunda mano. La metodología que se utilizó en esta investigación fue el método de la observación y de análisis y de la entrevista, cuyo objetivo es apreciar el esquema del negocio de las ventas directa de los artículos de 2da mano, con el fin de poder desarrollar logística y estrategias de negocios que permitan ofertar un producto competitivo. Dentro de la técnica están las entrevistas a dueños y la encuesta a los empleados de almacenes triples AAA En los resultados tabulados y analizados mediante síntesis logrando resultados importantes y precisos para la toma resultados favorables. La parte más importante que motivo a la investigación era a necesidad de conocer la acogida de este producto a través de los consumidores, los costos del producto y posicionamiento del mercado. La empresa contara con personal entrenado con miras a lograr los objetivos de la empresa aliada a incentivos por la meta lograda.

ABSTRACT

The main objective of this research was the implementation of a strategic proposal for the sale of second hand goods in Santo Domingo, Dominican Republic, where the general objectives were: to determine a strategic business proposal oriented to the model of second hand items, differentiating itself from Your environment by the high quality of your goods at affordable prices, followed by the specific objectives: Provide a quality service to customers who wear the second hand shop, Develop product distribution logistics for customers who do not like Visit the establishment of the second-hand segment. The methodology used in this research was the method of observation and analysis and the interview, whose objective is to appreciate the business scheme of direct sales of second hand articles, in order to be able to develop logistics and strategies To offer a competitive product. In the technique are the interviews to owners and the survey to the employees of triple stores AAA In the results tabulated and analyzed by means of synthesis obtaining important and precise results for the taking favorable results. The most important part of the research was the need to know the reception of this product through consumers, product costs and market positioning. The company will have trained personnel with a view to achieving the objectives of the company allied with incentives for the goal achieved.

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	ii
ABSTRACT	iii
INDICE DE CONTENIDO.....	iv
INTRODUCCION	1
CAPITULO I: ORIGEN DEL NEGOCIO DE VENTAS DE ARTICULOS DE 2DA MANO.	4
1.1. Definición Artículo Segunda Mano:	4
1.2. Tipos de Artículos de Segunda Mano más común:.....	4
1.2.1 Segunda Mano Digital:	4
1.2.2 Libros de Segunda Mano:.....	5
1.2.3 Autos:	5
1.2.4 Ropa:.....	5
1.3. Historia del Negocio de Artículos de 2da mano en República Dominicana:.....	5
1.4. Importancia del negocio de artículos de 2da mano.....	6
1.5. Suplidores de los Artículos de 2da mano:.....	7
1.6. Impacto del comercio de Artículos de 2da mano en República Dominicana:.....	7
1.6.1 Impacto del Comercio de ventas 2da para los comercios de Artículos nuevos: 7	
1.7. Origen a Nivel Mundial de los Artículos de 2da mano:.....	8
1.8. Actualidad de los Artículos de segunda Mano:	8
1.9. Prendas de Vestir de Segunda Mano y la Economía del Reciclaje en los Estados Unidos de América:.....	10
1.10. Tendencia Global de la Ropa de Segunda Mano:	11
1.11. Ventajas y Desventajas de Comprar Artículos de Segunda Mano:.....	12

1.11.1	Dentro de las principales Ventajas citada por la página Blog Renuevo se encuentras:.....	12
1.11.2	Desventajas:.....	13
1.12.	Deseos Percibidos y No Percibidos por los Clientes:	13
1.12.1	Deseos Percibidos:.....	13
	Se trata a través del camino más corto, en el cual se debe preguntar al cliente como:.....	13
1.12.2	Deseos No Percibidos:	14
1.12.3	Deseos Que le Surgirán en el camino:	14
1.13.	Mercancías Prohibidas y Restringida:.....	14
1.13.1	Prohibidas:.....	14
1.13.2	Restringida:	14
1.14.	Mercancías Prohibidas en República Dominicana.....	15
1.15.	Generalidad de la Idea de Negocio de segunda Mano:	16
1.15.2	Tipos de proveedores:	17
1.16.	Negocio de los Artículos Usados o de Segunda Mano:	18
1.16.3	Confirming.....	19
1.17.	Diferentes Formas de Vender Artículos de Segunda Mano:.....	20
1.18.	¿Cómo Funciona la Segunda Mano?	21
1.19.	Mercado de Pulgas en República Dominicana:	22
1.19.1	Artículos:.....	22
1.19.2	Precios:.....	23
1.19.3	Relación con el cabildo:.....	23
1.19.4	Seguridad:	24
1.19.5	Compradores:.....	24
1.19.6	Puestos de Ventas:	24
1.19.7	Moda O Economía:.....	24
CAPITULO II: INVESTIGACION DE MERCADO DE ARTICULOS DE VENTAS DE SEGUNDA MANO.....		26
2.1	Marco Especial	26
2.2	Marco Temporal.....	27
2.3	Aspectos Metodológicos Investigación de Mercado	27

2.3.1 Tipos de Investigación:	27
2.3.2 Método de la Investigación:	28
2.4.1 Documental: Porque se reforzara la investigación con escritos de periódicos, revistas, libros, internet y todo aquello que aporte conocimientos sobre el tema.	28
2.4.2 Observación Indirecta: Porque se utilizarán informaciones elaboradas por otras personas, relacionada con el enfoque que se está desarrollando para las ventas de artículos de segunda mano.....	29
2.5 Objetivos de la Encuesta	29
2.6 Objetivo de la Entrevista	29
Conocer la demanda de este mercado con miras a lograr innovar nuevas estrategias de este modelo de negocio.....	29
2.8 Datos Recolectados en la Encuesta	31
2.9 Análisis de la Encuesta	41
2.10 Análisis de la Entrevista:	42
2.11 Diagnóstico	45
CAPITULO III: PROPUESTA ESTRATEGICA DE VENTAS DE ARTICULOS DE 2DA MANO SANTO DOMINGO, REPUBLICA DOMINICANA 2017.....	48
3.1 Descripción de la Propuesta:	50
3.2 Objetivo General y Específicos de la Propuesta	53
3. 2.1 Objetivo General:	53
3.2.2 Objetivos Específicos:.....	53
3.3 Estrategias del plan de ventas de artículos de Segunda Mano para los logros de los objetivos trazados	54
3.4 Tácticas desarrolladas para el logro de las estrategias de plan de ventas de artículos de Segunda Mano	61
3.6 Recursos.....	69
3.6.1 Recursos Humanos	71
3.6.2 Recursos Tecnológicos	78
3.6.3 Recursos Financieros	80
CONCLUSION	84
BIBLIOGRAFIA	86
Anexos	89

Lista de Tablas

Tabla 1. ¿Ha usado o utiliza los artículos de 2da mano?	32
Tabla 2. Con qué frecuencia utiliza los artículos de 2da mano?	32
Tabla 3. Artículos que compra con más frecuencia.....	33
Tabla 4. Las compras que realiza la utiliza para?	34
Tabla 5. En que se fija va comprar una prenda?.....	35
Tabla 6 ¿Cuáles son las prendas que más utiliza de acuerdo a sus actividades?	36
Tabla 7. Cómo describiría su experiencia al comprar ropa de 2da mano?	36
Tabla 8. Al momento de seleccionar los artículos de segunda mano se fija Usted en la marca?	37
Tabla 9. Cuales de las siguientes Marcas prefiere?	38
Tabla 10. Volvería a Compraría Ropa de segunda Mano para usted y su Familia?	39
Tabla 11. Indicar sexo:	40
Tabla 12. Favor indicar en cuales de los siguientes rangos de edad se encuentra.:	40
Tabla 13. Costo de personal por posición.....	82
Tabla 14. Costo de Inversión en Recursos Tecnológicos.....	83
Tabla 15 Costo Campaña Publicitaria.....	83

INTRODUCCION

Esta investigación ostentará sobre la implementación de una propuesta estratégica de ventas de artículos de 2da mano, Santo Domingo República Dominicana 2017.

Este proyecto surgió como una motivación para implementar los conocimientos adquiridos durante la maestría para desarrollar un plan estratégico innovador en la venta de artículos de segunda mano, donde los consumidores encuentren productos de primera calidad a precios competitivo, desde el la primera visita que el cliente realice nos tenga en la mente con la empresa de mayor prestigio , además ser ente de emular por otras entidades, lo que provoca que el cliente compre donde se le otorgue la opción, siendo la nuestra la pionera de la ventas de artículos de segunda mano de forma organizada, producto de tendencia, donde el cliente puede encontrar lo que busque sin tener que agotarse.

Por otra parte, la obtención de este proyecto tiene como objetivo principal determinar propuesta estratégica de negocio orientada al modelo venta de artículos de 2da mano diferenciándose de su entorno por la alta calidad de sus mercancías a precios asequibles.

Esta propuesta será de gran relevancia para este nicho de mercado ya que le permitirá incrementar la demanda de esta mercancías, además podrán organizar el negocio desde el personal hasta la implementación de sistema tecnológico que le permitan tener un sistema de inventario actualizado de acuerdo a las tipologías de las mercancías, siendo los accionistas de la empresa los principales inversionistas, ya que para disminuir los costos y ofrecer precios y productos competitivos están asumiendo la inversión de la propuesta en un 100% por 6 meses, estas inversiones no recibirán remuneración monetaria.

Los métodos que se utilizaran son el análisis, el cual permitirá el estudio de las partes que componen el plan estratégico por considerarla como una de las propuestas más

importantes con apunte a ganar. De igual manera, se podrá observar método datos estadísticos que se podrán tabular los datos obtenido a vía la herramienta de encuestas y a entrevista que se obtendrán mediante la estadística.

El mercado de este producto cada vez tiene más demanda, por la versatilidad de productos, logrando abaratar los precios.

La propuesta estratégica para las ventas de artículos se segunda mano, será efectuado según incremento y rentabilidad de la inversión, por lo que será determinante realizar estudio de mercado a través de la encuesta y las entrevistas

Por otro lado, este proyecto permitirá conocer las ventajas y desventajas del producto con mitas a desarrollar estrategia que permitan afianzar este tipo de negocio, donde contará una nueva forma para conseguir productos de más alto nivel a precios súper competitivo.

De igual manera, este plan será del más alto valor para las personas que lo consulten, especialmente de los estudiantes de la universidad.

La propuesta estratégica de ventas de artículos de segunda constara de tres capitulo. En el capítulo tratara del origen de los artículos de segunda mano, así como breve definición del significado de los mismos, cuya finalidad es dar a conocer las tendencias de mayor demanda. De igual modo, se habla de la historia de este producto en la República Dominicana, así como su importancia e impacto del comercio que afecta los negocios que se dedican a la venta de artículos nuevos. Por otro lado, se resalta el origen a nivel mundial atado a la demanda.

En el capítulo III, se estará investigando sobre los conceptos de la investigación mercado y las técnicas que debes de considerarse al momento de establecer un negocio o lanzar un producto, con el objetivo de conocer las diferentes técnicas que más se adapte a la necesidad del producto. A través de esta investigación es posible realizar la identificación, análisis, recopilación de datos con miras a tomar decisiones según tendencia del negocio, sin la misma no es posible que las empresas puedan

realizar un Marketing adecuado para el producto. Se puede concluir que esta investigación se permite identificar el problema y darle solución al mismo.

El capítulo 3; la propuesta estratégica de ventas de artículos de segunda mano en Santo Domingo, República Dominicana año 2017, será de gran valor para los consumidores de este mercado, dado que le permitirán disfrutar de un modelo de negocio más versátil y la vez implementar un nuevo esquema en la distribución de las mercancías con el fin de potenciar el desarrollo de este producto y afianzar relaciones de negocios con los clientes tanto minoristas como mayoristas.

Las ventas de artículos de segunda mano se han convertido en otra fuente de negocio que cada día se posiciona con verdadera fuerza, ya que a través de ella las personas pueden incursionar en la venta de negocio informal sin tener que realizar grande inversión monetaria, no obstante, existe la brecha que al seleccionar estos artículos de forma personal no necesariamente vayan a escalar en su totalidad en el gusto de cliente.

CAPITULO I: ORIGEN DEL NEGOCIO DE VENTAS DE ARTICULOS DE 2DA MANO.

Este capítulo tratara del origen de los artículos de segunda mano, así como breve definición del significado de los mismos, cuya finalidad es dar a conocer las tendencias de mayor demanda. De igual modo, se habla de la historia de este producto en la República Dominicana, así como su importancia e impacto del comercio que afecta las los negocios que se dedican a la venta de artículos nuevos. Por otro lado, se resalta el origen a nivel mundial atado a la demandas del mismo.

1.1. Definición Artículo Segunda Mano:

Se refiere a un objeto, el mismo puede ser conceptual o material, el cual es pasado de una persona a otra. De igual modo, a modo más sencillo también puede referirse a un artículo que ya no está en la misma condición fue adquirido en su inicio.

Por otra parte, los artículos de antigüedad de segunda mano pueden incrementar sus costos, si los mismos realmente corresponden a este tipo, los cuales no se venden o se fabrican en otra localidad del mundo, o si los mismos pertenecieron algún artista o personalidad famosa de transcendencia. (<http://emausnavarra.org>, 2012)

1.2. Tipos de Artículos de Segunda Mano más común:

En este tema se abarcará sobre las tendencias de los artículos de segunda mano con mayor demanda en el mercado, cuyo objetivo es identificar oportunidad de negocio por la simbología de los mismos y característica del producto. (<http://www.trabajosynegocios.com>, 2013)

1.2.1 Segunda Mano Digital:

Debido a los cambios tecnológicos que presente hoy en día la tecnología, este mercado permite realizar cambio de este producto con mayor frecuencia, por lo que los usuarios aprovechan este nicho para ofertar e intercambiar el artículo a bajo costos, por diversas razones económicas.

1.2.2 Libros de Segunda Mano:

Este es uno de los productos con mayor demanda e intercambio, algunas ocasiones el intercambio no influye gastos monetarios, dado que pueden realizarlo por otro artículo, hoy en día tienda como Internet y Amazon utilizan este tipo de mercado para las ventas de sus artículos logrando un mercado dinámico y de gran rentabilidad, dado que en ocasiones su precio está por debajo del costo real lo que permite facilidad para adquirirlo.

1.2.3 Autos:

Este mercado es uno de los productos de mayor demanda en el mundo, dado que en cualquier localidad o ciudad se pueden localizar concesionarios y/o talleres que brindan la oportunidad de comprar autos de segunda mano, así como también en las revistas, periódicos, internet y las redes sociales. Si en defecto el modelo ya no se fabrica o si al igual perteneció alguna persona famosa su valor aumenta considerablemente

1.2.4 Ropa:

Al igual que los artículos antes citados, la ropa es uno de los que posee mayor demanda, por lo que su venta es súper extensa por todo el mundo, dado que en el presente han surgido diversas fundaciones o fundaciones dedicada a la ayuda sin fines de lucro. Por otra parte, también la gente dona las ropas para que estas instituciones puedan devengar bienes monetarios, por lo que estas tiendas se encargan de venderlas a precio competitivo.

1.3. Historia del Negocio de Artículos de 2da mano en República Dominicana:

Su historia nace por la época del 1986, a raíz principalmente de las donaciones que realizaban diversos países principalmente al pueblo Haitiano para combatir la pobreza del mismo, sin embargo producto de esta miseria un grupo de hombres y mujeres de esta nacionalidad iniciaron la venta de estos artículos en Dajabón, donde los Dominicanos utilizaban el intercambio de mercancía o la compra de la misma a fin de

obtener grandes beneficios de este negocio, aunque el mismo se realizaba de forma ilegal.

Cabe destacar que las mujeres haitianas fueron quienes primero vieron este negocio como una oportunidad para utilizarlo como medio de subsistencia para su familia.

Al este negocio no estar legalmente permitido, si una persona era sorprendida con esta mercancía para negocio era apresada, ya que no estaba legalizado por la aduana. (Gutiérrez, La tributación de las compras en línea y de la importación de ropas usadas, 2016)

1.4. Importancia del negocio de artículos de 2da mano.

Este tipo de negocio surge para llenar o suplir necesidad a un segmento de la población de bajo recursos, así como un nicho de mercado de clase media, permitiendo encontrar mercancías a precios competitivos y de excelente calidad.

De igual manera, permite disminuir el desempleo, aunque sea de manera informal, dado que por su naturaleza posee pocos requisitos para la apertura de este negocio.

Por otra parte, este negocio oferta diferentes estilo o tipología de mercancía, por lo que resulta más atractivo para el público Vs lo precios de la mercancía nueva que cada vez es más alto.

Asimismo, se ha convertido en una plaza de gran importancia porque además, permite dinamizar la economía del país, ya que una gran parte de la población se sustenta de este negocio para vender a un segundo o tercero, permitiéndole obtener variedad del producto a precio bajo.

1.5. Suplidores de los Artículos de 2da mano:

Las tiendas de ventas de artículos de 2da mano se suplen de diversos proveedores, siendo los más importantes los del territorio Americano, sin embargo estos suelen tener representantes en diversos territorios como el caso de República Dominicana. Además también, pueden servirse de los artículos provenientes de Haití. (Severino, 2009)

1.6. Impacto del comercio de Artículos de 2da mano en República Dominicana:

Según el artículo de la tributación de las compras en líneas y de las importaciones de Ropa Usadas, publicado por Hamlet Gutiérrez el en Septiembre del 2013, indica que las importaciones de los artículos de segunda mano, han obtenido una gran tendencia de crecimiento, donde se refleja una tasa de promedio de 19.2% durante el periodo 2008-2012, hasta alcanzar los US \$ 33.3 millones en el 2012, representando para la República Dominicana más del 10% de las importaciones, e inclusive este producto se compara con la similitud de la compra por internet. (Gutiérrez, La tributación de las compras en línea y de la importación de ropas usadas, 2013)

1.6.1 Impacto del Comercio de ventas 2da para los comercios de Artículos nuevos:

De acuerdo al artículo publicado por el Periódico Nacional, informa que el comercio de artículos de 2da mano, está impactando de forma negativa sus ventas, dado que la misma al no pagar impuesto resulta una competencia desleal. De igual modo, reconocen que en las mismas se puede encontrar el producto de mejor calidad, por lo que ha provocado que algunos de ellos cambiaran sus negocios por el de este tipo.

Estos negocios han presentado tan buena acogida por todo el país, que han provocado que gran parte de los comerciantes importen sus mercancías desde el exterior, donde pueden canalizar a través de los mayoristas o se trasladan a la frontera. (Berigüete, 2015)

1.7. Origen a Nivel Mundial de los Artículos de 2da mano:

El origen data de un grupo de proveedores asociados en España “Ropa Usada S. Coop”, donde relatan en su página web una reseña de los comienzos de la ropa usada, donde aseguran que el origen del mercado de la ropa usada nace entre el siglo XIV y XV; donde el mismo inicia cuando la aristocracia Parisina renovaba sus roperos, la ropa que desechaban se la cedían a sus sirvientes, para que estos las vendieran en las primeras tiendas europeas de ropa usada. En ésta época la clase media empezaba a surgir en la sociedad y buscaban vestirse con ropa hecha a la medida; los sastres más modestos de la capital Francesa personalizaban prendas usadas a bajo costo. Y fue aquí cuando nació el concepto de moda, de ropa usada estilo “vintage”. Agregan que luego este mercado sufrió una gran expansión, después de la 2ª guerra mundial, ya que los holandeses empezaron a reciclar a nivel industrial la ropa y los complementos usados que se generaban en algunos de los países Europeos como: Holanda, Inglaterra, Italia, Francia, Bélgica, Alemania, y Suiza. (<http://ropa-usada.es>, 2013)

1.8. Actualidad de los Artículos de segunda Mano:

La ropa de segunda mano es un mercado que se ha prologando mundialmente, según el Lic. Gonzalo Vidaurre efectuó una investigación sobre la importación legal e ilegal de prenda usada en Bolivia en el año 2005, en la cual presenta datos actuales sobre nuestra temática que cabe mencionarlos en esta investigación. Uno de ellos es que en muchos países (principalmente Estados Unidos y Europa por ser lugares donde existe mayor consumo) cuentan con organizaciones y centros de caridad en donde las personas pueden donar la ropa que ya no utilizan. El fin de esta recolección es el de abastecer con estas prendas a familias de escasos recursos de países en desarrollo. A estas organizaciones se suman iglesias, fundaciones y otras instituciones de carácter benéfico que recolectan prendas pasadas de temporada o con desperfectos de fábrica de las maquilas y tiendas locales de cada país. (Hernández, Tiendas de ropa y artículos USAdos son las preferidas de la población. Comunica, 2007)

Por otro lado, menciona que existen fuertes grupos de comerciantes que ven en la ropa de segunda mano una oportunidad de generar un ingreso económico, ya que el flujo de las importaciones de fardos de ropa usada crece continuamente. De igual manera, menciona que la ropa usada llega de países europeos donde, luego de su recolección, se selecciona de acuerdo con su estado físico y se clasifica en ropa de primera, segunda y tercera clase. Dicha clasificación, realizada por agentes recolectores, permite diferenciar la ropa que posteriormente es preparada en fardos, asegurados por cintas metálicas, cuyo número evidencia la calidad de la ropa que contiene. De esta forma los fardos son trasladados a puertos a través de barcos alrededor del mundo, que luego de su introducción a cada país, son comercializados, obteniendo ganancias muy por encima de sus costos. En República Dominicana el negocio de lo usado es exitoso. (Hernández, Tiendas de ropa y artículos USAdos son las preferidas de la población. Comunica, 2007)

En adicción, el autor de esta publicación Jaime García, en su publicación para El Diario de Hoy (2008), manifiesta que en el presente este tipo de negocio toma cada día más auge.

La demanda de ropa usada no distingue estratos sociales, es decir que el consumo, que en sus inicios estaba destinado a personas de escasos ingresos también está siendo efectuado por personas de ingreso medio, e inclusive de ingresos altos. “Muchos visitan estas tiendas por escasez económica, otros simplemente por la vanidad de vestirse con ropa de marca y estilos que nadie más lucirá” (Hernández, 2007). Vidaurre menciona que gran parte de la mercancía que se comercializa en Latinoamérica proviene de los almacenes norteamericanos conocidos como “Good Will”, o buena voluntad, o de los “Second Hand”, traducidos al español como “segunda mano”. Los “Good Will”, son grandes almacenes que reciben donaciones a nivel mundial y los comercializan por unidad a precios económicos. (Hernández, Tiendas de ropa y artículos USAdos son las preferidas de la población. Comunica, 2007)

El dinero que se recauda es donado a instituciones caritativas. Sin embargo, aquellas prendas que no se venden, por lo general son donadas a países en vía de desarrollo, a través de Organizaciones No Gubernamentales (ONGs). Entre los países más favorecidos con este tipo de donaciones se encuentran: Bolivia, Perú y países centroamericanos. Los “Second Hand” en cambio, son grandes almacenes que se caracterizan por vender ropa usada a 1 dólar la libra. Junto con la ropa americana, aunque en menor proporción, Vidaurre Imagen 01: Etiqueta de Good Will encontrada en prendas de la tienda Génesis Constitución en San Salvador. Tomada en Abril 2013. 25 Douglas Ponce, periodista del Diario Co Latino publica en el año 2010 un artículo donde conversa con Javier Amaya, vendedor de uno los negocios más grandes en la capital, y comenta que la ropa usada no sólo la compran las personas con bajos ingresos económicos: “A este negocio vienen a comprar ropa personas de todas las clases sociales, es mentira que solo la gente pobre viene, yo he visto a personas que se bajan de buenos carros, bien elegantes y paran aquí, salen a comprar ropa para sus hijos o sobrinos”. (Hernández, Tiendas de ropa y artículos USAdos son las preferidas de la población. Comunica, 2007))

1.9. Prendas de Vestir de Segunda Mano y la Economía del Reciclaje en los Estados Unidos de América:

Las prendas de segunda mano se originan porque sus primeros dueños tomaron la disposición de no usarla por diversas razones, tales como: venderla, donarla a centro caritativo. El economista Inglés Adan Smith en su libro “La Acumulación del Capital” informa que las casas, los muebles y la ropa de ricos, en poco tiempo se convierte en útiles para la gente de las clases inferiores, así mismo sigue indicando que la gente de las clases medias y bajas podrá comprar las mercancías antes exclusiva para la exuberancia, cuando los dueños se cansen de usarla o se conviertan estas en mercancías de uso general entre su misma clase. (Smith, Chapter III, Pagina 50)

De igual manera, Adam Smith indica en su misma obra que “Los países que por largo tiempo han sido ricos frecuentemente se encuentra gente de rangos inferiores en

posición de casas amueblados perfectamente conservados, pero que ninguno de estos fueron construidos o hechos inicialmente por ellos.

1.10. Tendencia Global de la Ropa de Segunda Mano:

De acuerdo a escrito de Andrew Brooks, profesor de estudio de desarrollo del King College de Londres en libro Clothing Poverty, indica que el creciente apetito del mundo occidental por la moda rápida y desechable, provoca que las personas tengan la necesidad de abastecerse de más productos, en su mayoría fabricados China y otros países, por lo que se denota que se está consumiendo y deshaciéndose de cantidades de artículos cada vez más grande. Indica que de ahí las personas se identifican con las organizaciones de caridad y las compañías de reciclaje para entregar donaciones de artículos de segunda mano para que se encuentre un nuevo dueño.

Entre los países como Reino Unido y Estados Unidos, la mayoría de la ropa de segunda mano que dona las personas pensando que ayudará a alguien, en realidad termina siendo exportada y vendida en el exterior. De igual manera, dice que este negocio forma parte de una gigantesca industria global de ropa de segunda mano que vale US\$4.300 millones.

Según cifras de Naciones Unidas, el principal exportador de ropa usada del mundo es Estados Unidos, seguido de Reino Unido, Alemania, Corea del Sur y Holanda. (<http://www.bbc.com>, 2015)

- ✓ **Estados Unidos exporta US\$687 millones a:**
- ✓ **Canadá** US\$104 millones
- ✓ **Chile** US\$61 millones
- ✓ **Guatemala** US\$55 millones
- ✓ **India** US\$46 millones
- ✓ **Emiratos Árabes** US\$30 millones
- ✓ **México** US\$30 millones

- ✓ **Tanzania** US\$23 millones
- ✓ **Honduras** US\$23 millones
- ✓ **Angola** US\$21 millones
- ✓ **República Dominicana** US\$19 millones

1.11. Ventajas y Desventajas de Comprar Artículos de Segunda Mano:

Producto de los grandes cambios de la crisis económica, los fabricantes vieron como oportunidad de estrategia posicionarse en la mente de los consumidores, cuya finalidad es lograr convérselo de la sustitución de los productos existente por los actuales, donde el nuevo posee características distintivas al producto anterior, dejando el mensaje que el mismo debe ser renovado. Por lo que surge como alternativa a los usuarios vender los artículos que ya no estarán utilizando, el cual es aprovechado por un nicho de cliente que no tiene la bondad de adquirir un producto nuevo, surgiendo un público que demanda este mercado por lo que deciden adquirir en el mercado de oportunidad.

1.11.1 Dentro de las principales Ventajas citada por la página Blog Renuevo se encuentras:

- ✓ Encontrar la mejor oferta en toda clase de productos (móviles, ordenadores, productos electrónicos, joyas, herramientas de bricolaje, Ropa, Casa, Carros.) a un precio razonable
- ✓ Ahorro en la compra y permitiendo acceder a productos de importe elevado a un precio más ajustado. .
- ✓ Oportunidad de vender artículos usados y que ya no necesitan, en busca de dinero
- ✓ Señalización de tiendas especializadas en segunda mano, permitiendo mayor facilidad para su adquisición.
- ✓ Se consiguen prendas más originales, variadas y con personalidad
- ✓ El comercio de ropa usada es rentable siempre

- ✓ Aporte al reciclado , lo que a su vez favorece al medio ambiente
- ✓ Devengar beneficios monetarios por la compra y venta de artículos 2da mano.
- ✓ Oportunidad de comprar Artículos de Segunda a través de la tienda online, permitiendo la facilidad de comprar tranquilamente desde el lugar que se prefiera. (www.renuevo.es, 2014)

1.11.2 Desventajas:

Se puede citar como desventajas los siguientes puntos:

- ✓ El tiempo que se puede tardar para encontrar el artículo que se busca, dado que estos establecimientos no tienen nunca el mismo inventario de los artículos. (www.extremadurate.e, 2013)
- ✓ No lograr encontrar el artículo deseado.
- ✓ Poca posibilidad de localizar 2 artículos iguales.
- ✓ Los artículos de segunda mano no tienen garantía y no permiten realizar cambio
- ✓ Existe la posibilidad de adquirir artículos en mal estado, lo que provoca pérdida económica.

1.12. Deseos Percibidos y No Percibidos por los Clientes:

Este tema se enfoca al cliente como el principio y fin para dar reconocimiento o ganancia al producto que se está demandando, Cabe destacar, que el cliente es lo más importante para el logro de los objetivo de la empresa, razón por cual se debe de satisfacer sus necesidades,

1.12.1 Deseos Percibidos:

Se trata a través del camino más corto, en el cual se debe preguntar al cliente como:

- ✓ ¿Qué y cómo necesitas los productos y servicios que se ofrecen?
- ✓ ¿Qué cambio haría?

1.12.2 Deseos No Percibidos:

Son los que el cliente requiere, pero no está consciente de ello. No puede determinarse por técnicas directas, en cambio la empresa debe recabar información indirecta y extrapolarla para desarrollar nuevo producto y servicio.

1.12.3 Deseos Que le Surgirán en el camino:

Se enfoca aquellos productos y servicios que aparecen a medida que el cliente cambie su estilo y forma de vivir. (Valdes, 2009)

1.13. Mercancías Prohibidas y Restringida:

Este tema trata sobre los productos que se son considerados a niveles globales como prohibidos y restringidos. De acuerdo a la información ofrecida por la página de Aduana Digital, por lo que cita sobre la comercialización de este tipo de artículos que no practican con los estándares identificados por esta área. No obstante, esta regla no se cumple partiendo de la realidad que existe

1.13.1 Prohibidas:

Corresponde a los objetos, bienes que por su naturaleza o función están prohibidas o restringidas para entrar o salir de país. Algunos países han incluidos dentro de las mercancías prohibidas, la importación de los vehículos u de más 5 años de fabricación, vehículo de salvamento, vehículos con guía derecho, ropas usadas, plaguicida, neumáticos usados, así como productos que afecten el medio ambiente

1.13.2 Restringida:

corresponden a la prohibición de los animales, vivos o muertos, Antigüedades, Armas de fuego, Dinero en efectivo, Drogas, Estupefacientes o sustancias psicotrópicos , explosivo, Fármaco, Joyas, Materiales obscenos o pornografía, materiales radioactivos, Metales Preciosos, Obras de arte, Mercancías, Piedras Preciosa, Plantas, Productos,

productos perecederos, Productos sometidos, a régimen de reserva, así como sellos. (<https://aduanasdigital.gob.do>, 2013)

1.14. Mercancías Prohibidas en República Dominicana.

En la República Dominicana existe prohibición y Restricción de diferentes mercancías, entre las que se pueden citar:

- a) Prohibición para importación de Vehículos con más de 5 años de fabricación.
- b) Prohibición para la importación de vehículos con más de 15 años de fabricación(Vehículos pesados)
- c) Prohibición de electrodomésticos usados (Estas prohibiciones están contempladas en la ley no 147-00, de fecha 27 de Diciembre del 2000, modificada por la ley no 4-07 del 5 de enero del 2007.
- d) Prohibición de importación de vehículos con guía a la derecha (norma no 02-8, del 6 de octubre del 2008, que refiere lo establecido en la ley no 241, del 28 de Diciembre del 1967)
- e) Prohibición de la ropa usada(Ley no 458 de enero 1973)
- f) Prohibición de Importación de Equipos de Comunicación, para lo cual es necesario, presentar la autorización de la entidad e comunicaciones competente: sea para equipo de trasmisión de radio y receptores del sistema de posicionamiento

Por otra parte, el ministerio indico que las armas de fuego a importar deben de contar con el permiso del Ministerio de Interior y Policía. Asimismo informó que la maquinas traga monedas, mercancías restringida para lo que se requiere presentar la Resolución que emite la Comisión de Casinos del Ministerio de Hacienda de la Republica Dominicana,

Igualmente el Ministerio identifica las entidades involucradas en la transacción comerciales a nivel domésticos, Ministerio de Medio Ambiente, Dirección General de Aduanas, Ministerio de Interior y Policía, Instituto Dominicano de Telecomunicaciones,

Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Agricultura (<https://aduanasdigital.gob.do>, 2013)

En conclusión, tal como lo indica el artículo sobre tener el conocimiento de las mercancías restringidas o prohibidas para la importación evita que los importadores o personas físicas o jurídicas, inviertan recursos económicos y tiempo, para así evitar que luego no pueda recibir los artículos, por lo que es sugerido consultar de forma anticipada las informaciones de estas páginas,

1.15. Generalidad de la Idea de Negocio de segunda Mano:

El negocio de venta de artículos usados o de segunda mano no es nuevo, en realidad es muy antiguo sin embargo es una idea de negocio con poca inversión donde puede ir creciendo de forma escalonada, cuya finalidad es comprar y vender cualquier artículos percibiendo buenas ganancias tanto para el vendedor como para el comprador. Por lo tanto, es necesario determinar cuáles tipos de productos serán comercializados a través de la tienda que se defina para este negocio:

1.15.1 El tipo de tienda:

En primer lugar se necesita saber qué tipo de tienda se tiene en mente, si la estrategia va a ser de tipo global o será centrada en una temática. En el mercado ya hay algunas multi-tienda (que se vende un poco de todo), presentan una variedad de objetos, que puede ir desde un ordenador a un teléfono móvil. En este tipo de tienda hay gran dificultad en la asignación del precio de las mercancías. Si la diversidad del artículo es mucha, se debe tener una cultura general y un conocimiento muy amplios, para acertar con la valoración de los diferentes objetos que componen el inventario.

Por lo anterior, se debe saber distinguir muy bien la calidad y el potencial de los artículos, por lo que se necesita gran cantidad de información, se puede lograr a través de búsqueda en Internet, incluidos los precios, pero si los productos tienen algún daño

oculto (detectable sólo por especialistas) pueden ser un auténtico fiasco y pérdidas de ventas. (<http://www.trabajosynegocios.com>, 2013)

1.15.2 Tipos de proveedores:

Los tipos de proveedores pueden llegar hacer desde el mismo cliente hasta las empresas que se dedican a la venta e importación de este producto, inclusive se podría dar el caso de comprar artículos ilícitos, por lo que el importante saber la procedencia de la mercancía y tener las documentaciones de lugar donde avala dicha compra.

Por otra parte, algunas de las razones que llevan a las personas a vender sus productos en las tiendas de segunda mano son: la falta de dinero, o la compra de un artículo sin utilidad o la salida de nuevos modelos del mismo artículo. Sin embargo, el propietario tiene varias soluciones para deshacerse de estos activos. En Internet hay varios sitios web que venden artículos de segunda mano, pero tienen el inconveniente principal de los gastos de envío y el temor a ser consumidores engañados. (<http://www.trabajosynegocios.com>, 2013)

Por lo ante citado, este tipo de negocio cada día toma más auge, asimismo los negocios ofertan diferente alternativa a los usuarios, para ofertan o vender sus artículos, donde pueden seleccionar la venta física como vía Oline.

Cabe destacar, la demanda de este nicho de mercado ha provocado incremento del producto, no solo a la clase de bajo nivel social, sino que aumenta la demanda por la clase media, inclusive se está desplazando a las edificaciones de tiendas o mejor conocida como Mall, lo que permite atraer a noveles sociales de más auge.

1.16. Negocio de los Artículos Usados o de Segunda Mano:

En esta parte, es importante tomar en cuenta la forma o herramienta que se estará empleando para la venta del producto, por lo que es necesario desarrollar habilidades del equipo enfocada a al objetivo del negocio, en este caso la principal habilidad está alineada a la comunicación y la comercialización del producto. Según el escrito Jose Antonio Almoguera, en libro Manual Práctico Del Emprendedor dice, La mayoría de las personas que se lanzan a emprender en España son considerados especialistas en el proceso o actividad determinada y concreta, pero no necesariamente son expertos en a gestión empresarial, lo cual según el mismo a lo largo del tiempo esta situación puede provocar dificultad la empresa, de hi informa que el promotor es quien debe de tomar las decisiones de la empresa por mucho tenga asesores y subcontrate servicios, por lo que es importante para toda persona que se inicie en los negocios conocer de la forma práctica los conceptos esenciales de la gestión que resulta una obligación para el ben desarrollo de una empresa de cualquier servicio.

1.16.1 Comunicación en la Venta:

Los diferentes equipos comerciales cuentan con una gran variedad de herramientas de marketing a su servicio cuyo objetivo es facilitar su tarea de venta. Entre ellas, destaca la comunicación, una disciplina que deben dominar todos los vendedores y profesionales de la venta. De igual manera, la comunicación integral trata de acercar el mensaje de la empresa al mercado, a través de una serie de medios cada vez más amplios (publicidad, relaciones públicas, Marketing Directo, Patrocinio e Internet, por lo tanto, la comunicación integral se sirve de la fuerza de ventas para conseguir que el mercado adquiera un producto determinado. (Martín, Manual Práctico del Emprendedor, 2009)

1.16.2 Comunicación de Bienes:

Una comunidad de bienes existe cuando la propiedad de una cosa o de un derecho pertenece pro indiviso a diversas personas. Se trata de una figura que regula una situación de copropiedad de una cosa –por ejemplo un terreno, un edificio– o de un derecho –patente, marca que pertenece a diversos titulares conjuntamente y a cada uno le corresponde una parte proporcional de sus cuotas de participación, tanto de los beneficios como de las cargas. Básicamente, hace referencia a los bienes que son a diversos individuos, pero a cada uno de los integrantes le corresponde una partida.

La comunidad de bienes nace porque una cosa o derecho pertenece a unas cuantas personas, copropietarios, sin que necesariamente haya un acuerdo de voluntades entre ellas. Se diferencia de la sociedad civil porque la última sí que requiere un acuerdo voluntario de los socios de poner en común dinero, bienes y/o trabajo.

1.16.3 Confirming

Es una operación financiera que consiste en formalizar las operaciones de pagos a proveedores de una empresa a través de un intermediario financiero que asume el riesgo del pago de las facturas a proveedores por una compañía, que se encargará del pago una vez efectuada la compraventa. Dentro de las ventajas e puede citar:

- ✓ Reduce los costes de la gestión interna de pagos, sobre todo en empresas con un elevado número de proveedores.
- ✓ Mayor prestigio ante los proveedores.
- ✓ Facilita la conciliación de cuentas y el control de tesorería (Martín, José Antonio Almoguera San Martín, 2009)

1.17. Diferentes Formas de Vender Artículos de Segunda Mano:

Este tema trata sobre los diversos canales que existe para los usuarios realizar oferta de compra y ventas de artículos de segunda mano, en el cual permitirá que el cliente final conozca el productos con las característica que posee, así como aprovechar la tecnología de la informática a través de las diferentes tipos de páginas Web que están especializadas para la venta de este tipo de negocio. De igual manera, se debe de considera los siguientes puntos:

1.17.1 Seleccionar el Sitio Adecuado

Dado que existen diversas paginas especializada en el tema, se sugiere utilizar la que sea más específica para la venta de este producto, analizar los comentarios de los usuarios. Por otra parte, existe plataformas que se encargan de vender prendas de vestir, otras de artículos de motor, así como de tecnología, Casas, Antigüedades, coches, Electrodomésticos, en adición. Lo mejor es escoger el portal que se adapte a las características del producto que sea requiere vender, esta forma permitirá vender el articulo con mayor rapidez, así como tener;

- ✓ Condiciones detalladas sobre el uso de su página, pero adicionalmente contener el acceso de cualquier vendedor y comprador.
- ✓ Concebir referencia a la protección de datos, esto servirá para asegurar que los datos no se usarán para negocios de terceros.
- ✓ Poseer un domicilio fiscal bien visible y claro para los usuarios de la página, adicionalmente, debe gozar de una de correo de contacto y un número telefónico.

1.17.2 Describir el Objeto con Claridad

En esta parte se debe colocar las características del objeto, con sus defectos o cualidades, lo cual permitirá la comunicación adecuada con el posible comprador del producto. (<http://etruekko.com>, 2016)

1.18. ¿Cómo Funciona la Segunda Mano?

Los artículos de segunda mano tienen la característica de ofertar marcas relativamente costosas donde el cliente encuentra productos a precios muy competitivos, de excelente calidad, permitiendo ahorros extraordinarios en comparación del precio del mercado del mismo. Al momento de efectuarse la compra y venta del artículo, las personas involucradas deben estar conscientes de las características del producto, es muy importante la integridad del vendedor

- a) Los artículos de segunda mano son usados por al menos una persona antes de la compra que se está haciendo.
- b) Los objetos que se encuentren a la venta en segunda mano generalmente, no deben ser más costosos que un artículo igual estando nuevo. Este punto tiene dos excepciones, si es una antigüedad o si perteneció a alguien importante, de ser así el costo podría aumentar notablemente.
- c) Una vez que el comprador haya hecho todas las preguntas que necesita sobre el objeto o en el caso de ser un artículo electrónico o automotriz probarlo; deberá hacer el pago al vendedor.
- d) El vendedor debe recibir el pago y entregar el artículo inmediatamente. En el caso de que sea una venta por internet el envío del artículo comprado debe hacerse tan rápido como se pueda.
- e) El comprador deberá exigir una garantía del producto, según establezca la ley de su país; esto deberá estar por escrito e impreso con una hoja con la firma del vendedor y en el caso de ser una empresa, con sello húmedo. De esta manera si el artículo falla durante este periodo el comprador podrá hacer el reclamo y exigir el cambio.
- f) Una vez transcurrido el tiempo de garantía acordado, el comprador no podrá exigirle al vendedor bajo ninguna circunstancia. (<http://etruekko.com>, 2016)

1.19. Mercado de Pulgas en República Dominicana:

En este mercado se ofertan todo tipo de productos, siendo los más famosos el de la Capital de Distrito Nacional, y el de Santiago de los Caballeros. En la capital, se efectúa todos los Domingos, en la Avenida Luperón, donde acuden de forma afluente las personas en buscas de artículos específicos, pero sobre todo a muy bajo precio. Cabe destacar, que dentro de los productos más demandase encuentran; Electrodomésticos, Ropa Interior Nueva, Celulares, video juegos, Carteras, Ropa de Marca nueva y de segunda mano.

La razón principal, por la cual las personas visitan esta área se debe al ahorro de la económica, dado que producto de la crisis cada día más los bolsillos de las Familias de bajo recursos se ven afectado, de igual modo, le permite vender los artículos que no utilizan sin realizar pago de impuestos.

1.19.1 Artículos:

En este mercado de dos kilómetros cuadrados se puede encontrar desde utilería deportiva hasta cojines y almohadas vendidas al por mayor o al detalle. Según Caro, La Pulga ofrece artículos usados y nuevos a buen precio, que en las tiendas no se encontrarían al mismo monto.

Entre los artículos que puedes encontrar están sábanas, tenis, pantalones, camisetas, mintiendo, pacas al por mayor y al detalle, ropa interior, teléfonos celulares y controles remotos; también cortinas y almohadas.

Caro aseguró que lo mejor de la pulga es que posee las “tres B”, bueno, bonito y barato. “Aquí la gente viene a estrechar su bolsillo porque existe una crisis mundial, que se ha sentido”, sostuvo.

1.19.2 Precios:

A este mercado no solo lo visita los más pobres, funciona los domingos desde las cinco de la mañana hasta las seis de la tarde.

Los precios varían de acuerdo al vendedor. Las almohadas son vendidas dos por RD\$150, la ropa interior masculina por RD\$100, medias a RD\$20, blusas entre RD\$100 y RD\$150 y calzado entre RD\$100 y 200 pesos.

1.19.3 Relación con el cabildo:

La relación con el Ayuntamiento es armoniosa, aunque están en proceso de negociación dado que existe la posibilidad de ser reubicados en otro lugar. De acuerdo a indicación de a Caro, con los ayuntamientos del Distrito Nacional y el de Santo Domingo Oeste”.

De igual modo, señala que la cuota que se paga al ayuntamiento depende del tamaño del puesto del vendedor. El pago ronda entre RD\$100 y 200, hasta 300 pesos los domingos.

Sin embargo, según el encargado de comunicaciones del Ayuntamiento del Distrito Nacional, José Carrión, aclaró que el cabildo no tiene ninguna responsabilidad con el mercado La Pulga, ya que mediante un acuerdo entre ambos ayuntamientos se dejó a cargo del cobro del impuesto a los vendedores y la limpieza del lugar al Ayuntamiento de Santo Domingo Oeste. Explicó que ese cabildo debe dejar limpia la parte que le corresponde al Distrito Nacional en cuanto termine la venta del día.

En cambio, el secretario general y abogado del Ayuntamiento de Santo Domingo Oeste, Plutarco Jáquez, aseguró que cada ayuntamiento se encarga de la parte que le toca. En 2011 los vendedores de La Pulga y el Ayuntamiento de Santo Domingo Oeste tuvieron un enfrentamiento por el cobro de los arbitrios. (Luna, Mercado de pulgas es ahorro de bolsillo, 2012)

1.19.4 Seguridad:

En cuanto a la seguridad del lugar, el presidente de la Asociación de Vendedores de La Pulga, José Manuel Caro, dijo que reciben apoyo de la Policía Nacional y de la Autoridad Metropolitana de Transporte (AMET). Reconoció que ocurren robos como en cualquier lugar, pero mínimos.

1.19.5 Compradores:

Para comprar en La Pulga no es necesario ser de escasos recursos. Muchos profesionales y amas de casa que tienen ingresos que les permite comprar en otras tiendas del país prefieren visitar La Pulga. Asimismo, Thelma Vanahí, dijo que ve La Pulga como la casa de la abuela, donde siempre se puede encontrar con artículos interesantes que no se pensaba.

1.19.6 Puestos de Ventas:

En el mercado La Pulga hay 1,049 puestos fijos y 2,451 vendedores ambulantes, que suman un total de 3,500 mercaderes. El 25% de los vendedores provienen del Distrito Nacional, 20% de la provincia Santo Domingo, 15% de Santiago, Bonao y Puerto Plata, y el otro 15% del Sur. Los comerciantes se suplen de mercancías importadas de Panamá y Estados Unidos, sobre todo las pacas; (Luna, Mercado de pulgas es ahorro de bolsillo, 2012)

1.19.7 Moda O Economía:

“Ha sido un mundo lleno de arte, así describo La Pulga”, expresó la periodista Carmelsy Confesor. Para ella en ese mercado hay una variedad fusionada. “Es un paseo mágico donde dedicas una mañana a “jociar” y reír. Puedes encontrar piezas únicas que destacarán en todo lugar”, sostuvo. Consideró que ya sea tras moda o simple economía, todos deberían asistir a La Pulga. (Luna, Mercado de pulgas es ahorro de bolsillo, 2012).

El capítulo I trata del Origen del Negocio de Ventas de Artículos de 2da Mano, donde se expone los tipos de productos más relevantes, tales como: Electrodomésticos, Tecnología, libros, Ropa, Carros, también abarca la historia de este mercado en la República Dominicana, así como su importancia e impacto en la sociedad, además resalta la actualidad y tendencias de estos artículos, como el uso del reciclaje en la economía de Estados Unidos de América. Por otro lado, se notifica las ventajas y desventajas que posee el usuario al momento de tomar la decisión de adquirir este tipo de mercancía.

Además se consideró la importancia de los deseos percibidos y no percibidos de los clientes, donde es contundente al momento de tomar la decisión de seleccionar este nicho. De igual manera, se explica la generalidad de este negocio, el cual incluye el tipo de tienda y proveedores, así como las mercancías prohibidas en la República Dominicana, asimismo se enfoca en la necesidad de poseer buena comunicación, donde se relacione a los bienes y confirming.

En el mismo se habla de las diferentes formas que existe para la ventas de artículos de segunda mano, donde es muy importante seleccionar el sitio adecuado a fin de ofertan un servicio de calidad y seguridad de cara a los clientes, pero sobre todo describir el producto de forma clara y transparente, así como dar a conocer su funcionamiento. Finalmente incluye de forma detallada el mercado de pulgas en República Dominicana

CAPITULO II: INVESTIGACION DE MERCADO DE ARTICULOS DE VENTAS DE SEGUNDA MANO.

En este capítulo, se estará investigando sobre los conceptos de la investigación mercado y las técnicas que debes de considerarse al momento de establecer un negocio o lanzar un producto, con el objetivo de conocer las diferentes técnicas que más se adapte a la necesidad del producto. A través de esta investigación es posible realizar la identificación, análisis, recopilación de datos con miras a tomar decisiones según tendencia del negocio, sin la misma no es posible que las empresas puedan realizar un Marketing adecuado para el producto. Se puede concluir que esta investigación se permite identificar el problema y darle solución al mismo.

2.1 Marco Especial

La investigación tendrá lugar en la República Dominicana, en el Distrito Nacional, específicamente en Almacenes Doble AA ubicado en la zona de la duarte orientado a los aspectos a considerar para una tienda de artículos de 2da mano, de igual modo, analizar las tendencias de este nicho de mercado donde el mismo se perfila en crecimiento en todo el país, cabe denotar que las personas ven este negocio como una oportunidad de mejorar su estilo de vida cubriendo parte de la necesidad básica de la población, no solo destinado a la clase baja, ya que en la actualidad cada vez se suman personas de diferentes clase social, lo que ha impactado de forma positiva en el desarrollo del negocio de artículos de segunda mano, así como determinar las ventajas y desventajas de este tipo de negocio, en la ciudad de Santo Domingo.

2.2 Marco Temporal

Esta investigación será implementada en el mes Enero del año 2017

2.3 Aspectos Metodológicos Investigación de Mercado

En este capítulo se estará analizando y exponiendo los objetivos de la investigación con miras a analizar desde lo particular a lo general. De igual manera, se establecerá las diferentes tipologías de investigación utilizada para la preparación de este estudio de mercado.,

En otro orden se estará desarrollando una investigación de campo, así como una encuesta dirigida al personal del almacén Triple AA con la finalidad de conseguir información cuantitativa y cualitativa que permita establecer un nuevo modelo de negocio para este mercado.

2.3.1 Tipos de Investigación:

Para el desarrollo de esta investigación se utilizará la metodología descriptiva que permitirán evaluar varios escenarios relacionados a los objetivos planteados como meta. De igual manera, permitirá conocer las variables que impactan la problemática de este tipo de empresa, con miras a desarrollar mejores prácticas de negocio que impacten la cadena de servicio de cara al cliente, por lo que se basará la investigación en métodos y técnicas que portarán de forma positiva a este logro.

Por otra parte, persigue conocer los tipos de necesidades que impulsan a los consumidores a seleccionar este mercado, de igual modo, analizar los productos de mayor demanda, así como como las temporadas y tipologías que poseen mayor solicitud con la intención de aprovechar esta información para enlazarla a la estrategia y objetivos de la empresa.

2.3.2 Método de la Investigación:

En esta investigación se utilizará el método de la observación y de análisis, cuyo objetivo es apreciar el esquema del negocio de las ventas directa de los artículos de 2da mano, con el fin de poder desarrollar logística y estrategias de negocios que permitan ofertar un producto competitivo. De igual manera, conocer las tendencias del momento, así como los productos de mayor demanda, dado que la principal estrategia estará enfocada en calidad del producto, servicio al cliente y costos bajos para marcar la diferenciación del mercado, dado que el mismo permite ir de lo particular a lo general, por lo que es más el escenario para la toma decisión y cambio de tácticas del flujo

2.4 Técnica de la Investigación:

Se realizaran entrevistas a los dueños de este tipo de empresa para enfocar las repuestas a los objetivos. Es de cabal importancia, dado que permiten tener mejor datos debido a que están alineadas a las opiniones de diversas personas donde sustenta una determinante relevancia para la investigación.

Se aplicaran encuestas de forma escrita a los clientes de este nicho de mercado a fin de recolectar información relacionada a la aceptación de las ventas de artículos de 2da mano, el cual permitirá conocer las ventajas y desventaja de este tipo de negocio, para lograr implementar artículos novedosos en el mercado actual.

El objetivo de esta entrevista: Conocer las tendencias de este mercado para innovar en los artículos de ventas.

2.4.1 Documental: Porque se reforzara la investigación con escritos de periódicos, revistas, libros, internet y todo aquello que aporte conocimientos sobre el tema.

2.4.2 Observación Indirecta: Porque se utilizarán informaciones elaboradas por otras personas, relacionada con el enfoque que se está desarrollando para las ventas de artículos de segunda mano.

2.5 Objetivos de la Encuesta

Identificar tipos de clientes que prefieren este mercado y cuáles son las edades promedio de los mismos para implementar nuevas inserción de artículos de temporadas.

- ✓ Investigar cuales son los artículos de mayor demanda para diseñar estrategia que permitan incrementar las ventas.
- ✓ Indagar información sobre la frecuencia que realizan las compras de los artículos de 2da mano.
- ✓ Analizar las edades y sexo de los clientes que prefieren este mercado. Identificar los tipos de marcas que más demandan los clientes.
- ✓ Conocer la recurrencia y fechas que acostumbran a realizar las compra.

2.6 Objetivo de la Entrevista

Conocer la demanda de este mercado con miras a lograr innovar nuevas estrategias de este modelo de negocio.

- ✓ Determinar las mercancías y las marcas que posee mayor solicitud
- ✓ Identificar los tipos de clientes que utilizan los artículos de 2da y la frecuencia en que acostumbra a comprar
- ✓ Obtener información para establecimiento de estratégica para el nuevo modelo de negocio con el fin de investigación aceptación del mismo.
- ✓ Evaluar de forma dinámica el impacto de este negocio antes los clientes.
- ✓ Analizar las mercancías de mayor adquisición por los clientes con el propósito.
- ✓ Identificar los servicios y logística desplazamiento para la adquisición de artículos de Segunda Mano.

2.7 Calculo Muestra

$$n = \frac{S^2 P Q N}{E^2 (n-1) + S^2 P Q}$$

$$n = ?$$

$$S = 1.96$$

$$P = 50\%$$

$$Q = 50\%$$

$$E = 5\%$$

$$N = 75$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (75)}{(0.05)^2 (N-1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)} =$$

$$n = \frac{3.84 (19)}{0.0025 (74) + 3.84 (0.25)} =$$

$$n = \frac{73}{0.185 + 0.96} =$$

$$n = \frac{73}{1.14} =$$

$$n = 64$$

Para una población de 75 empleados que tiene la tienda Almacenes Triple AAA se utilizará las herramientas a una muestra de 64.

2.7.1 Investigación Cualitativa:

Esta investigación proporciona conocimientos y comprensión del entorno del problema.

2.7.2 Investigación Cuantitativa:

Esta investigación persigue cuantificar los datos, donde generalmente aplica algún tipo de análisis estadístico.

2.8 Datos Recolectados en la Encuesta

Los datos recopilados a través de la encuesta constituyen los resultados de toda la información suministrada por el personal de la empresa Almacenes Triple AAA enfocada al consumo de Artículos de 2da mano.

A continuación se estarán mostrando las tablas de cada una de las preguntas administradas a los colaboradores de Almacenes Triple AAA.

De igual manera, se proyectara un análisis de cada uno de las tablas dado que es de vital importancia e interés que cada una de las preguntas aplicadas vía la encuesta emerjan repuestas esperada de acuerdo a los datos indicados por los colaboradores de Almacenes Triple AAA.

De igual manera, los datos recolectados a través de la encuesta a los empleados de Almacenes Triple AAA permitirán diseñar propuesta novedosa para las ventas de artículos de segunda mano con el objetivo de evaluar las informaciones obtenidas de forma minuciosa conociendo las opiniones de los encuestados que serán determinante para la toma decisión.

Cabe destacar que estas informaciones están tabuladas de acuerdo a las repuestas seleccionadas y marcadas por los encuestados donde la efectuaron de mutua cuerdo.

Para la confección de los gráficos se utilizaron los programas de Microsoff Office, mejor conocido como Excell. Donde se procedió a plasmar cada uno de los datos obtenidos a través de la encuesta. Una vez efectuado este proceso se adiciono el porcentaje para cada una de las tablas.

Como resultado final se muestra de forma simple las informaciones indicadas por los colaboradores de Almacenes Triple AAA.

Las mismas aportaran a la toma decisión para el desarrollo de la propuesta que se estará diseñando para los negocios de ventas de artículos de segunda mano, dado que sin una investigación de mercado es difícil de proyectar propuesta de negocio que impacte en la calidad del servicio.

Tabla 1. ¿Ha usado o utiliza los artículos de 2da mano?

Variables	Frecuencia	Porcentual
Si	62	97%
No	2	3%
Total	64	100%

Fuente 64 encuestados que utilizan productos de segunda mano.

De los 64 encuestados, 62 personas para un 97% dicen consumir los artículos de segunda mano, mientras que 2 personas para un 3% informan que no lo consumen, debido a que prefieren comprarlo nuevo por la garantía que pueden obtener de los almacenes o tienda donde lo adquieren lo que le garantiza que verdaderamente la ropa es nueva.

Tabla 2. Con qué frecuencia utiliza los artículos de 2da mano?

Variables	Frecuencia	Porcentual
a) Diario	10	16%
b) Semanal	9	15%
c) Mensual	12	19%
d) Anual	3	5%
e) Ocasionalmente	17	27%
f) A veces	6	10%
g) Otros(Especifique)	5	8%
Total	62	100%

Fuente 62 encuestados que utilizan artículos de segunda manos

De los 62 encuestados que informaron consumir los artículos de segunda mano, 10 personas para un 16% lo consumen diario, 14 lo realizan semanalmente para un 15%, 12 dicen que lo utilizan mensual para un 19%, por otro lado 3 indican que lo devengan anual para un 5%, sin embargo 17 notifican que lo compran ocasionalmente para un 27%, mientras que 6 expresan que lo adquieren veces para un 10%, sin embargo 5 personas equivalente a un 8% indican que lo hacen en ocasiones especiales. De igual manera, se aprecia que la tendencia del uso de este producto es impactante donde se puede decir que las personas verdaderamente prefieren utilizar este producto en gran escala.

Tabla 3 artículos que compra con más frecuencia

Variables	Frecuencia	Porcentual
a) Ropa de Mujer	40	65%
b) Ropa de Hombre	10	16%
c) Accesorios	4	6%
d) Artículos para el hogar	6	10%
e) Otros(Especificar):		0%
Celular	2	3%
Total	62	100%

Fuente: 62 encuestados que utilizan artículos de segunda mano.

De los 62 encuestados 50 personas para un 81% indican que las compras que realizan las utilizan para uso personal, 10 personas para un 13% dicen que lo hacen para negocio, sin embargo 4 personas para un 6% informan que lo hacen para donaciones a familia de bajo nivel económico y muchas veces lo hacen a través de las iglesias para que estas puedan desplegarlo a la clase más necesitada y de forma equitativa, sin embargo otro grupo indico que la compran para entregarla a las fundaciones sin fines de lucro, pero que seleccionan buenos artículos para que las familias la puedan utilizar y cubrir sus necesidades.

Tabla 4. Las compras que realiza la utiliza para?

Variables	Frecuencia	Porcentual
a) Ropa de Mujer	40	65%
b) Ropa de Hombre	10	16%
c) Accesorios	4	6%
d) Artículos para el hogar	6	10%
e) Otros(Especificar):		0%
Celular	2	3%
Total	62	100%

Fuente 62 encuestados que utilizan artículos de segunda mano.

De los 62 encuestados 50 personas para un 81% indican que las compras que realizan las utilizan para uso personal, 10 personas para un 13% dicen que lo hacen para negocio, sin embargo 4 personas para un 6% informan que lo hacen para donaciones a familia de bajo nivel económico y muchas veces lo hacen a través de las iglesias para que estas puedan desplegarlo a la clase más necesitada y de forma equitativa, sin embargo otro grupo indico que la compran para entregarla a las fundaciones sin fines de lucro, pero que seleccionan buenos artículos para que las familias la puedan utilizar y cubrir sus necesidades.

Tabla 5. En que se fija va comprar una prenda?

Variables	Frecuencia	Porcentual
a) La Marca	10	16%
b) Que sea nueva	8	13%
c) Que sea de temporada	10	16%
d) Que te guste	22	35%
Otros:		0%
e) Que me guste y me quede bién	4	6%
f) Si me gusta y me queda bién la compro	3	5%
g) Si me gusta y los colores y el aspecto está bien es lo más considero,	2	3%
h) No tomo en cuenta la marca	1	2%
i) Buena Calidad	2	3%
Total	62	100%

Fuente 62 encuestados que utilizan artículos de segunda mano.

De los 62 encuestados para conocer detalle en que se fijan al momento de comprar un artículo, 10 personas para un 16% dicen que en la marca, 8 personas para un 13 % lo que ven es que sea nueva, sin embargo 8 persona para un 13% lo que realmente le interesa es que la ropa sea de temporada , pero 22 personas para un 38% su interés está enfocado a que le guste, 12 personas para un 19% indican otros motivos, tales como: 4 que me guste y me quede bien la compro, 2 al momento de comprarla lo que más considero es su aspecto, que me guste la ropa, así como los colores , 1 no toma en cuenta la marca solo que le guste, 2 indican que la ropa sea de calidad es suficiente para ellos.

Tabla 6. ¿Cuáles son las prendas que más utiliza de acuerdo a sus actividades?

Variables	Frecuencia	Porcentual
a) Formal	20	32%
b) Informal	23	37%
c) Deportiva	10	16%
e) Otros(Especificar):	3	5%
Artículos para el Hogar	6	10%
Total	62	100%

Fuente 62 encuestados que utilizan artículos de segunda mano.

De los 62 encuestados para saber cuáles son las prendas que más utiliza de acuerdo a sus actividades, 20 personas para un 31% dicen que prefieren el estilo formal, 23 personas para un 39% optan por el estilo informal, 10 personas para un 16% seleccionaron el estilo deportivo, 6 personas para un 9% indican que lo que más utilizan son los artículos para el hogar.

Tabla 7. Cómo describiría su experiencia al comprar ropa de 2da mano?

Variables	Frecuencia	Porcentual
a) Excelente	13	21%
b) Buena	33	53%
c) Muy Buena	14	23%
d) Mala	2	3%
e) Muy Mala.	0	0%
Total	62	100%

Fuente 62 encuestados que utilizan artículos de segunda mano

De los 62 encuestados para saber cómo describiría su experiencia al comprar ropa de segunda mano, 13 personas para un 21% dice que excelente, 33 personas para un 53% informa que buena, 14 personas para un 23% lo califica de muy buena, 2 personas para un 3% india que mala, sin embargo no hubo persona que seleccionara la opción de muy mala.

Tabla 8. Al momento de seleccionar los artículos de segunda mano se fija Usted en la marca?

Variables	Frecuencia	Porcentual
Si	36	58%
No	26	42%
Total	62	100%

Fuente 62 encuestados que utilizan artículos de segunda mano.

De los 62 encuestados para saber específicamente si se fijan en la marca al momento de seleccionar los artículos de segunda mano, 36 personas para un 58% indican que sí, 26 personas para un 42% indican que no, dado que para ellos lo más importante es que le guste la ropa, que le quede bien y que este de 1era.

Tabla 9. Cuales de las siguientes Marcas prefiere?

Variables	Frecuencia	Porcentual
a) Express	5	8%
b) Anne Antaylor	2	3%
c) Nina Rice	2	3%
d) Gap	6	10%
e) Nine west	1	2%
f) Carolina Herrera	2	3%
g) Polo	6	10%
h) Nautica	6	10%
i) Kasper	2	3%
j) Arepostal	4	6%
k) Michael Koll	1	2%
l) H& M	1	2%
m) Taybol	1	2%
n) Old Navy	1	2%
ñ) Zara	5	8%
p) Kelvin Claire	4	6%
Todas	9	15%
o) Otros(Especifique) :		0%
Cherosky	1	2%
Chico	1	2%
Nike	2	3%
Total	62	100%

Fuente 62 encuestados que utilizan artículos de segunda mano.

De los 62 encuestados para saber cuáles de las siguientes marcas prefieren al momento de comprar artículos de segunda mano, 5 personas para un 8% dicen que la Express, 2 personas para un 3% desean Anne Antaylor, 2 personas para un 3% dicen que la Nina Rice, 6 personas para un 10% seleccionan la Gap, 1 persona para un 2% indican que la Nine West, 2 personas para un 3% indican que Carolina Herrera, 6 personas para un 10% optan por la Polo, 6 personas para un 10% dicen que la Náutica, 2 personas para un 3% informan que la Kasper, 4 personas para un 6% desean

Aeropostal, 1 persona para un 2% se van por la Michael Kors, 1 persona para un 2% se queda con la H&M, 1 persona para un 2% con la Taylor, 4 personas para un 6% dice que la Old Navy, 5 personas para un 8% sin embargo se quedan con la Zara, 1 persona para un 2% sigue con la Kelvin Claire, 9 personas para un 15% notifica que prefiere cualquiera de todas las marcas que se indica. De igual manera, 4 personas para un 8% indicaron otros tipos de marcas: 1 Cherosky, 1 de la marca Chico y 2 de la línea Nike.

Tabla 10. Volvería a Comprar Ropa de segunda Mano para usted y su Familia?

Variables	Frecuencia	Porcentual
Si	60	97%
No	2	3%
Total	62	100%

Fuente 62 encuestados que utilizan artículos de segunda mano.

De los 62 encuestados que se le pregunto si volvería a comprar ropa de segunda mano para usted y su Familia, 60 personas para un 97% dijo que si, y 2 personas para un 3% no lo volvería hacer según los mismos pasaron por mala experiencia que no desean pasar por lo mismo en otra ocasión.

Tabla 11. Indicar sexo:

Variables	Frecuencia	Porcentual
a) Masculino	20	32%
b) Femenino	42	68%
Total	62	100%

Fuente 62 encuestados que utilizan artículos de segunda mano.

De los 64 encuestados para segregar según el tipo sexo, 20 personas para un 32% corresponden a masculino, 42 personas para un 68% es mujer.

Tabla 12.Favor indicar en cuales de los siguientes rangos de edad se encuentra:

Variables	Frecuencia	Porcentual
a) De 16 a 25	21	34%
b) De 26 a 30	16	25%
c) De 31 a 40	10	16%
d) De 41a 60	12	19%
e) De 61 a 70	3	5%
Total	62	100%

Fuente 62 encuestados que utilizan artículos de segunda mano.

De los 62 encuestados se les solicitó indicar en cuales de los siguientes rangosa de edad se encuentra, 21 personas para un 34% informo que estaba entre 16-25, 16 personas para un 25% dice que está entre 26-30,10 personas para un 16% está por 31-40, 12 personas para un 19% oscila por entre 41-60, 3 personas para un 5% están en el rango 61-70.

2.9 Análisis de la Encuesta

Luego de aplicación de la encuesta a 64 empleados de Almacenes triple AAA, se requiere establecer análisis de la misma alineados a los objetivos que fueron realizados anteriormente.

Por lo que se puede apreciar que los artículos de segunda mano de mayor demanda corresponden al segmento de mujer, sin embargo cabe destacar que como comentario de aporte de los encuestados expresan que además de comprar estos artículos para su uso, lo realizan para sus hijos, especialmente los niños, razón por la cual realizan sus compras con frecuencia semanales.

De igual manera. Existen un alto porcentaje de la población, entre las edades de 16-25 años que prefieren adquirir estos productos, explican que la compra de los artículos dependerá de la necesidad que se le presente dado que frecuentemente las piezas que más demandan es del estilo informal, les gustan los días de especiales porque cambian los artículos y pueden conseguir de última tendencia.

Por otra parte, se evidenció que las marcas que más le gustan son las Polo, Náutica, Gap, otro grupo de personas indican que les gustan todas, y una parte no se fijan en la marca ellos prefieren la tendencia, así como ahorrar dinero dado que muchas veces deben esperar que los precios de las grandes tiendas coloque especiales,

En conclusión los objetivos planteados obtuvieron repuestas en base a la encuesta aplicada a los empleados de almacenes triple AAA.

Cabe destacar que el 27 de los encuestados realizan sus compras ocasionalmente, en 2do lugar la compran semanal, y en segundo nivel están los que le gusta ir de forma ocasionalmente. Esta información será de orden relevante para desarrollar el plan estratégico que se estará diseñando para este segmento.

2.10 Análisis de la Entrevista:

Después de realizar la entrevista sostenida con 4 empresarios del negocio de ventas de artículos de segunda mano, explican que la razón principal por el cual tomaron la iniciativa de insertarse en este tipo de negocio se debió a la falta de trabajo, viéndose en la necesidad de buscar estrategia de obtener ingreso para poder mantener a sus familias, debido a esta situación razón y en algunos eventos familiares que anteriormente ya había iniciado en este mercado por lo que lo vieron como una salida a la crisis,

Sin embargo cabe destacar que otro que resaltaron es que además la falta del trabajo y los pocos recursos prepararse a nivel académico, también tenían la idea de iniciar su propio negocio y ver el crecimiento con su esfuerzo y de su familia, a así los empleados,

Además explican que en los inicios de su negocio de artículos de segunda mano, empezaron comprando artículos a 10 y 20 pesos, para luego venderlo a 30 y 50 pesos, al ver la gran aceptación de la mercancía, se unieron con otros colegas que se dedicaban al mismo negocio aunque en lugares diferentes para comprar paca o bulto al por mayor y dar mejor precio a sus clientes, además que este esquema de negocio le permitía devengar mejor ganancia.

De igual manera, en la entrevista se destacó que para los empresarios lo más importante, es vender las mercancías por volumen, a fin de mover de forma más eficiente el dinero a fin de sacar la inversión y con la ganancia poder abastecerse de nuevas mercancías para aprovechar los días especiales que colocan donde acude mayor personas a comprar tanto al detalle como al por mayor.

Asimismo, los empresarios indican que parte de sus logros alcanzados en la venta de artículos de segunda se deben mayormente a la calidad de la mercancía, dado que a pesar de variar los precios Vs la calidad realizan la clasificación de lugar por pieza,

debido a que tienen una alta diversidad de clientes y con esto pueden asegurar mayor ventas.

Por otra parte, a modo de asegurar mayor afluencia de los clientes siempre tienen mercancías nuevas para los días de especiales, esto le ayuda afianzar las relaciones entre sus clientes, que como indican es mayor bien, sin ellos no existe venta ni compra de los artículos de segunda mano.

Además subrayan que este negocio le permite la libertad de brindar mayor tiempo de calidad de su familia, ya que anteriormente por el tiempo establecido en un trabajo normal no tenían tiempo de vida para ellos y sus seres queridos.

Otro de lo entrevistado informa que adicionalmente a este negocio, poseen otro trabajo que lo hacen en las temporadas bajas: Enero—marzo.

Asimismo, destacan que los artículos del sexo femenino y los de niños son los productos que más se venden, además indican que realizan intercambio de las mercancías con sus homólogos para vender de forma más ágil aquellos artículos de segunda mano, ya que esto hace que el producto tenga más salida, además evita pérdida para el negocio.

Por otro lado, explican que el negocio de artículos de segunda mano es rentable, aunque en la actualidad no obtienen los mismos beneficios que en los inicios, ya que según estos el negocio está muy relajado porque cada día más personas desean incursionar en el mismo pero con una competencia desleal, ya que relajan el precio y prácticamente los grandes almacenes lo sacan del mercado, siendo la temporada de mayor ingreso las épocas escolares, día de las madres, diciembre.

Las tipologías de artículos de segunda, son las mercancías que tienen mayor demanda ya que el público de menos recursos lo adquiere con más énfasis, dado que en la mayoría de los casos la compran para revenderla.

Los clientes compran todo tipo de marcas, la predilección dependerá del gusto de los mismos todas las marcas.

Del mismo indican que existe un grupo de consumidores que solo buscan mercancías nuevas, de marca y tendencia para adquirirla tanto para el uso personal como para negocios, además prefieren los artículos pocos comunes pero sobre todo a precio competitivo. Como estrategia compran a los vendedores que le venden más barato y que le dan mayor tiempo para realizar los pagos, otro punto a considerar es la demanda de la mercancías por parte de los clientes, ya que esto será un buen indicador de la aceptación del cliente y le asegura una venta más rápida y fidelización de los clientes dado que siempre le visitarán a sus instalaciones para buscar más mercancías.

De acuerdo a los empresarios entrevistados indican que acuden todo tipo de público a comprar los artículos de segunda mano, clase media, baja y alta, pero que han observado que la nacionalidad china es difícil verla consumiendo los artículos de segunda mano, pero esto si tienen negocios que le compran un promedio de \$ 350.00 pesos para guárdales sus mercancías. Este pago lo realizan motivados dado que si optarán por la opción de llevársela le saldría más caro, además de la fuerza física que tendría que emplear así como pago a otras personas para que lo ayudaran con la logística del desplazamiento de las mercancías de segunda mano.

El segmento que posee mayor demanda es la ropa de mujer, siendo las blusas y vestidos lo más buscado, no obstante la ropa de niño es muy demandada, luego está la de hombre con enfoque en los Jeans y la ropa deportiva.

Según los entrevistados las personas prefieren los artículos de segunda mano por el precio y la calidad de mercancías que duran mucho son originales a precios relativamente muy por debajo del costo de una tienda normales, además las personas pueden encontrar productos exclusivos de diseñadores famosos.

Los entrevistados también indican que dentro de las ventajas de las ventas de artículos de segunda mano se puede indicar:

- ✓ Se compran y se venden más barato
- ✓ Se coloca el precio dependiendo de la calidad de la mercancía y el tipo de cliente
- ✓ No cogen lucha, gana dinero, está sentada,
- ✓ La mercancía sale rápido cuando es de calidad.

Dentro de las desventajas resaltan;

- ✓ Se pasa trabajo cuando no se tienen un local estable
- ✓ Cuando la mercancía sale mala y hay que votarla
- ✓ Los días de lluvia la venta es nula
- ✓ Los colegas desleales que fijan precio por debajo del costo para quitarle sus clientes.

Finalmente dicen que los clientes que acuden a comprar los artículos de segunda lo hacen porque saben de calidad y ellos las vencen, otros por la economía.

2.11 Diagnóstico

A través de las encuestas aplicadas a los empleados de Almacenes triple AAA y las entrevistas a 4 dueños de negocios de artículos de segunda mano mostrará el diagnóstico sobre los indicados por los diferentes encuestados sobre los artículos de segunda mano.

Según los entrevistados prefieren realizar comprar los artículos de segunda mano, dado que le permite conseguir piezas únicas, de marcas pero sobre todo a precio económico, permitiéndolo dar mejor calidad de vida a su familia, además con la economía que perciben pueden aprovechar para estudiar y ahorrar, ya que en una sociedad tan demandante donde las empresas exigen tener presentación se le hace difícil comprar la mercancías en las tiendas convencionales.

No obstante los encuestados informaron preferir los lugares organizados aunque el producto le salga un poco más costoso que las demás, sin embargo informan que en los casos donde encuentra que le vendan las mercancías a domicilio comprarían en mayor demanda.

Sin embargo los entrevistados exponen que los clientes comprar los artículos de segunda mano de la mercancía más económica y de aquella que esta fuera de la percha, asimismo divulgan que el sexo femenino son las que más compran estos artículos.

Del mismo modo, los entrevistados aceptan que a pesar del negocio de ventas de artículos de segunda mano estar un poco relajado en el mercado, perciben ganancia para vivir de forma digna, además le permiten ver los beneficios diarios, dado que en su mayoría trabajan los 7 días de la semana.

Otro punto valioso indicado por lo entrevistado es que las mercancías de marcas y en condiciones de nueva son el producto que le ayuda a compensar las pérdidas de aquellas mercancías que salen dañadas al momento de la compra, además no solo este tipo le afecta sino que también el producto que le sale fuera de modo o modo muy vieja da trabajo que el cliente la compre aunque se coloque a precio especia.

Además los empleados encuestados notifican que lo que además del precio de los artículos de segunda mano, lo prefieren porque al momento de tener una salida, trabajo o actividad pueden lucir un atuendo nuevo sin repetir más el traje de una actividad en la otra a precio excelente.

Los empleados también resaltaron que los artículos de segunda mano le han permitido diversificar su economía, realizar cambio los ajueres de sus hogares con mayor frecuencia, tener a sus hijos presentados sin tener que hacer grandes inversiones, por lo que recomienda la compra de estos artículos a las personas que ellos conocen, e igual manera volverían a repetir la experiencia.

Un punto importante es que los entrevistados indican que a través de este negocio además de la parte económica le ha servido para tratar con las personas, desarrollar

más paciencia y dale mayor valor al dinero dado que es un trabajo bien agotador donde se enfrentan a todo tipo de personas.

Además los empleados encuestados prefieren las ropas que les queden bien, dando poca importancia a la marca, no obstante otro grupo fija su selección en los artículos de temporadas, así mismo dentro de su presupuesto destinan una parte para la compra semanal de estos artículos.

Un dato interesante es que la forma de compra varia, ya que las personas que la compran para uso personal lo hacen en promedio quincenal, sin embargo no que se dedican a la compra para negocio lo hace semanal y algunas veces van 2 veces de acuerdo a los días que acostumbra a exponer mercancías nuevas para los clientes.

Por otra parte, los entrevistado ven entiende que este negocio es variante ya que si la mercancía que adquieren no es de temporada o más bien dicho moderna pierda dinero, además reconocen que el público que demanda este producto cada día va en crecimiento esto a causa de la crisis económica y la falta de oportunidad de trabajo para las gentes en edad productiva, así como aquellos que por la misma no le dan oferta de trabajo.

Asimismo los entrevistados exponen que a pesar de las de los momentos de tropiezo que han pasado, lo ven como un proyecto de vida donde están formando su futuro y el de su familia de una forma digna, donde este negocio le permiten interactuar con diverso tipo de persona que a la vez aportan al crecimiento del negocio, no obstante asegura que además de las perdidas por causa que la mercancía no le salga en buenas condiciones, existe otro riesgo como el robo de las mercancías por parte de los clientes, dado que es su mayoría son persona de escala social muy baja.

Para el caso de los que no tienen su propio almacén deben de confiar en las personas que le guardan las mercancías a las cuales deben de pagar por este uso.

CAPITULO III: PROPUESTA ESTRATEGICA DE VENTAS DE ARTICULOS DE 2DA MANO SANTO DOMINGO, REPUBLICA DOMINICANA 2017.

La propuesta estratégica de ventas de artículos de segunda mano en Santo Domingo, República Dominicana año 2017, será de gran valor para los consumidores de este mercado, dado que le permitirán disfrutar de un modelo de negocio más versátil y la vez implementar un nuevo esquema en la distribución de las mercancías con el fin de potenciar el desarrollo de este producto y afianzar relaciones de negocios con los clientes tanto minoristas como mayoristas.

Las ventas de artículos de segunda mano se han convertido en otra fuente de negocio que cada día se posiciona con verdadera fuerza, ya que a través de ella las personas pueden incursionar en la venta de negocio informal sin tener que realizar grande inversión monetaria, no obstante existe la brecha que al seleccionar estos artículos de forma personal no necesariamente vayan a escalar en su totalidad en el gusto de cliente.

Por lo tanto, al realizar una encuesta sobre su uso, una de las estrategias que más recurren los comerciantes es clasificar las mercancías según los tipos para que la de mayor calidad puedan ofertarse a un precio mayor con miras a ganar beneficio monetaria, con el objetivo de compensar la inversión o recuperadas con los artículos de menor salida. Además este negocio ofrece a las personas de nivel más bajo nutrirse de artículos novedosos y a la vez poder llenar una necesidad fisiológica sin tener que comprometer su presupuesto que ya está afilado para otros gastos.

Cabe destacar que otro de los datos que observaron en el desarrollo de esta investigación es que no solo las personas escala social baja o de menor poder adquisitivo están demandando de estos artículos, sino que se suman las clase o mejor conocida como pudiente para adquirir los artículos de segunda mano, ya que la calidad

así como el precio en comparación con su precio original es una diferencia sumamente marcada, además le permiten poseer una gran variedad de prendas atadas las tendencias del mercado, sin tener que invertir sumas cuantiosas de dinero.

De igual manera, este negocio permite que las personas se conviertan en emprendedores ya que deben de tener variedad de mercancías para sustituir en la competencia que cada día más es más demandante.

Se pretende llevar la propuesta de artículos en Santo Domingo, República Dominicana Santo Domingo, se formulará proporcionando una descripción de la propuesta, así como los motivos que inspiraron en realizar este escudriñamiento, de igual modo se explicaran las estrategias que se proyecta desarrollar en este trabajo.

De igual manera, se expondrán los objetivos de la propuesta de artículos de segunda mano en Santo Domingo, República Dominicana 2017, tanto a nivel general, así como los objetivos específicos con el cual se estará desplegando el plan estratégico que permitirá lograr esta propuesta estratégica de ventas de artículos de segunda mano.

Del mismo modo, se estará indicando las estrategias y las tácticas que permitirán lograr la propuesta de ventas de artículos de segunda.

Así mismo se detallará los recursos Humanos, así como las tecnologías que se están especificando requiriendo para implementar las estrategias de ventas de artículos de segunda mano, en Santo Domingo, República Dominicana, 2017, por lo que se estará detallando a nivel general todos aquellos recursos Humanos que necesite la empresa, así como los tecnológicos para desarrollar la propuesta estratégica que se estará diseñando para las ventas de artículos de segunda mano en Santo Domingo, en Santo Domingo, República Dominicana con la cual se persigue tener éxito con este nuevo formato.

Por último, no menos importante se expondrá los indicadores que interactúan en el presupuesto Financiero de este plan estratégico para las ventas de artículos de segunda mano en Santo Domingo, República Dominicana.

3.1 Descripción de la Propuesta:

La propuesta estratégica para las ventas de artículos de segunda mano, en Santo Domingo, República Dominicana, 2017 será de gran relevancia para este nicho de mercado ya que le permitirá incrementar la demanda de esta mercancías, además podrán organizar el negocio desde el personal hasta la implementación de sistema tecnológico que le permitan tener un sistema de inventario actualizado de acuerdo a las tipologías de las mercancías.

Además se pretende implementar la herramienta de las 5S con miras a diseñar un estilo novedoso y moderno que muestren los tipos de mercancías según segmento y demanda, donde el cliente se le haga fácil encontrar lo que necesita sin tener que perder tiempo en la búsqueda de un producto específico.

Estas propuesta también persigue crear una temática diversificada los artículos e segunda mano, en Santo Domingo, República Dominica donde las personas vean el mismo atrayente para el consumo de estos artículos, y ofrecer un estilo a nivel de tienda departamental y que las mercancías estén organizadas por marca, color, estilo, segmento de personas, Joven, adulto, niños, sexo femenino, así como una área variada para los artículos diversificados, persiguiendo ofrecer al cliente un lugar diferente pero a las ventajosos en precio, calidad y servicio, además ser un lugar seguro donde pueda conquistar nuevos clientes.

De igual modo, se apremia aumentar las ventas al por mayor, donde los clientes se les ofrezcan un precio más competitivo según el volumen y recurrencia que realizan las compras

Por otro lado, se pretende crear una área de almacén donde se estará recibiendo las mercancías a un 30 % por debajo del precio adquirido, con miras a implementar un esquema diferente al existente, así incentivar la entrada de nuevos clientes tomando en cuenta las ventas al por mayor mueven más rápido de las mercancías por ende el retorno del dinero invertido será más rápido.

Del mismo modo, también se estará creando una área exclusiva para los clientes al detalle como al por mayor donde se realizarían intercambio de mercancías pero estas deben de estar en excelentes condiciones y las mismas deben de ser marcas reconocidas, donde se le entregara una nota de crédito y el valor de la mercancías entregadas se le abonara el 50% del producto cambiando, por lo que la diferencia deberá de pagarla en efectiva con esto se busca incrementar las ventas, colocar un modelo de negocios para los artículos de segunda mano en Santo Domingo, República Dominicana que será competitivo y motivante para los clientes.

Partiendo, que en la encuesta un de los puntos fuertes que indicaron los entrevistados donde prefieren que los artículos de segunda mano que lo lleven a domicilio, ya que por la parte desorganizado mejor dicho el estilo actual de bajata o todo mezclado no le motivan ir personalmente como quisieran, pero sin embargo aceptan que le gustan estos artículos y que lo consideran de mejor calidad que la que compran en los comercios tradicionales.

Como parte de la estrategia para el producto de artículos de segunda mano, se estará trabajando con el desarrollo y preparación de los recursos más importantes que son las personas, a los cuales se les estarán impartiendo talleres de atención al cliente, dotación de uniformes, entrenamiento en asesoría de imagen, ya que si el personal esta alienado y bien enfocado con los objetivos de la empresa los resultados serán eminentes, de igual modo, se le estará asignado incentivos por los clientes que se repiten sus compras en promedio de tiempo de más de 4 veces al mes de forma que se despierte en los mismos la pasión del compromiso y un trato excepcional en el servicio al cliente.

Para el local se estará brindando un sitio seguro, higiénico y con comodidad al cliente donde le permitan devengar sus mercancías forma agradable.

A través de la investigación también se pudo observar que los encuestados compran mayor cantidad de mercancías para uso personal y familiar a los días de quincena, no obstante también las personas que venden al por mayor aprovechan esta fecha para surtir sus negocios por lo que se estará diseñando estrategias de colocar especiales en mercancías seleccionadas de un 15%, buscando relacionar los días fuertes con el descuentos, para los días 25 un 25% y para los días de pagos a fin del mes(30) se le dará un 30%, de esta manera se produce una campaña de boca en boca e incrementan las ventas por la mercancías que no han teniendo la salida esperada, de igual modo los clientes logran buenos descuentos que le puede generar mayor beneficio.

Por lo antes indicado, y tomando como oportunidad que la razón principal por la cual los negocios consiguen permanecer en el mercado ya que la competencia cada día es más intensa y puede sacarlo el mercado, por lo que es importante definir estrategia con costos bajos, ya que estos es parte del éxito de cualquier negocio-Empresa.

En la propuesta de ventas de artículos segunda mano se ayudará para las que las personas que no logran obtener un empleo formal, puedan insertarse en este negocio para cambiar estilo de vida en conjunto con las familias.

Esta propuesta permitirá captar clientes de segmento diferentes a los existentes por la estrategia novedosa en los servicios mostrados, De igual modo, al realizar intercambio de artículos de segunda mano, estará creando competencia sana con los demás negocios lo que resultaran beneficiosos para la empresa por los ahorros de costo.

3.2 Objetivo General y Específicos de la Propuesta

Para que una empresa tenga éxito es necesario que se determine previamente los objetivos generales y específico y que estos estén alineados al plan estratégico donde deben ser conocidos por todos sus colaboradores

3.2.1 Objetivo General:

Determinar propuesta Estratégica de negocio orientada al modelo venta de artículos de 2da mano diferenciándose de su entorno por la alta calidad de sus mercancías a precios asequibles

3.2.2 Objetivos Específicos:

Ofrecer un servicio de calidad a los clientes que visitan la tienda de artículos de segunda mano.

Desarrollar logística de distribución del producto para los clientes que no le gustan visitar el establecimiento del segmento artículos de segunda mano.

Crear una imagen novedosa en la venta de los productos para diferencia la empresa de la competencia

Crear perfil requerido de los empleados y responsabilidades para garantizar calidad de la gestión del plan estratégico de los artículos de este segmento.

Implementar intercambio y compras de artículos de segunda mano para motivar uso de este segmento.

Presentar las ventajas competitivas para los clientes, empleados y accionista de la empresa.

Desarrollar sistema computarizado para controlar inventario y en venta de los artículos tienda con miras de tener eficientización de los procesos.

Realiza promoción agresiva para dar a conocer los servicios de la empresa.
Establecer ubicación geográfica del local de cara a la segmentación de los clientes.

Fidelizar los consumidores a través de planes descuentos para los consumidores de este de este segmento.

Posicionar la tienda de artículos de segunda mano en la mente de los consumidores como la mejor alternativa para adquirir sus productos.

3.3 Estrategias del plan de ventas de artículos de Segunda Mano para los logros de los objetivos trazados

De acuerdo a los objetivos antes planteados se deben establecer las estrategias de lugar que permitirán lograr los objetivos deseados, por lo que es requerido ser cuidadoso al momento de diseñar el plan de acción ya que este siempre debe de estar enfocado a en desarrollo de la misma. De igual manera, para que el mismo sea exitoso se debe establecer responsabilidad y seguimiento del equipo que estará velando por el logro de los objetivos, no obstante también se debe de contemplar la posibilidad de cambiar o rediseñar la estrategia en los casos que fuera necesario, de ahí la importancia del seguimiento muy de cerca de todo el equipo que tienen la responsabilidad , incluyendo desde el nivel más bajo hasta el ejecutivo de mayor jerarquía con miras a garantizar cumplimiento de los objetivos antes planteados.

Estrategia 1:

Otorgar incentivo a todo el personal alienado a la cuota de venta asignada por la empresa.

Bono extra por superación del objetivo

Con la asignación de incentivo a todo el personal en conjunto con la cuota de venta de la empresa, la cual permite desarrollar el espíritu del compromiso en todo el personal que va desde el de menor rango hasta el del mayor donde cada uno estos tienen que está involucrado.

De igual manera, al equipo sentirse motivado por la remuneración que estarán recibiendo le permite desarrollar destreza en la atención en la atención al cliente, dándole importancia que este merece, asimismo lograr el sentido de pertenencia ya que no hay que estar siempre detrás de los colaboradores, lo que convierte el servicio en óptimo, a la vez a la empresa le llena de eficiencia y eficacia logrando que cada uno de ellos se conviertan en guardián del servicio.

Por otra parte, los equipos interactúan y trabajar de forma integrada para formar lluvia de ideas que logren elevar el nivel de satisfacción de los clientes, además los clientes al sentirse valorados serán embajadores de comunicar a sus allegados el servicio de la empresa de artículos de segunda mano "La Elegancia" lo que se a su vez se traduce con promoción de boca en boca.

Tácticas: se medirá la calidad del servicio a través de una encuesta presencial con el objetivo de conocer el nivel de satisfacción de los clientes, dónde se estará indagando por el trato recibido por los colaboradores, si es el mismo fue cortés empático, si se sintieron importantes, escuchados, pero sobre todo valorados como personas, de igual manera, también se le estará preguntando si volverían de nuevo a realizar sus compras al establecimiento y si recomendarían el mismo a otras personas conocidas por ellos para que visiten la tienda de artículos de segunda mano.

Por otro lado, se le estará cuestionando al cliente, si le concediera una oportunidad de cambiar o implementar mejora a nuestro servicio cual sería el servicio que estaría cambiando. Se le indicara al cliente que en caso de no estar satisfecho con el servicio recibido sea indicado en la cuenta o pueden utilizar el buzón de sugerencia, ya que nuestro deseo es que se sientan a gusto cuando visitan la empresa, la idea, es que el cliente tenga perciba este servicio como el mejor el mejor de las empresas de este segmento. Cuando los clientes se sienten que son el bien más valorado provoca en ellos compromiso de darle importancia a los esfuerzos de los ejecutivos de la empresa, ya que ven con ojos buenos las atenciones que giran a su alrededor y esto a su vez es

gratificante dado que tendrán el negocio como primera opción al momento de buscar sus productos.

Estrategia 2:

Implementación de creación de una página Web para promocionar los artículos de la tienda donde los consumidores podrán ver todos los artículos que la empresa ofrece a sus usuarios.

Esta estrategia persigue conquistar y mantener a los clientes que no les gustan ir de forma física a estos lugares, a la vez la empresa aprovecha este nicho de mercado para diferenciarse de los demás competidores, dando un paso a la innovación y valor agregado del servicio que cada negocio debe preocuparse con lograr la satisfacción de sus clientes.

Si las empresas no se preocupan por innovar y lograr la fidelización de los clientes no podrán mantenerse en el mercado, de ahí la importancia de los objetivos Vs la estrategia que debe estar definida de forma clara.

Por lo que una de las necesidades de los clientes identificadas en el diagnóstico a través de la herramienta de la encuesta y de la observación se referían a una temática de venta a través de la forma digital, ya que esta parte no la encontraban en el mercado actual, aunque algunos de ellos mencionaron la página Corotos pero sienten que no llenen sus necesidades, ya que sus mismos le faltan otros elementos de valor agregado.

Otra de las bondades de esta estrategia es que permitirá buscar los productos que demandan con mucha facilidad por la segmentación que tendrá, no obstante la empresa saldrá beneficiada por que lograra su objetivo de posicionarse antes sus competidores, cabe destacar que para mantenerse en el mercado es de gran valor la diferenciación contando con ventajas competitivas que no poseen sus adversarios o convirtiéndose en los pioneros de ofrecer el servicio.

De ahí lo importante de contar con una canal de distribución robusto apoyado en la logística según demanda de los consumidores.

Asimismo, esta aplicación posee la ventaja que se mantendrá actualizada en línea, lo que le hará más atractiva para los consumidores, de igual manera tendrá productos exclusivos para esta área a fin de conquistar más consumidores de este segmento.

Estrategia 3:

Para el logro de este objetivo se estará implementada la estrategia de organización tanto de los productos como del personal que brinda servicio en la empresa, así como inserción de mercancías de tendencia. Con esta estrategia se persigue brindar un ambiente acogedor donde los clientes puedan disfrutar de un espacio organizado y seguro que le permitan sentirse como si estuviera en un establecimiento que venden productos nuevos. Además de contar con personal calificado según el área y tipología de los productos.

Esta imagen permitirá captar a los clientes que indicaron en la encuesta que le gustaría ir físicamente adquirir productos de segunda mano, pero por la desorganización que existe tanto de los productos como de los vendedores donde no hay trato ya para encontrar un producto deben de emplear mucho tiempo y en la mayoría de los casos no encuentran lo que buscan, quedándole la insatisfacción de volver a repetir la compra de este producto.

De igual manera, a través de esta estrategia la empresa marcará una nueva tendencia de este segmento, partiendo de la técnica de la investigación descriptiva donde los consumidores ven esta falta como una de los mayores obstáculos existente para que más personas de otra escala social se sume a la compra de los artículos de segunda mano.

Por otra parte, la empresa se convierte como líder de este segmento en brindar un área de ambiente de primer nivel pero con oferta de artículos de segunda mano con miras a afianzar la fidelización de los clientes existentes y atraer a nuevos consumidores para este segmento de mercado.

Estrategia 4:

Para esta estrategia se implementará una base de dato digital que tendrá las informaciones de los clientes. Esta estrategia lograra conocer de forma más puntual la cartera de los clientes, así como los productos de mayor consumo, los días que más de compran, los montos, donde se podrá preparar campaña estratégica en miras de incrementar las ventas. Asimismo se logra poseer conocimiento del mercado meta, así como determinar cuáles de los productos poseen mayor demandan a fin de ser más asertivo al momento de realizar la compra a los importadores.

Toda empresa debe de conocer quiénes son sus clientes de más potenciales, dado que ellos aportan el mayor de los beneficios que a su vez se traduce en rentabilidad.

Lo que marca la diferencia de los competidores es conocer justamente a los clientes como los productos que ofrece la competencia, para el logro de los objetivos es determinante diseñar estrategia que permitan lograr los resultados que la empresa diseño en base a los clientes, sin ellos no es posible sustituir en el mercado, trabajamos y existimos por ellos y para ellos.

Este objetivo además permitirá tener una cartera actualizada por donde la empresa debe dirigirse, tomando en cuenta los datos arrojados en la encuesta así como el diagnostico que se resalta el segmento de los clientes que comprar para vender al detalle

Conocer a los clientes potenciales de la empresa, es una herramienta que da poder ya que además del diseño de las posibles campañas se pueden saber con la proyección de las ventas que la empresa podría, tomando en cuenta lo importante de la misma para el nivel apalancamiento de una empresa, ya que no siempre se trabaja con la liquidez planificada.

Los consumidores son el bien más apreciado, por lo que se debe diseñar estrategias que permitan alcanzar los objetivos, y que estos a su vez se logren según la planificación consensuada para los fines.

Cabe destacar la importancia del detalle que se implementen para conocer y retener a los clientes potenciales.

Estrategia 5:

La estrategia está apegada en la colocación de mercancías mixtas incluyendo piezas nuevas.

Esta estrategia permitirá dar salida a las mercancías de menor demanda con miras a rotar inventario, logrando retorno de la inversión a la vez se mezclaran los artículos de otras ofertas.

De acuerdo al diagnóstico obtenido a través de los datos arrojados por la encuesta y la descripción de los clientes dicen que cobrar más artículos cuando la empresa coloca oferta ya que le permite lograr mayor ahorro, así como encontrar artículos de excelente calidad Vs la marca a precios competitivos, además los nuevos clientes que adquieren estos productos si encuentra mercancías que les gustan se convertirán en cliente repetitivos y a la vez serán embajadores ya que estarán compartiendo con sus relacionados los productos comprados a precios y calidad de primera.

Del mismo modo, a corto plazo estos clientes pasan a la listas de clientes fijos para la empresa, por lo que la empresa debe de preocuparse continuamente de ofertar productos novedoso y de calidad que diferencie de sus competidores para el logro de los objetivos.

Una estrategia alienada a las búsquedas de los clientes debe ser rigurosamente analizada y con seguimiento muy de cerca ya que de la inserción de nuevos clientes para los artículos de segunda permitirá crecimiento del negocio, estabilidad de la fuerza laboral, y mayor plaza de trabajo según desarrollo de la empresa.

El cliente es el bien más importante por lo que nunca se debe de tratar de engañarlo, ya que esto provocaría la perdida de cuántos posibles clientes este le comparta la mala experiencia recibida.

Estrategia 5:

Para el logro de este objetivo de estará implementado la estrategia de la descripción de puesto aliado al plan estratégico que se ha diseñado por área.

Es necesario y requerido para poder tener éxito en puesto determinante que la persona que lo ocupe cumpla con el perfil requerido según demanda de este, dado que muchas en las empresas por alguna eventualidad colocar al recurso en el puesto que no va con el perfil que este posee resultado un caso y frustración para el empleado dado que por más esfuerzo que hagan le era un poco difícil llenar las expectativas y los objetivos del puesto.

Por otro lado, es de cabal importancia que las responsabilidades estén claras y que el empleado conozca el impacto que tienen su rol con relación a cadena de servicio que se les estará dando a los consumidores.

A fin de lograr alcanzar el objetivo antes mencionado. Se debe de capacitar al candidato idóneo según el puesto, aunque es cierto que se ha detectado situaciones donde el empleado cumplen con el perfil según el puesto pero al no tener la experiencia no logran resultados extraordinarios o viceversa no cumplen con el perfil su relación del puesto pero casos atípico lograr desarrollar una excelente gestión.

Si los recursos humanos no es posible lograr los objetivos de la empresa para que una empresa exista ellos deben de ocupar los puestos que fueron diseñados para plan estratégico de la empresa Vs los objetivos que darán continuidad a ese plan.

Estrategia 6:

Para e logro de este objetivo se implementara la estrategia de Club de Socios, la misma se convierte en unos de los objetivos más novedoso del mercado, dado que en su mayoría los tienen artículos de su uso personal o familiares que no le están dado uso, esto motivará que los clientes tomen la iniciativa de incursionar en el uso de los artículos de segunda mano, a la vez le brinda la oportunidad de variar el guardarropa según tendencia y necesidad.

Para la empresa le permitirá tener nuevas mercancías sin necesidad de invertir en la compra de nuevos productos que podrán ser demandados los clientes.

Con esta estrategia Vs el objetivo se le da respuesta a necesidades de los clientes expresadas en la encuesta de los artículos de segunda mano, permitiendo también renovar el guardarropa con una inversión mínima para obtener nuevos productos.

3.4 Tácticas desarrolladas para el logro de las estrategias de plan de ventas de artículos de Segunda Mano

Táctica 1:

Con la asignación de incentivo a todo el personal en conjunto con la cuota de venta de la empresa, la cual permite desarrollar el espíritu del compromiso en todo el personal que va desde el de menor rango hasta el del mayor donde cada uno estos tienen que está involucrado.

De igual manera, al equipo sentirse motivado por la remuneración que estarán recibiendo le permite desarrollar destreza en la atención en la atención al cliente, dándole importancia que este merece, asimismo lograr el sentido de pertenencia ya que no hay que estar siempre detrás de los colaboradores, lo que convierte el servicio en optimo, a la vez a la empresa le llena de eficiencia y eficacia logrando que cada uno de ellos se conviertan en guardián del servicio.

Por otra parte, los equipos interactúan y trabajar de forma integrada para formar lluvia de idea que logren elevar el nivel de satisfacción de los clientes, además los clientes al sentirse valorados serán embajadores de comunicar a sus allegados el servicio de la empresa de artículos de segunda mano "La Elegancia" lo que se a su vez se traduce con promoción de boca en boca.

Tácticas: se medirá la calidad del servicio a través de una encuesta presencial con el objetivo de conocer el nivel de satisfacción de los clientes, donde se estará indagando por el trato recibido por los colaboradores, si es el mismo fue cortes

empático, si se sintieron importantes, escuchados, pero sobre todo valorados como personas, de igual manera, también se le estará preguntando si volverían de nuevo a realizar sus compras al establecimiento y si recomendarían el mismo a otras personas conocidas por ellos para que visiten la tienda de artículos de segunda mano.

Por otro lado, se le estará cuestionando al cliente, si le concediera una oportunidad de cambiar o implementar mejora a nuestro servicio cual sería el servicio que estaría cambiando. Se le indicará al cliente que en caso de no estar satisfecho con el servicio recibiendo sea indicado en la cuenta o pueden utilizar el buzón de sugerencia, ya que nuestro deseo es que se sientan a gusto cuando visitan la empresa, la idea es que el cliente perciba este servicio como el mejor de las empresas de este segmento. Cuando los clientes se sienten bien más valorados provoca en ellos el compromiso de darle importancia a los esfuerzos de los ejecutivos de la empresa, ya que ven con buenos ojos las atenciones que giran a su alrededor y esto a su vez es gratificante dado que tendrán el negocio como primera opción al momento de buscar sus productos.

Táctica 2:

Para el logro de esta estrategia se usará 2 tipos de tácticas:

Donde la primera estará focalizada en una campaña publicitaria agresiva a través de las redes sociales, prensa de mayor circulación tanto televisiva, guaguas anunciadoras, volantes distribuidos en los lugares de mayor tránsito como empresas públicas-privadas, colegios, universidades, clínicas, paradas de guagua, mercados, supermercados, tiendas, plazas comerciales, la misma persigue llegar a la mayor cantidad de usuarios para incentivar el uso de los artículos de segunda mano, ya que también uno de los puntos recolectados de la técnica de investigación a través de la encuesta es que algunos clientes no les gusta encontrarse con personas conocidas porque no quieren que estos sepan que utilizan aunque reconocen que su calidad es de primera y los precios por debajo del valor real del producto, lo que permite la oportunidad de incrementar sus compras para ellos y para los integrantes de su familia.

De igual manera, esta táctica permitirá a la empresa obtener más ingresos abaratando costo de personal, ya que para esta parte se estará contratando un recurso, asimismo la empresa podrá realizar comparación de ventas físicas vs la digital con miras a desarrollar nuevos objetivos para la empresa, los cuales podrán ser a corto, mediano y largo plazo según fluya el proyecto.

La segunda táctica para el desarrollo de esta estrategia estará alineada a la entrega del producto a domicilio sin gasto de comisión en 24 horas para aquellos pedidos realizados antes de las 12:00pm, y para la zona de interior basado en la misma hora se le estarán entregando a las 48 horas. A modo de conquistar y afianzar esta táctica los clientes tendrán disponible podrán seleccionar tipo de pago, tanto en efectivo como tarjeta de crédito, convirtiéndose en una novedad para el segmento de artículos de segunda mano, donde en la actualidad se utilizan los pagos en efectivo.

Además permite conquistar mayor cantidad de cliente, ya que la nueva sociedad en gran parte se maneja a través del dinero plástico.

También, a la empresa se posiciona con mayor ventaja competitiva, cabe destacar que aunque se ha mencionado anteriormente para que el negocio persista con diferenciación en el mercado debe buscar de forma continuamente como brindar un servicio o producto que sus competidores no lo tengan.

En resumen se puede decir que con esta táctica se persigue dar un servicio tan novedoso como a la venta de artículos de nuevos, pero donde los mismos son de segunda mano con calidad y precios únicos en su línea a fin de incrementar los clientes de este segmento.

Para los clientes tendrá la ventaja de ahorro de tiempo y de dinero ya que no tendrán que realizar gasto por el desplazamiento hacia estos lugares, ya que se trasladen en vehículo propio, o público, además también estarán más seguro de realizar sus compras ya que la empresa garantiza la veracidad de esta páginas, no obstante la página tendrá un canal electrónico relacionado a la seguridad de la información con miras a que sus clientes puedan reportar cualquier dificultad o posible fraude.

Por último y no menos importante se aplicara la táctica de oferta especial a precios competitivos vs establecimiento físico para los consumidores y usuarios que utilicen esta página, además se estará creando club de puntos para los clientes virtuales que por cada compra que realicen por encima de los \$ RD 10,000.00 pesos se le estará acreditando el 2% para utilizarlo a través de la compra de mercancías que no estén en oferta.

Táctica 3:

Para el logro de la estrategia se implementara la táctica basada en la implementación de la herramienta de las 5 S.

La cual estará enfocada en clasificar los artículos por tipo se sexo, tipología, si la misma es para niño, mujer, hombre, así como su rama si es formal, informal, deportista, con miras mantener la organización y focalización de los artículos de segunda mano, de igual modo permitirá mantener la higienización del área, dando estética visual de área, a la vez se logra la disciplina del personal alienado al compromiso de mantener un lugar competitivo, agradable no solo para los clientes sino también para el bien más importante de cualquiera empresa que son los empleados, pero sobre todo se tendrá un lugar limpio, que a su vez incrementará las ventas, ya que los productos tendrán mayor demanda por la forma organizada de cada artículo en su lugar.

Otro dato importante es que se con esta táctica se logra eliminación de los artículos apilados, mejor conocidos como área de buceo, lo que a su vez confirma que la empresa tendrá una marca de diferenciación de los competidores, de igual modo, permite que los inventarios fluyen de forma más dinámica.

Por otro lado, esta táctica conjuga y asegura mayor participación de los clientes en este segmento, logrando dar coherencia a la demanda de los clientes a través de los resultados reflejados en la técnica de la investigación que se utilizaron.

Además esta táctica permitirá colocar los productos según necesidad que se quiera implementar a la empresa, donde una de ellas será las ares por tendencia y color dándolo con esto respuesta al diagnóstico que se realizó previamente a la creación de los objetivos.

Esta iniciativa estará posicionada en la mente de los clientes, por lo que se proyecta que de igual modo hablarán a sus llegados de esta nueva novedad de la venta de artículos de segunda mano. De igual modo, para los clientes que realizan las compras para negocio le facilitara adquirir los producto viéndose también beneficiándose con esta nueva tendencia, la cual resulta una ganancia 360 para los clientes, empleados, usuarios y los dueños de la empresa por la rotación constante de sus inventarios, logrando mayor retorno de la inversión., pero sobre todo la satisfacción de los clientes.

Táctica 4:

Para el logro de esta estrategia se estará implementado la táctica orientada en la creación de un portafolio de información donde se realizara levantamiento través de una encuesta por un mes a todos clientes que visitan la empresa, cuyo fin será tener todo el detalle que se estará colocando finalmente en la base de dato donde al momento del cliente pagar por primera vez se le estará solicitando datos prediseñado y asignándole un código que permitirá conocer las informaciones predeterminada

Con esta información se espera lograr la estrategia que tendrá como resultado final el objetivo de conocer los clientes potenciales.

Del mismo modo, se llevara el seguimiento muy de cerca a los productos e segunda mano que la empresa adquiera a fin de mantener actualizada la base dato, donde se le asignara código por productos, para lograr el objetivo es necesario llevar pasos por paso esta táctica a fin apoyar la estrategia en miras del logro de los objetivos

A través de esta táctica será posible lograr las estrategias diseñadas como apoyo al objetivo.

Por lo tanto, una empresa que se preocupara por conocer sus clientes potenciales podrá diseñar campañas de oferta más exitosa, ya que tendrá más aceptación por los consumidores y la empresa podrá tomar la decisión de identificar cuáles de sus productos de segunda mano poseen menor demanda a fin de realizar ofertas combinadas para rotación del inventario, ya que un inventario lleno resulta pérdida para la empresa, ya que no hay entrada de efectivos de esos productos.

Además, también podrá tomar la decisión de los proveedores vs los productos de mayor demanda para solicitarlo con más prioridad, lo que asegura mejores ingresos y más organización, abaratar costo por no acumulación de inventario.

El cliente también sale ganando con este objetivo, ya que al medirlo también se conoce cuáles son los artículos que ellos más demandan, lo que provocará mayor asertividad para la disponibilidad de los artículos por lo que podrán otorgar mejores mercancías a sus clientes.

Táctica 5:

Para el logro de la estrategia se estará implementada la táctica de basada en política de precios la cual estará combinada con los días de cobros 15, 25 y 30 de cada mes, las horas, donde se desarrollara campaña de prensa escrita, volantes, afiches, plataforma de las redes sociales para llegar a la mayor cantidad de posibles clientes.

De mismo, se colocara la hora loca que consistirá en ofertas agresivas y novedosas por lo el precio vs la mercancías, también se insertaran nuevas mercancías a esta hora loca a fin mayor cantidad de clientes nuevos.

También se estará anunciando a través de mensajes grabados el día y la hora de la próxima oferta, asimismo se también se considera días aleatorio n que se estarán anunciado previamente.

Por otro lado, se estará colocando la comunicación en la página Web, en los lugares de mayor afluencia de personas como el metro, universidad, establecimiento comerciales, colegios, iglesias, línea de carros públicos, taxis, supermercados.

Las ofertas siempre son un medio atrayentes para conquistar nuevos clientes, así como mantener fidelización de los existentes ya que los clientes tendrán mayor poder adquisitivo para la compra varios artículos, también podrán ofertar estrategia de ventas para sus clientes al detalle.

Táctica 6:

Para la implementación de esta estrategia se estará aplicando la táctica de prueba psicológica a través de la evaluación escrita, así como entrevista presencial.

Además se desarrollara en conjunto con el área de recursos humanos las pruebas que se estará aplicando a los candidatos.

La descripción de puesto tendrá de forma escrita y clara las responsabilidades que conlleva el puesto que estará desempeñando.

De igual manera, una vez cumplan con el perfil requerido se coordinará entrenamiento con personal calificado con miras a lograr mayor confianza del colaborador al enfrentarse a nuevos retos.

El mismo modo, se debe dar seguimiento e informar al nuevo colaborador lo que se espera del campo profesional Vs los objetivos definidos.

Se debe de orientar a los empleados para que cumplan con el compromiso asumido ya que de este desarrollo dependerá el éxito de esta táctica para el logro de las estrategias alineadas a los objetivos.

3.5 Creación de la Misión, Visión y Valores del Plan de ventas de artículos de segunda mano

Misión: Desarrollar un modelo de negocio dedicado a la venta de artículos de Segunda Mano, altamente comprometida con los clientes, ofertándoles la mejor calidad y variedad de sus productos a precios competitivos con un servicio innovador y eficiente promoviendo en el equipo de trabajo la empatía y asesoría personalizada sin costo apoyada en un personal humano capacitado, dentro de un ambiente seguro y organizado.

Visión: Ser un modelo de negocio referente en la República Dominicana de las ventas de artículos de Segunda Mano, donde sus clientes identifique este segmento como el mejor del país conviértalo así en el líder de este nicho de mercado conocida por su innovación en sus productos según la tendencia, desarrollo y capacitación permanente de sus colaboradores.

Valores de la Empresa:

En nuestra empresas la cultura organizacional representa uno de las valores más importante, ya que esta fortaleza se relacionada a todo el personal, accionistas, colaboradores, proveedores, dado que nuestro accionar esta alienado a los valores que deben ser modelado tanto dentro como fuera de la empresa para ser coherente en accionar de cada día. Estos valores son:

Compromiso

Responsabilidad

Vocación de Servicio

Anticipación

Lealtad

Innovación.

Puntualidad

Respeto

Integridad

Trabajo en Equipo

Innovación

Confianza

Orientación enfocada al cliente.

Creatividad.

3.6 Recursos

Cada una de las actividades desarrollada dentro de la empresa muestra los desafíos invariable para lograr que las empresas ejecuten de manera más eficiente realicen los desafíos que de forma permanente enfrentan en mercado tan competitivo por la demanda de la sociedad.

De igual manera, la empresa al ser más eficaces logran reducir costos a su forma más mínima lo que permite construir, por lo que las organizaciones como la condición del mercado según la demanda no son estáticas, están cambian según los tiempo y la demanda que este en el momento.

Es por lo tanto, que los recursos humanos representan el activo más importante de la empresa, razón por la cual se debe definir los alineamientos y las políticas que muestren de forma clara y detallada las acciones que conllevan cada proceso así como los compromisos que la empresa asumen antes ellos.

Los recursos de las empresas alienados a las operaciones diría de orientan en los compendios de los Recursos Humanos, los cuales tienen a función de canalización y administración de los operaciones de la empresa.

Los Recursos Humanos según cambia la tendencia representa una de las áreas de mayor importancia, esto debido al conocimiento propio de su ser, donde la empresa coloca toda su confianza para catalizar buenos recursos que vayan con la misión, visión y valores de la empresa, ya que esta parte es determinante para el logro de los objetivos tanto por el departamento como para los equipos diversificados.

De igual modo, la organización de los Recursos humanos, así como su función estará alienada al tipo de organización, más claro se podrá identificar en el organigrama definidos.

En cuanto a los recursos tecnológicos se refiere a todos los sistemas operativos que son utilizados por el personal con miras a realizar sus funciones o tareas de forma óptima, logrando ser más eficiente por la combinación de los procesos, esto al final se traduce en eficiencia tanto para la empresa como para el cliente ya que le permite eliminar la parte manual para llevar controles automatizados, resultado ser más eficaces.

Por lo tanto, es de cabal participación que los gerentes, empleados se involucren en los procesos con miras a lograr el objetivo planteado.

Por otra parte, están los recursos financieros que son los que representan el dinero, los activos, las deudas y los bienes que personifican el capital que la empresa cuenta.

Dado la veracidad e importancia de estos recursos las empresas deben enfocarse de forma continua por las búsquedas de iniciativas que permitan desarrollar la eficiencia y la eficacia para lo cual se deben integrar a todo el personal de la empresa desde el nivel más abajo hasta el más alto.

Dentro del plan estratégico de la empresa se debe incluir el objetivo de la eficiencia o mejor dicho mejora continua, donde el mismo pueda ser medido ya sea de forma cuantitativa o cualitativa lo que hace que el personal se sienta más comprometido con los objetivos de la organización.

Por otro lado, todos los recursos son importantes porque cada uno de ellos poseen una función que deben de realizar, personas no tenemos los recursos financieros no se puede gestionar ningún procesos o flujo, proyecto sin contar con los medios de pagos que honraran esta compromiso.

3.6.1 Recursos Humanos

Los recursos humanos representan para la empresa un eslabón de suma importancia, dado que permitirá la coordinación y captación de los recursos requeridos para la empresa basados en el perfil que se demandan, además permite planificar y distribuir el trabajo de acuerdo a las funciones que desempeña en el colaborador.

El área de recursos humanos también tienen la responsabilidad de planificar la capacitación de los empleados, pero la misma debe estar aliada al plan estratégico Vs los objetivos que tiene la empresa. El personal debe contar con las destrezas necesarias para poder brindar un servicio de calidad de cara a los clientes internos como externos, una de las fallas que poseen algunas estructuras es básicamente por no contar con un área de recursos humanos.

Dentro de la capacitación que se ofrecen al personal es necesario incluir actividades que fomenten la integración de los colaboradores, para que puedan trabajar más motivados y comprometidos con el trabajo que desempeña, es vital que se sientan valorados y tratados con respeto, lo que tendrá como resultado el logro de los objetivos que la empresa ha definido.

Además se debe de buscar planes de estudio para desarrollo de carreras que le permitan crecer dentro de la empresa, así como a nivel personal.

Por lo que una de las partes más importante para el plan de estratégico de las ventas de artículos de segunda mano, está enfocada a la contratación del personal idóneo de acuerdo al perfil preestablecido.

Por lo que el perfil del personal de Servicio al Cliente tendrán mayores valoraciones en los paquetes y descripción del puesto que estarán desempeñando con alta experiencia en ventas.

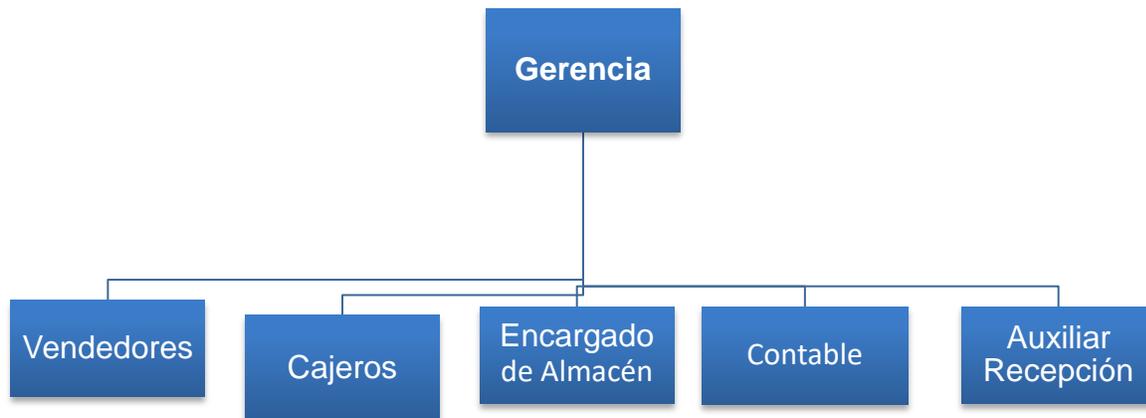
Adicional a la evaluación de las pruebas requeridas para el desempeño del puesto, se aplicara la entrevista presencial, así como un Role Play a fin de presentar diferentes situaciones que se pueden presentar con los clientes y ver el modo en que estaría resolviendo la situación. Por lo que una vez se tengan los candidatos se estará desarrollando un programa de capacitación que estará diseñado en estudios de casos reales presentado en la empresa con miras de lograr la empanada y compromiso del equipo ya que los casos serán extruidos de las citas grabadas para fines de seguridad de la empresa.

También se estará dando charlas para la cual se prepara un equipo de apoyo, a fin de obtener los mejores resultados para lograr la satisfacción del cliente, contando con un equipo de alto desempeño, donde el bien más importante que son los clientes percibirá un ambiente de servicio único.

De igual modo, se estará capacitando a todo el personal de la empresa según el área que desempeñen a fin de ser más asertiva y diseñar planes especiales según el puesto para que en todas las áreas de sienta un ambiente optimo, así como un servicio de calidad, si todos los integrantes del equipos mantienen relaciones humanas de basada en respeto, integración, colaboración compromiso hacia el logro de los objetivos.

Para este plan estratégico se estará diseñando el organigrama para que una empresa pueda tener éxito debe de estar previamente organizada.

Grafica 1: Estructura Organizacional según el área de la empresa:



Fuente de elaboración propia.

Descripción y perfil de las posiciones

Es responsabilidad de la Gerencia realizar la planificación estratégica la empresa, determinar cuáles serán los objetivos a mediano, cortos y largo tiempo, además debe determinar la agenda que llevara para el seguimiento y cumplimiento de los mismos.

También será compromiso del mismo diseñar plan de capacitación que estará desplegando a todos los colaboradores con miras a desarrollar habilidades que permitan alcanzar los objetivos planteado.

Asimismo debe de controlar los costos de manera eficiente con miras a obtener mayor rentabilidad del negocio, así como velar por el funcionamiento de las instalaciones de la organización y la seguridad del personal.

Asegurar cumplimiento de los procedimientos definidos de la institución y asegurar que todos los colaboradores conozcan y hagan parte de ellos la Misión, Visión y Valores de la institución.

Perfil de la Posición

Sexo indistinto

Preferiblemente Licenciado en las áreas de: en Administración Empresas, Contabilidad, Mercado, Ingeniero Industrial.

Edad requerida entre 25 y 50.

Tener más de 3 años experiencias en la dirección de negocio textil.

Poseer experiencia en el manejo y elaboración de presupuesto, así como diseño de campaña publicitaria.

Tener conocimiento y domicilio del paquete de Office

Excelente manejo de relaciones humanas

Habilidad de comunicación

Orientación al logro de los resultados

Proactivo, diligente, habilidad de coordinación de equipo

Dominio del idioma inglés.

Control emocional y manejo de estrés.

Vendedor:

Es responsabilidad del vendedor mantener el área organizada, ejecutar y dar seguimiento a las estrategias diseñada para el logro de los objetivos del área que está bajo su mando.

Perfil de la Posición:

Sexo indistinto

Estudiante o graduado de las carreras: Administración, negocio, relaciones públicas, ventas.

Entre las edades de 19 y 35 años

Proactivo

Atención al Detalle

Excelente relaciones humanas
Empatía
Organización
Excelente lenguaje y formar al dirigirse al público
Gran poder de escucha
Servicio y trato humano
Puntual
Excelente presentación al vestirse.
Manejo de estrés.

Cajeros:

Es responsabilidad del Cajero mantener el área organizada, realizar cuadro de las entradas monetarias por concepto de venta, así como ejecutar y dar seguimiento a las estrategias establecida para el logro de los objetivos.

Perfil de la Posición:

Sexo indistinto
Entre 22 y 46 años.
Preferiblemente contable, o estudiante de Administración de Empresas.
Conocimiento básico de contabilidad
Conocimiento de paquete Office
Empatía
Diligente
Eficiente
Trato cortés y agradable
Organización
Proactivo

Encargado de Almacén;

Es responsabilidad del Encargado del Almacén mantener la organización, coordinación del área, de igual modo es responsable de la entrada y salida de las mercancías del almacén así como ejecutar y dar seguimiento a las estrategias establecida para el logro de los objetivos.

Perfil de la Posición:

Entre 25 y 49 años de edad.

Preferiblemente del sexo masculino

Estudiante o grado en Ingeniería Industrial o estudiante de las carreras: Administración de Empresa

Experiencia mínima de 3 años en área de logística

Capacidad para la Organización

Pensamiento Analítico

Habilidad para trabajar bajo presión

Agilidad mental para expresarse de forma correcta

Contable

Es responsabilidad del Encargado del Contable analizar y proponer las técnicas requerida para el desarrollo de los métodos y procedimiento para la realización de los registros contables de la empresa y financieros de la organización, así ejecutar y dar seguimiento a las estrategias establecida para el logro de los objetivos.

Perfil de la Posición:

Entre 28 y 50 años

Sexo indistinto

Licenciado en Contabilidad o Finanzas

Sentido de Urgencia

Más de 5 años de experiencia en el área

Organización

Pensamiento Analítico

Habilidad para la interpretación de datos numéricos

Conocimiento de las leyes tributarias del país

Dominio del paquete de Office.

Atención al detalle

Buenas relaciones humanas

Discreción

Pensamiento Analítico

Habilidad para trabajar bajo presión

Auxiliar de Recepción:

Es responsabilidad del Auxiliar de Recepción verla por el cumplimiento y seguimiento del control del inventario de la base de datos de los clientes tanto de fijos como de nuevo ingreso, así como dar asistencia a las áreas que demanden su apoyo, alineado a ejecutar y dar seguimiento a las estrategias establecida para el logro de los objetivos

Perfil de la Posición:

Entre a 18 y 45 años

Sexo indistinto

Estudiante o grado en Ingeniería Industrial o estudiante de las carreras: Administración de Empresa

Experiencia mínima de 3 años en área a fines

Organización

Pensamiento Analítico

Atención al detalle

Excelente relaciones Humanas

Poder de escucha

Trabajo en equipo

Responsabilidad

Puntualidad.

3.6.2 Recursos Tecnológicos

Los recursos tecnológicos representan una de las partes más importante para cualquier empresa, en la nuestra es una pieza clave ya que parte de nuestro plan estratégico para la ventas de artículos de segunda está enfocada al uso de esta herramienta como parte innovadora del servicio que ofrece la empresa.

Por lo que como empresa se estará adquiriendo equipos tecnológicos, así como compra de licencia a fin de contar con el respaldo del proveedor con miras a otorgar un servicio de calidad, ya que se estará garantizado disponer de una página Web, buscado anticiparnos a la competencia, dado que uno de nuestro objetivo está orientado a la ventaja competitiva basado en la diferencias tanto en precio como en la marca de la empresa distintiva de la empresa que es justamente el servicio y la organización siempre enfocado a la mejora continua que su vez brinda calidad de servicio a los clientes que son el bien más importante.

Cabe destacar que una empresa que no esté en busca de la tecnología y la innovación o podrá surgir en la competencia el mercado que se tenga como objetivo.

La tecnología es primordial para la toma de decisiones ya que como empresa nos permite poseer base datos actualizadas de acuerdo a la necesidad requerida, a fin de evaluar o establecer proyecciones de ventas, estrategias promoción, conocer cuál de las tendencias del mercado es la que posee mayor demanda, así como los proveedores, dado que todo esto es un factor determinante para el análisis de crecimiento de la empresa, además logra la optimización de los procesos.

Los empleados se sienten más motivados y comprometido cuando la empresa se preocupa por estar acorde a las nuevas demandas convirtiendo a la organización en ser más eficiente al facilitarle las tareas diarias que deben de realizar según sus funciones lo demanden.

Para nuestra empresa se estarán utilizando las siguientes herramientas tecnológicas:

Se estarán comprando Licencia paquete de Office. Este sistema permitirá que la empresa pueda diseñar estrategias de acuerdo a la necesidad, dado que al tener una herramienta tan completa se puede ser más eficiente a la vez lograr la eficacia que uno de los objetivos de cada empresa y la nuestra tiene esta parte como norte de enfoque.

Un sistema de inventario: A través de esta herramienta la empresa podrá controlar y garantizar mayor organización de los productos por la automatización de los sistemas que estarán disponible para esta, además se podrá mediar según necesidad, día, mes, año producto, tipología, color sobre los productos de mayor demanda de los consumidores.

Computadoras y teléfonos inteligentes: Como empresa es determinante el uso esta plataforma la cual es la base para el desarrollo de los sistemas que estarán desplegando para el logro de las estrategias que ha marcado la empresa. En la actualidad el que no se monta a la tecnología quedara fuera de la competencia, dejando el mercado a empresa de mayor innovación según necesidad de los usuarios.

Diseño de página Web: Esta plataforma es el corazón de la empresa por lo que es determinante su implementación para lo cual se estará contratando un diseñador del mismo estará dando seguimiento y actualización a la página de acuerdo a necesidad requerida. De ahí la importancia de la inversión de este sistema innovador.

Sistema de alarma digital.; Como parte de asegurar las inversiones y cuidar de la seguridad de los empleados, clientes y proveedores la empresa a fin de asegurar una mayor participación por parte de la selección de los clientes, donde se busca mejor seguridad del área, por lo que estará invirtiendo en esta herramienta que además se posiciona en la mente de los consumidores.

Escáner, a fin de disminuir uso de papelería se estará devengado de este productos ase para escanear las facturas de compras, así como otras documentos importante para la empresa de acuerdo a necesidad demandada

Impresora: Se estará disponiendo de 2 impresoras para las facturas que se estarán entregando a los clientes, así como otras necesidades que dependen de la misma.

3.6.3 Recursos Financieros

Los Recursos Financieros representa una de las claves primordial para la sustancia de una empresa, por lo que dependiente la rama que la empresa se especialice para la distribución, ventas de un bien o servicio, razón por la cual estos recursos financieros dependerán de la administración inteligente sobre las actividades que posee la empresa para la generación de bienes monetario.

Por lo tanto, es importante que las empresas analicen su poder de empalamiento a fin de evitar caer un caos que luego no sea sostenible.

De igual modo, los recursos financieros dependerán en gran parte de inversiones vs el retorno de la inversión.

Cabe destacar que estos recursos están adheridos a la administración eficaz del área contabilidad o de finanzas dado que es la responsable del control del efectivo o que entren a las empresas, los recursos financieros están directamente adherido relacionado a las buenas prácticas de los consumidores están

De igual modo, al momento de planificar, controlar y tomar decisiones se debe de coordinación con el área de finanzas o presupuesto a fin de controlar las inversiones que realizada por la empresa oca miras de lograr los mayores beneficios posibles.

En nuestra empresa los recursos financieros –presupuestada, comprenden un compromiso riguroso para el desarrollo del plan estratégico para la venta de artículos de segunda mano

Prepuesto de costo para la implementación de plan estratégico de ventas artículos e segunda mano:

Se estará utilizando recursos propios a fin de abaratar costo por el pago de intereses, con miras a realizar ahorro eficiente de cara al negocio que permitan adquirir local comercial propio:

Presupuesto para el alquiler del local comercial;

Para el presupuesto para el pago del alquiler mensual se estará realizando préstamos a la empresa por parte de los accionistas, donde el monto promedio que se estará destinado por 3 seis meses corresponde a \$ 30,000.00.

Presupuesto para la compra de mercancías:

Para nuestra empresa el presupuesto de la compra de mercancías representa un costo de alto grado de impacto, para lo cual se estará disponiendo de un préstamo por 6 meses sin garantía y sin tiempo limitado realizado por los dueños- Inversionistas, por valor de \$RD 30,000.00. Una vez concluido el préstamo se estará sacando el 10% de las ventas para convertirlo luego en capital propio de la empresa.

Presupuesto para gasto pagos de servicios, luz, teléfono, agua, Internet:

Para el presupuesto de los pagos de servicios de artículos de segunda mano, se estará cubriendo los costos a través de capital de los socios y accionistas, por valor de \$ RD 12,000.00, luego de concluir pago de este préstamo se asignará un sueldo para el pago de estos gastos.

Presupuesto para compra accesorios de la empresa:

Presupuesto para compra de accesorios para el plan Estratégico de la venta de artículos de segunda mano: se estará asignando una partida prestada por los accionistas de la empresa por valor de \$ RD 20,000.00 pesos, una vez se finalice de estará destinado una asignación de sueldo para pago de mantenimiento.

Presupuesto para el pago de los sueldos del personal:

Para este presupuesto se estará destinado pago por préstamos de los accionistas por valor \$ RD592, 200.00. Este compromiso será sustentado por 6 meses, una vez pagado el prestamos los pagos de la nómina estará desplazándose desde las ventas de la tienda.

Tabla 13. Costo de personal por posición.

Costo personal por posición			
Cantidad	Posición	Monto por posición	Monto por Equipo
1	Gerente	\$ RD 25,000.00	\$ RD 25,000.00
3	Vendedores	\$ RD 7,900.00	\$ RD 23,700.00
1	Cajeros	\$ RD 7,400.00	\$ RD 7,400.00
1	Encargado Almacén	\$ RD 15,000.00	\$ RD 15,000.00
1	Contable	\$ RD 20,000.00	\$ RD 20,000.00
1	Auxiliar Recepción	\$ RD 7,600.00	\$ RD 7,600.00
Total		\$ RD 82,900.00	\$ RD 98,700.00

Fuente de elaboración propia

Presupuesto para compra de equipos y sistemas tecnológicos:

Para este presupuesto se estará designado un costo del presupuesto de \$ RD. Al igual que los demás será inversión sin interese por los accionista por 6 meses.

Tabla 14. Costo de Inversión en Recursos Tecnológicos

Costo de Inversión en Recursos Tecnológicos			
Cantidad	Descripción Artículos	Monto por posición	Monto por Equipo
1	Licencia Office	\$ RD 10,000.00	\$ RD 10,000.00
1	Licencia Sistema Inventario	\$ RD 15,900.00	\$ RD 15,900.00
3	Computadoras	\$ RD 15,000.00	\$ RD 45,000.00
3	Teléfonos Inteligentes	\$ RD 3,000.00	\$ RD 9,000.00
1	Diseño Página Web	\$ RD 10,000.00	\$ RD 10,000.00
1	Sistema de Alarma	\$ RD 15,000.00	\$ RD 15,000.00
1	Escáner	\$ RD 5,000.00	\$ RD 5,000.00
1	Impresora	\$ RD 6,000.00	\$ RD 6,000.00
Total		\$ RD89,900.00	\$ RD115,900.00

Fuente de elaboración propia

Presupuesto para campaña Publicitaria:

Para el costo de este presupuesto se estará invierto un capital de \$ RD 48,000.00 esta inversión por 6 meses de los accionistas. Una vez se concluya pago del prestamos se estará colocando partida para este proceso

Tabla 15 Costo Campaña Publicitaria

Costo Campaña Publicitaria	
Descripción Artículos	Monto por posición
Radio	\$ RD 5,000.00
Prensa Escrita	\$ RD 8,000.00
Revistas Comerciales	\$ RD 7,000.00
Televisión	\$ RD15,000.00
Bajantes	\$ RD 2,000.00
Brochur	\$ RD 7,000.00
Guagua anunciadora	\$ RD 4,000.00
\$ RD48,000.00	

Fuente elaboración propia.

CONCLUSION

En el presente trabajo de investigación se pudo obtener los resultados propuesto para los objetivos generales, así como los específicos para la implementación de la propuesta estratégica para la venta de artículos de segunda mano, en Santo Domingo, República Dominicana 2017.

Durante la investigación realizada para la propuesta, algunos autores consideran sobre la propuesta de ventas de artículos de segunda mano se suplen de diversos proveedores, siendo los más importantes los del territorio Americano, sin embargo estos suelen tener representantes en diversos territorios como el caso de República Dominicana, además consideran que estos artículos permiten obtener ventajas económica a grupo social, sin necesidad de tener un negocio empleo, motivando así a emprender un nuevo estilo de negocio con calidad de primera a precios competitivos.

Por lo que esta propuesta permitió una oportunidad para desarrollar e implementar un modelo de negocio innovador en su rama, que permite a los consumidores obtener artículos de segunda mano, pero de la mejor calidad, no obstante también pueden encontrar mercancías con etiqueta a precio de segunda mano, siendo una de las primeras empresas en ofrecer ventas de los artículos de segunda mano a través de la página donde la misma posee ofertas exclusivas para este sitio, además del enfoque principal de la empresa donde ofertara productos organizados, según la tendencia marca, color, edades y sexo para agilizar la selección del cliente persiguiendo así lograr los objetivos que la empresa se ha trazado, lo que resulta coherencia con las estrategias y tácticas que se diseñaron para el logro de la misma, además como medida seguimiento se implementó medición trimestral a fin de evaluar si se debe de realizar ajuste de lugar para asegurar los resultados.

Se realizó encuesta a los empleados de Almacenes Tiple AAA, como a dueños a los de este tipo de negocio del sector de Santo Domingo Oeste donde dieron repuesta según su parecer sobre el uso de artículos de segunda mano con el objetivo de identificar necesidades los consumidores, donde se le dará soluciones a sus requerimiento a través de la propuesta de ventas de artículos de segunda mano dado

que con la implementación del proyecto no tendrán que rebuscar entre todas las piezas, y para aquellos clientes que no le gustan ir por alguna condición tendrán la opción digital.

Dentro de la investigación se observó un aspecto importante se identificó un aspecto donde los mayores consumidores de este segmento corresponde al sexo femenino, siendo los productos de mayor demanda los artículos, ropa informal de mujer, pero sobre todo que sean de tendencia y que al cliente le guste, siéndoles días de mayores consumos los días 15, 25 y 30 de cada mes.

Los principales medios utilizados para dar a conocer el proyecto de artículos de segunda mano fueron: Prensa escrita y televisiva, revistas, bajantes, redes sociales, brochur, colocación de volantes en los colegios, salones, tienda, transporte público, universidades, vallas publicitarias, afiches, productos primarios, Plazas Comerciales, supermercados, taxis, transporte público, guagua anunciadora, farmacia con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de público para dar lugar a colocarlo en la mente del cliente.

Acabado el análisis de la encuesta se diseñó la propuesta para la venta de artículos de segunda mano, la cual consistirá en la creación de una empresa organizada al estilo tienda de artículos nuevos, donde los clientes podrán disfrutar de artículos innovadores, local cómodo, seguro, atención de primera, con personal altamente capacitado en el servicio al cliente, como asesoramiento de imagen, disponibilidad de compra a través de la página en línea.

Dentro de la propuesta se establecieron los costos a implementar dentro del proyecto, donde el capital será prestado por los accionistas sin recibir ganancia por los mismos con la finalidad de impulsar despegue y posicionamiento de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

- <http://emausnavarra.org>. (28 de Septiembre de 2012). Recuperado el 24 de Enero de 2017, de <http://emausnavarra.org/index.php/es/noticias/184-traperos-de-emaus-recicla-mas-de-dos-mil-toneladas-de-electrodomesticos>
- <http://ropa-usada.es>. (22 de Marzo de 2013). Recuperado el 23 de Enero de 2017, de <http://ropa-usada.es/breve-descripcion-del-origen-del-mercado-de-la-ropausada/>: <http://ropa-usada.es/breve-descripcion-del-origen-del-mercado-de-la-ropausada/>
- <http://www.trabajosynegocios.com>. (19 de Febrero de 2013). Recuperado el 24 de Enero de 2017, de <http://www.trabajosynegocios.com/idea-de-negocio-con-poca-inversion-tienda-de-segunda-mano/>
- <http://www.trabajosynegocios.com>. (19 de Febrero de 2013). Recuperado el 26 de Enero de 2017, de Trabajosynegocios.Com : <http://www.trabajosynegocios.com/idea-de-negocio-con-poca-inversion-tienda-de-segunda-mano/>
- <http://www.trabajosynegocios.com>. (19 de Febrero de 2013). Recuperado el 29 de Enero de 2017, de Trabajosynegocios.Com: <http://www.trabajosynegocios.com/idea-de-negocio-con-poca-inversion-tienda-de-segunda-mano/>
- <http://www.trabajosynegocios.com/idea-de-negocio-con-poca-inversion-tienda-de-segunda-mano/>. (Febrero de 19 de 2013). Recuperado el 19 de Enero de 2017
- <https://aduanasdigital.gob.do>. (12 de Julio de 2013). Recuperado el 28 de Enero de 2017, de Mercancias Prohibidas y Restringidas: <https://aduanasdigital.gob.do/1900/07/12/mercancias-prohibidas-y-restringidas/>
- <https://aduanasdigital.gob.do>. (12 de Julio de 2013). Recuperado el 28 de Enero de 2017, de <https://aduanasdigital.gob.do/1900/07/12/mercancias-prohibidas-y-restringidas/>
- <https://www.leadersummaries.com>. (21 de Junio de 2013). Recuperado el 29 de Enero de 2017, de Biblioteca de libros empresariales resumidos: <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/marcas-de-moda#>
- <https://www.leadersummaries.com>. (21 de junio de 2013). Recuperado el Enero de 29 de 2017, de Bibliotecas de Libros empresariales resumidos : <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/marcas-de-moda#>
- www.extremadurate.e. (23 de Octubre de 2013). Recuperado el 28 de Enero de 2017, de <http://www.extremadurate.es/2013/10/23/las-tiendas-de-segunda-mano-crecen-en-extremadura/>

- www.renuevo.es*. (18 de Junio de 2014). Recuperado el 28 de Enero de 2017, de <http://www.renuevo.es/blog/item/610-ventajas-comprar-productos-segunda-mano?>
- <http://www.bbc.com>. (14 de Febrero de 2015). Recuperado el 28 de Enero de 2017, de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/02/150212_negocio_ropa_usada_men
- <http://etruekko.com>. (28 de Septiembre de 2016). Recuperado el 29 de Enero de 2017, de [etruekko.com: http://etruekko.com/segunda-mano-consejos-comprar-vender/#Como_vender_cosas_de_segunda_mano](http://etruekko.com/segunda-mano-consejos-comprar-vender/#Como_vender_cosas_de_segunda_mano)
- <http://etruekko.com>. (28 de Septiembre de 2016). Recuperado el 29 de Enero de 2017, de [etruekko.com: http://etruekko.com/segunda-mano-consejos-comprar-vender/#Como_vender_cosas_de_segunda_mano](http://etruekko.com/segunda-mano-consejos-comprar-vender/#Como_vender_cosas_de_segunda_mano)
- Berigüete, D. (7 de julio de 2015). Ventas de Ropas de Pacas se imponen en Republica Dominicana. *Ventas de Ropas de Pacas se imponen en Republica Dominicana*, pág. 2.
- Gutiérrez, H. (2013). La tributación de las compras en línea y de la importación de ropas usadas. *Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo, Unidad Asesora de Análisis Económico y Social, Tópico de coyuntura no. 5, 6*.
- Gutiérrez, H. (2016). La tributación de las compras en línea y de la importación de ropas usadas. *Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo, Unidad Asesora de Análisis Económico y Social, Tópico de coyuntura no. 5, 5-6*.
- Hernández, M. (2007). Tiendas de ropa y artículos USAdos son las preferidas de la población. *Comunica*.
- Hernández, M. (2007). Tiendas de ropa y artículos USAdos son las preferidas de la población. *Comunica*.
- Hernández, M. (2007). Tiendas de ropa y artículos USAdos son las preferidas de la población. *Comunica*.
- Hernández, M. (2007)). Tiendas de ropa y artículos USAdos son las preferidas de la población. *Comunica*.
- Luna, K. (marzo de 14 de 2012). *Mercado de pulgas es ahorro de bolsillo*, pág. 2 Economía y Negocios.
- Luna, K. (14 de marzo de 2012). *Mercado de pulgas es ahorro de bolsillo*, pág. 2 Economía & Negocios.
- Luna, K. (14 de marzo de 2012). *Mercado de pulgas es ahorro de bolsillo*, pág. 2 Economía & Negocios.
- Martín, J. A. (2009). *José Antonio Almoguera San Martín*. Madrid: Megaconsulting, S.L.
- Martín, J. A. (2009). *Manual Práctico del Emprendedor*. Madrid: Megaconsulting, S.L.

Severino, J. (22 de Noviembre de 2009). El Mundo de las Pacas . *La Ropa de Segunda Abre Negocios Lucrativos en Republica Dominica*, pág. 6 de la sección Economía y Negocios.

Smith, A. (Chapter III, Pagina 50). *Encyclopedia Britannia " Great Book of the Western World"*
Acumulation of Capital , .

Valdes, L. (2009). Un nuevo enfoque para innovar exitosamente en los Nnegocios. En E. d. Caras, *Un nuevo enfoque para innovar exittosamente en los Negocios* (págs. 41-42). Mexico: Norma.

ANEXOS

Encuesta Consumo de Artículos de 2da Mano

El propósito de las siguientes preguntas es identificar los factores socioculturales asociados al consumo de ropa usada, así como otros artículos que también utiliza la sociedad, con el objetivo de comprender la demanda estos artículos.

Por favor responder de forma completa a todas las preguntas.

1 – Ha usado o utiliza los artículos de 2da mano?

- a) Si
- b) No(Especifique Motivo)

2 – Con qué frecuencia utiliza los artículos de 2da mano?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Mensual
- d) Anual
- e) Ocasionalmente
- f) Otros(Especifique)

3- Cuales de los siguientes artículos compra con más frecuencia?

- a) Ropa de Mujer
- b) Ropa de Hombre
- c) Accesorios
- d) Artículos para el hogar
- e) Otros(Especificar)

4- En cuales de las siguientes fechas acostumbra a realizar las compras?

- a) Mensual
- b) Quincenal
- c) Semanal
- d) Diario

5- Las compras que realiza la utiliza para?

- a) Uso Personal

- b) Para negocio
- c) Otros(Especificar)

6- En que se fija va comprar una prenda?

- a) La Marca
- b) Que sea nueva
- c) Que sea de temporada
- d) Otros(Especificar)

7- Cuales son las prendas que más utiliza de acuerdo a sus actividades?

- a) Formal
- b) Informal
- c) Deportiva

8- Como describiría su experiencia al comprar ropa de 2da mano?

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Muy Buena
- d) Mala
- e) Muy Mala.

9- Al momento de seleccionar los artículos de segunda mano se fija Usted en la marca?

- a) Si
- b) No

10- Cuales de las siguientes Marcas prefiere?

- a) Express
- b) Anne Antaylor
- c) Nina Rice
- d) Gap
- e) Nine west
- f) Carolina Herrera
- g) Polo
- h) Nautica
- i) Kasper
- j) Arepostal
- k) Michael Koll

- l) H& M
- m) Liz Claibore
- n) Mouse
- o) Old Navy
- p) Zara
- q) Otros(Especifique)

11- Compraría Ropa de segunda Mano para usted y su Familia?

- a) Si
- b) No

8- Indicar sexo:

- a) Masculino
- b) Femenino

9- Favor indicar en cuales de los siguientes rangos de edad se encuentra:

- a) De 16 a 25
- b) De 26 a 30
- c) De 31 a 40
- d) Del 41a 60

ENTREVISTA:

¿Cómo inicio en el negocio de venta de artículos de 2da mano?

¿Qué le motivó a comprar artículos de 2da mano?

¿Entiende usted que este negocio es rentable?

¿Cuál es la marca o el tipo de artículo que más le gusta comprar?

¿Qué opina de las personas que adquieren estos artículos?

¿Cuál es la estrategia que utiliza para realizar los pedidos de las mercancías a vender?

¿Qué tipo personas demandan más de este segmento?

¿En qué temporada considera usted que se vende más?

¿Qué tipo de mercancía es la que más se vende?

¿Por qué le gustan los artículos de 2da mano?

¿Cuál es la mayor ventaja y desventajas de estos artículos?

¿Qué opina de las personas que utilizan estos artículos?