



# Plan de Negocio

Reina Lucía accessories & home

**Alumna:** Paulina Balduino

**D.N.I.:** 38.116.105

**Carrera:** LAE

**Materia:** Práctica Profesional

**Director:** Lic. Luis Fernando Pérez Vides

**Co- directora:** Mg. Liliana Fagre



## Índice

### Plan de negocios

1. Resumen ejecutivo
2. Análisis de mercado
3. FODA
4. Porter
5. Concepto de producto y servicio
6. La compañía
7. Propuesta de valor
8. Misión, visión y valores
9. Plan de crecimiento
10. La competencia
11. Proyecciones financieras
12. Bibliografía
13. Apéndice
14. Imágenes



## **Contrato**

Como propietaria del negocio bajo análisis, para cumplir con la reglamentación nacional me inscribiré como monotributista, comenzando en la categoría A. Haciendo uso de esta figura jurídica.

Cabe aclarar que los datos expuestos en este plan de negocio son propiedad intelectual del emprendimiento “Reina Lucía accessories & home”, siendo por lo tanto información confidencial.

## **Resumen ejecutivo**

“Reina Lucía” es un emprendimiento dedicado al diseño, producción y venta de accesorios para la mujer actual y artículos para la decoración del hogar. En el presente plan de negocio, se explican las razones por las cuales “Reina Lucía” posee todo lo necesario para ser un negocio exitoso. Se evaluará el potencial de este emprendimiento para abrir un local comercial (cambiando su modalidad de atención al cliente en Showroom con cita previa).

En base al análisis tanto de mercado como financiero, se llegó al resultado de que la apertura del local es conveniente. A lo largo del cuerpo del trabajo se justificará el porqué de esta afirmación.

## **Introducción**

Nació oficialmente el 10 de abril de 2016 cuando se inauguraron las cuentas en Facebook e Instagram, habiendo superado en esta última los 9.000 seguidores.

El proyecto se dedicó, en un principio, a la producción y venta de bijouterie, produciendo todo tipo de accesorios para la mujer moderna, entre ellos se puede destacar los aros, collares, tocados para novias, quinceañeras, entre otros. La cartera de clientes fue creciendo y diversificándose, pasando de un pequeño grupo de conocidos y familiares, a clientes de diversas localidades de Tucumán.

Tiempo después de su puesta en marcha y ante el constante crecimiento y la favorable respuesta de los clientes, se decidió sumar a la cartera de productos elementos para la decoración del hogar (lámparas, servilleteros, vajilla de cerámica, etc.) que resultaron un éxito desde su incorporación.

Reina Lucía es sinónimo de calidad, atención personalizada, asesoramiento calificado y sobre todo tendencia y originalidad.

## **Análisis de mercado**

La moda cambia continuamente, hay quienes se adhieren más o quienes prefieren marcar su propio estilo, pero más allá de esto, se puede observar a lo largo de la historia que a la mujer en general le agrada seguir las tendencias, compran revistas de moda, siguen a sus diseñadores y negocios favoritos en las redes sociales, ven los desfiles del resto del mundo, etc. El mercado de la moda es muy cambiante e interesante para analizar.



La mujer argentina es reconocida mundialmente por su buen gusto a la hora de elegir desde un outfit, una pieza de decoración o una simple

fuelle para servir sus comidas. Es algo que la caracteriza y de lo que se siente orgullosa.

En este complejo mercado de la moda femenina es donde opera “Reina Lucia”, mercado en constante desarrollo y sumamente competitivo en nuestro país a diferencia de otros países del mundo en donde no es algo que tenga demasiada relevancia.

Hilando más fino y más cerca de la zona donde realiza sus operaciones dicho emprendimiento, en Tucumán se puede observar que la vida social es sumamente activa. Entre las tucumanas abundan los eventos sociales, desde cenas, fiestas y hasta casamientos multitudinarios, y en contraste con otros lugares, es curioso que en esta provincia se suele invitar a los propios hogares para compartir momentos con amigos y familia, por lo que se invierte dinero en el rubro de la moda y la decoración del hogar.

## FODA

Fortalezas:

- Experiencia en el rubro.
- Combinación de variedad y precios accesibles.
- Buena atención priorizando al cliente.

Oportunidades:

- Cambio de tendencias todas las temporadas, lo que permite Reinventarse cada año en lo que a bijouterie se refiere, siendo una oportunidad para llegar a nuevos clientes.
- Detección de la preferencia del cliente por los envíos a domicilio.
- Escasa competencia en el rubro de decoración.

Debilidades:

- Lugar del showroom es de difícil acceso.
- Ventas solo en efectivo.
- En ciertas fechas, los pedidos sobrepasan la capacidad.
- Infraestructura pequeña.

Amenazas:



- Baja barrera de ingreso ya que se requiere de poca inversión, pocos conocimientos en la materia y en su mayoría, son productos fáciles de vender.
- Gran competencia en los artículos de bijouterie.

### Cruz de Porter

- Clientes: mujeres tucumanas de clase media y media-alta de entre 18 y 60 años, interesadas en la moda y en su aspecto personal. En su mayoría, residentes en las localidades de Yerba Buena y San Miguel de Tucumán. La relación con ellas es mediante redes sociales, como Instagram o Facebook, WhatsApp y/o cara a cara.
- Proveedores: localizados en la ciudad de Buenos Aires, contando también con un herrero como socio clave para la elaboración de parte de los artículos de decoración.
- Competencia: showrooms y locales comerciales de decoración, accesorios. (Desarrollado en hoja N.º 9).
- Posibles competidores: como se dijo anteriormente, existe una baja barrera de ingreso al mercado, se requiere de poca inversión, no hacen falta maquinarias costosas, simplemente personas creativas.
- Sustitutos: indumentaria, regalarías y artesanos.

Ante lo expuesto, se detectó una necesidad insatisfecha en lo que a decoración se refiere, creándose así un nicho de mercado y una gran oportunidad para desarrollar este negocio

Además, sería posible expandirlo aún más con los canales modernos de distribución (puerta a puerta a través de empresas como Occa o Andreani) aumentando así, los volúmenes de venta.

### Concepto de producto y servicio

En lo que respecta a los accesorios, existen dos líneas de productos, una de ellas es casual, en cambio la otra cuenta con artículos de noche o fiesta. Comunes a ambas están los aros, collares, gargantillas, tobilleras, trabas para el pelo, pulseras y mochilas, con diseños adecuados a sus respectivos usos. En la línea de noche se encuentran además pecheras, vinchas y una gama de productos especiales para novias. Cabe aclarar que se puede identificar entre las “novias” otro nicho de mercado, dispuesto a pagar mucho más dinero que el resto de clientas habituales pero que a su vez esperan un servicio especial y atención personalizada.

Con respecto a la decoración, “Reina Lucía” cuenta con todo tipo de objetos , entre ellos se puede encontrar artículos de cerámica como



fuentes, cuencos ,set de sushi, cubiertos para servir, ensaladeras, asaderas y adornos. Por otro lado, se especializa en lámparas de pie, de techo o veladores, todas ellas hechas de hierro y decoradas con caireles, flores artesanales, hilos, entre otros. Cuentan con un gran trabajo manual para lograr un excelente producto terminado difícil de encontrar en otros sitios. Se realiza a mano tanto la tarea de soldadura, la pintura y hasta su decoración con los detalles antes mencionados.

Cabe aclarar que todos los productos pueden ser hechos a medida y además cuenta con stock listo para la venta.

### La compañía

El organigrama de Reina Lucia está conformado en primer lugar por su dueña y fundadora, quien se encarga primordialmente de la logística, toma de decisiones y manejo general del emprendimiento. Siendo también parte de sus tareas la relación con los proveedores (desde las solicitudes de cotización, órdenes de compra, compras y pagos) y de vez en cuando realiza los viajes junto a parte del equipo para reponer los materiales. Se ocupa, además, del manejo de redes sociales y publicidad en ellas, la fabricación de parte de los productos, ventas y registro de egresos e ingresos realizando mensualmente un análisis de ellos.

Dentro de su equipo de trabajo, cuenta también con una joven especialista en modas y tendencias, quien es la responsable de que los productos de cada nueva temporada de Reina Lucia sigan la vanguardia del momento. Se encarga también de los viajes a la CABA para la reposición de los materiales, en ocasiones acompañada por la dueña del emprendimiento.

La fabricación de artículos de hierro para la decoración del hogar se encuentra terciarizada en la localidad del Manantial.

En épocas especiales del año, donde la demanda sobrepasa la capacidad de producción del emprendimiento, se contrata personal extra.

Y, por último, cuenta con un cadete encargado de distribuir los productos hasta la casa de los clientes residentes en las localidades de Yerba Buena y San Miguel de Tucumán.

### Propuesta de valor de Reina Lucia

La propuesta de valor del negocio se centra en un servicio integral, no solo en la buena calidad del producto sino que también abarca la profesionalidad de la atención personalizada, se conoce y se trata a cada cliente por su nombre, cuando llegan al showroom se les ofrece café, gaseosas o algo para comer, también si lo desean pueden dejar sus bolsos en un perchero para mayor comodidad , al despedirse se les da las



gracias y se los invita a regresar, estudios demostraron que a través de estos detalles las personas se sienten cómodas y a gusto, el diseño a medida (colores, tamaño y detalles a elección en cada artículo), envío a domicilio y asesoramiento calificado, escuchándolos con atención y se ayudándolos a obtener lo que desean. Todo esto en conjunto genera una experiencia de compra única, logrando así una gran fidelización de los clientes.

### Misión

Somos un grupo de emprendedoras tucumanas dedicadas al desarrollo integral de accesorios para la mujer actual y de diseños exclusivos para la decoración del hogar, brindando un servicio personalizado, destacado por la cercanía a nuestros clientes y por la calidad en nuestros productos.

### Visión

Ser la alternativa más elegida por la mujer tucumana, siendo una empresa líder en el diseño, producción y comercialización de accesorios femeninos y artículos para la decoración del hogar en la provincia de Tucumán.

### Valores

- Innovación y creatividad: evolución continua, ofreciendo no solo nuevos y originales productos, sino también nuevos modelos de negocio y procesos de fabricación.
- Compromiso y honestidad con lo que se promete al cliente, con nuestro trabajo y con el medio ambiente.
- Cercanía a los clientes, en el trato y en la post venta.
- Pasión por el trabajo: hacer nuestro trabajo con la mente y con el corazón.

### Plan de crecimiento

Mediante este plan de negocios se busca alcanzar el crecimiento del emprendimiento, incrementando su rentabilidad hasta en un 65% como lo demuestran las proyecciones realizadas. Esto se lograría aumentando el volumen de ventas mensuales tras la apertura de un local comercial en la vía pública.

### La competencia

Según si se trata de los accesorios o de la decoración, la competencia es diferente, por ello se la analizará por separado.

- Accesorios:

Como competidores directos:



- Lucia Medicci: sus productos son característicos por las piedras y los colores (distinto al negocio bajo análisis, que apunta a los colores básicos como negro, blanco, plateado), sus precios son relativamente altos.
- Paula: los precios son bajos, trabajan a pedido y los productos deben ser retiradas de su domicilio en san miguel de Tucumán.
- Las Jaimet: instaladas en el mercado hace más de 10 años, apunta a un mercado de clientes similar, caracterizándose por precios elevados y diseños originales.
- I love you: franquicia nacional de venta de bijouterie, bolsos, anteojos, etc. Como ventaja, tiene local en el shopping el portal y en Yerba Buena shopping lo que le garantiza una circulación constante de clientes potenciales.
- Sitios web de venta online

#### Competidores sustitutos:

- Todo Moda: franquicia internacional dedicaba a la producción y venta de accesorios estandarizados y hechos en serie. Presenta uno de los precios más bajos en el mercado. Ubicado en shoppings o zonas de mucho tránsito de gente.
- Locales de indumentaria que además venden bijouterie como complemento.
- Todo tipo de regalerías.

Competidores potenciales: como se dijo anteriormente existe una baja barrera de ingreso al mercado.

#### ● Decoración:

- Locales comerciales de decoración.
- Estudios de decoración y decoradoras a domicilio.
- Sitios web de venta online.

Si bien la competencia siempre está presente, los productos que venden en los distintos locales, se repiten en el otros. Aquí es donde Reina Lucía se vuelve a destacar agregando valor a sus artículos, las lámparas son hechas a mano diseñadas especialmente para cada cliente, con las especificaciones que esta enuncie, los elementos de cerámica también son realizados de manera única y artesanal.

Luego de este análisis, se pueden identificar como debilidades en ambos sectores, el hecho de que prácticamente no se realizan envíos a domicilio ni se reciben tarjetas como forma de pago. Descubriendo detrás de estas debilidades, oportunidades para el desarrollo del emprendimiento.



## **Proyecciones financieras**

Luego de haberse descripto todos los puntos favorables para el proyecto, así como las razones de su éxito. Se procederá a analizar los “números” de dicho emprendimiento que respaldaran lo antes planteado. Los datos correspondientes a los ingresos, costos, prorrates, valorización de stock, inversión inicial, etc. se encuentran en la sección anexos. Aquí se presentará el flujo de fondos esperado para los próximos tres años.

Se considera una tasa de inflación del 35% anual.



FLUJO DE FONDOS REINA LUCIA						
			Inversión	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos	Accesorios	collares		121731	164337	221854
		aros		95152	128455	173414
		tocados para novias		39240	52974	71515
	Iluminación	Lámparas con caireles		326200	440370	594500
		Veladores niña		88320	119232	160963
		Lámparas geométricas		146400	197640	266814
	Cerámica	Set de sushi		30000	40500	54675
		Computeras		14400	19440	26244
Fuentes			10800	14580	19683	
<b>Ingresos Totales</b>				<b>872242</b>	<b>1177527</b>	<b>1589662</b>
Costos Variables	Accesorios	MP collares		17169	23178	31291
		MP aros		10616	14331	19347
		MP tocados para novias		2400	3240	4374
	Iluminación	MP + MOD para lamparas caireles		112518	151899	205064
		MP + MOD veladores niñas		18240	24624	33242,4
		MP + MOD lamparas geometricas		24000	32400	43740
	Ceramica	Set de shushi		12000	16200	21870
		Computeras		9360	12636	17058,6
		Fuentes		3060	4131	5577
	Luz			78000	105300	142155
	Agua			4260	5751	7764
	Teléfono			7200	9720	13122
	TEM			10903	14719	19871
IIBB			43612	58876	79483	
<b>Costos variables totales</b>				<b>353338</b>	<b>477006</b>	<b>643959</b>
<b>Contribucion Marginal Total</b>				<b>518904</b>	<b>700521</b>	<b>945703</b>
Costos Fijos	Alquiler			156000	210600	284310
	Alarma			9600	12960	17496
	Empleada			156000	210600	284310
	Viaticos			24000	32400	43740
	Monotributo			168000	226800	306180
<b>Costos Fijos Totales</b>				<b>513600</b>	<b>466560</b>	<b>629856</b>
<b>Utilidad Bruta</b>				<b>5304</b>	<b>233961</b>	<b>315847</b>
<b>Utilidad Neta</b>						
<b>Inversión</b>				<b>-100700</b>		
<b>Valor de recupero de la inversión</b>						<b>35660</b>
<b>Flujo de Fondos</b>				<b>-100700</b>	5304	233961
Tasa CO	25%	VAN		\$ 214.992,54		
Periodos	3	TIR		100%		



Como se puede observar el VAN es positivo, lo que demuestra que la apertura del local comercial no solo es factible, sino que también es una gran oportunidad de negocio. En lo que a la rentabilidad se refiere, se puede observar que la TIR obtenida supera con creces la rentabilidad ofrecida por otras inversiones como es el caso de los Lebac o plazo fijo, por lo que estamos en condiciones de afirmar que sería conveniente expandirse a un local con venta a la calle y dejar de lado la modalidad de venta en showroom hasta ahora utilizada.

Para este análisis se consideró que las ventas se incrementarían un 30% y los precios aumentarían un 20% gracias a la expansión del mismo. Además, se tuvo en cuenta el alquiler (y el incremento anual del mismo), la inversión requerida para acondicionar el local, el impuesto al monotributo, TEM y CISI, gastos de luz, agua, internet, entre otros conceptos.

En caso de abrir el local, se contrataría una empleada con un sueldo de \$12000 mensuales de acuerdo al convenio colectivo de comercio.

Se puede concluir que el proyecto es económicamente viable y conveniente.



## **Bibliografía**

### **Libros**

- “Siete hábitos de la gente altamente efectiva” (1989) - Stephen Covey
- “Pasión por emprender” (2005) – Andy Freire
- “El manual del emprendedor” (2002) – Steve Blanck
- “Tu propio negocio” – Lecuona y Terragno
- “Proyectos de inversión” (2007) – Sapaj Chain

### **Material en internet y libros digitales**

- [www.emprendepyme.net](http://www.emprendepyme.net)
- [www.muieresdeemresa.com](http://www.muieresdeemresa.com)
- <https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8>
- <https://www.youtube.com/watch?v=BO6REdpE9Kc>



## Apéndice

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Alquiler local	156000	210600	284310
Electricidad	78000	105300	142155
Agua/Gas	4260	4409	4563
Servicio Alarma	9600	12960	17496
Internet	7200	9720	13122
CISI	4560	6156	8311
Viáticos/Viajes compra insumos	24000	32400	43740
Publicidad	4800	6480	8748
Empleada	156000	210600	284310
<b>Total</b>	<b>259620</b>	<b>349145</b>	<b>469957</b>

Concepto	Cant	Precio	Precio Total	Amortizacion anual	Amortiz. Acum	Valor Recup
Garantía de alquiler local	1	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00			\$ 13.000,00
Aire acondicionado	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	2400	7200	\$ 4.800,00
Desarrollo Pagina Web	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00			
Mostrador	1	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	480	1440	\$ 3.360,00
Computadora	1	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	2200	6600	\$ 4.400,00
Silla	1	\$ 600,00	\$ 600,00	60	180	\$ 420,00
Caja Registradora Homologada	1	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	1300	3900	\$ 2.600,00
Refaccion Baño	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00			
Refaccion Local	1	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00			
Adaptar paredes con percheritos	15	\$ 300,00	\$ 4.500,00	30	90	\$ 4.410,00
Bancos	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00	60	180	\$ 1.620,00
Lampara Colgante	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	150	450	\$ 1.050,00
						\$ 35.660,00
		<b>Total</b>	<b>\$ 100.700,00</b>			





Cerámica	Costo MP3	Unidades	Costo	Precios venta	Ventas	Resultado
set de sushi	100	4	400	250	1000	600
fuelle plana	85	3	255	300	900	645
compotera	65	6	390	100	600	210
<b>TOTAL</b>						<b>1455</b>

Iluminación	Costo	Unidades	Precio venta2	Costo	Ventas	Resultado	Precio Pond	Costo Pond
Lámpara caireles, 50cm diametro	856	3	4200	2567	12600	10033,2	2453	493
Lámpara caireles, 30cm diametro	455	7	2400	3188	16800	13612,48		
Lámpara caireles, 20cm diametro	430	4	1800	1721	7200	5479,04		
Aplique caireles, 20cm diametro	380	5	2000	1901	10000	8098,8		
velador niñas	380	4	1300	1520	5200	3680		
<b>geometricas</b>	280	5	1500	1400	7500	6100		
<b>TOTAL</b>						<b>47003,52</b>		

PRORRATEO ART. CERAMICA					
4 CLASES DE 2,5HS --> 10HS POR MES, \$170/HR --> Total: \$1700					
	AMASADO	LIJADO	PINTURA	Tiempo	COSTO
set sushi	15	5	15	35	\$ 100
fuelle plana	10	5	15	30	\$ 85
compotera	10	3	10	23	\$ 65



## Imágenes







Marca temporal	¿Compra productos de bijouterie (aros, collares, etc.)?	2- ¿Compra artículos para decoración del hogar?	2- Las compras realizadas son para:	3- ¿Cuál es el producto de bijouterie que más consume?	4- Aproximadamente, ¿cuánto dinero destina mensualmente a estas compras?	5- ¿Qué marca consume habitualmente?	6- ¿Compra artículos de decoración?	7- Aproximadamente, ¿cuánto dinero destina a la compra de artículos de decoración?	8- ¿Dónde prefiere comprar estos artículos?
6/5/2018 13:09:19	Sí		Uso personal	Aros	\$301 a \$500	Dmmtienda	No		
6/5/2018 13:09:32	Sí		Uso personal	Aros	\$301 a \$500	Indistinta	Sí	500	Indistinto
6/5/2018 13:09:32	Sí		Regalo	Collares	\$101 a \$300	Reina Lucia	No		
6/5/2018 13:10:35	Sí		Regalo	Collares	\$101 a \$300	De showroo	Sí	500	Casas decoració
6/5/2018 13:24:18	Sí		Uso personal	Collares	\$301 a \$500	Generalmen	No		
6/5/2018 13:24:26	Sí		Las dos cosas	Collares	\$101 a \$300	Reina Lucia	No		
6/5/2018 13:25:59	Sí		Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Isadora	Sí	\$300	En casa que se
6/5/2018 13:32:21	Sí		Uso personal	Collares	\$301 a \$500	No tengo un	No		
6/5/2018 13:34:16	Sí		Para ambas co	Collares	\$0 a \$100	Varias	No		
6/5/2018 15:05:57	Sí		Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Reina Lucia	No		
8/31/2018 10:50:37	Si	Sí	Uso personal	Aros	\$101 a \$300	.	Sí	300	.
8/31/2018 11:42:34	No	No							
8/31/2018 12:39:26	No	No							
8/31/2018 12:39:38	Si	No	Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Los Vados del Isen,			Dolores Iguacel, Las Jaimet
8/31/2018 12:40:33	Si	No	Regalo	Aros	\$301 a \$500	Reina Lucia Accesorios			
8/31/2018 12:40:42	Si	Sí	Uso personal	Collares	\$101 a \$300	De showroom		200 - 300	Internet
8/31/2018 12:41:45	Si	Sí	Regalo	Collares	\$301 a \$500	Las cris		10000	Local comercial
8/31/2018 12:41:51	Si	No	Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Reina lucia			
8/31/2018 12:41:53	Si	No	Uso personal	Aros	\$0 a \$100	Reina lucia			
8/31/2018 12:42:39	Si	Sí	Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Reina lucia		\$300	Local comercial
8/31/2018 12:42:54	Si	Sí	Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Todo moda		\$200	Local comercial
8/31/2018 12:43:41	Si	No	Uso personal	Collares	\$101 a \$300	Showrooms			
8/31/2018 12:43:47	Si	No	Regalo	Collares	\$0 a \$100				
8/31/2018 12:44:40	Si	No	Uso personal	Collares	\$0 a \$100				
8/31/2018 12:45:46	Si	Sí	Uso personal	Aros	\$301 a \$500	Isadora		500 a 1000	Showroom
8/31/2018 12:46:26	Si	Sí	(Las dos cosas	Aros	\$101 a \$300	Sin marca		800	Local comercial
8/31/2018 12:51:52	Si	No	Uso personal	Aros	\$301 a \$500	Dmm			
8/31/2018 12:51:53	Si	No	Regalo	Collares	\$0 a \$100				
8/31/2018 12:54:30	Si	Sí	Regalo	Aros	Más de \$500	Cualquier marca		\$2000	Local comercial
8/31/2018 12:55:00	Si	Sí	Regalo	Collares	\$101 a \$300			500-1500	Local comercial
8/31/2018 12:56:06	Si	Sí	Regalo	Aros	\$301 a \$500			700	Local comercial
8/31/2018 12:56:07	Si	No	Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Ninguna en especial			
8/31/2018 12:56:29	No	Sí						5854	Local comercial
8/31/2018 13:00:59	Si	No	Uso personal	Aros	\$301 a \$500	Showrooms			
8/31/2018 13:02:11	Si	No	Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Isadora			
8/31/2018 13:03:01	Si	No	Uso personal	Aros	\$301 a \$500	Sin marca			
8/31/2018 13:03:11	No	Sí						Poco	Showroom
8/31/2018 13:07:14	Si	No	Uso personal	Collares	\$101 a \$300	*Reina Lucia"			
8/31/2018 13:07:32	Si	Sí	Uso personal	Aros	\$301 a \$500			2000	Local comercial
8/31/2018 13:11:22	Si	Sí	Regalo	Collares	\$101 a \$300			500	Internet
8/31/2018 13:17:45	Si	No	Regalo	Collares	\$301 a \$500	Busco precio			
8/31/2018 13:20:32	Si	Sí	Regalo	Collares	\$101 a \$300				Internet
8/31/2018 13:20:47	No	No							
8/31/2018 13:29:51	Si	Sí	Regalo	Collares	\$101 a \$300	Cualquiera		No es regular	Local comercial
8/31/2018 13:43:40	No	No							
8/31/2018 13:46:13	Si	No	Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Reina Lucia			
8/31/2018 13:49:05	Si	Sí	Uso personal	Collares	\$101 a \$300			500	Internet
8/31/2018 13:51:06	Si	No	Regalo y uso p	Aros	\$101 a \$300	Reina lucia, isadora			
8/31/2018 13:54:34	Si	No	Ambas cosas	Aros	\$101 a \$300	Reina Lucia y MTA			
8/31/2018 14:00:56	Si	No	Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Ninguna en especial			
8/31/2018 14:12:13	Si	No	Uso personal	Aros	\$101 a \$300	Reina Lucia-Nebraska			
8/31/2018 15:49:43	Si	Sí	Ambos	Collares	\$101 a \$300	Cualquiera		No sé	Internet
8/31/2018 16:41:16	Si	Sí	Regalo	Aros	\$101 a \$300	Reina Lucia		\$1000	Showroom
8/31/2018 21:50:22	Si	Sí	Regalo	Aros	\$101 a \$300			Hasta 1000	Showroom
9/2/2018 20:55:38	Si	No	Ambos	Collares	\$301 a \$500	Reina Lucia			
9/2/2018 22:02:11	Si	No	Ambos	Collares	\$0 a \$100	Varias			
9/4/2018 8:29:29	No	No							
9/4/2018 8:30:28	Si	Sí	Ambos	Aros	\$301 a \$500			400	Local comercial
9/4/2018 8:49:42	Si	No	Ambos	Collares	\$0 a \$100				
9/4/2018 9:12:03	Si	No	Uso personal	Collares	\$0 a \$100				
9/4/2018 9:35:57	Si	No	Regalo	ambos	\$301 a \$500	todo moda			
9/4/2018 11:13:10	Si	Sí	Regalo	Collares	\$101 a \$300	isadora		200	Local comercial
9/4/2018 13:24:45	Si	No	Ambos	Aros	\$101 a \$300				
9/4/2018 13:31:59	Si	No	AMBOS	PULSERAS	\$301 a \$500				
9/6/2018 8:35:52	Si	Sí	Ambos	Aros	\$101 a \$300				Local comercial
9/6/2018 10:16:19	Si	Sí	Ambos	Collares	\$101 a \$300	Reina Lucia			Showroom



9- ¿Conoce el emprendimiento Reina Lucia Accesorios & Home?	10- ¿Cómo lo conoció?	11- ¿Cómo calificaría la atención?	12- ¿Cómo calificaría los precios de los productos?	13- ¿Cómo calificaría la calidad de los productos?	14- Elegiría comprar accesorios o artículos de decoración vía	15- En su compra vía online, preferirías la entrega de los productos a través de:	16- Si prefiere comprar personalmente, la realizaría en:	¡¡MUCHAS GRACIAS POR TU TIEMPO!!
Sí	Recomendación de	5	1	5	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	5	3	On-Line	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	1	5	On-Line	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Recomendación de	5	1	5	On-Line, Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	4	1	5	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Recomendación de	5	2	5	On-Line	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	3	5	Personal	Retira personalmente	Showroom	
No					On-Line, Personal	Delivery	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	2	5	On-Line, Personal	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Recomendación de	5	5	5	On-Line	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	2	5	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
No					Personal	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	1	5	On-Line	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	5	5	Personal	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Mi amiga es la dueña	5	1	5	Personal	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Recomendación de	5	5	5	Personal	Delivery	Local propio del emprendimiento	
No					On-Line, Personal	Retira personalmente	Tal vez	
Sí	Redes sociales	5	2	4	Personal	Delivery	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	2	5	Personal	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	4	5	On-Line	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	2	5	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	1	5	Personal	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Porque es mi amiga	5	1	4	On-Line	Delivery	Tal vez	
Sí	Redes sociales	3	3	5	On-Line	Delivery	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	5	5	On-Line	Delivery	Showroom	
Sí	Recomendación de	5	3	5	On-Line, Personal	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	1	5	Personal	Delivery	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	5	5	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Por la dueña	5	1	5	Personal	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	4	3	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Recomendación de	5	3	5	On-Line	Delivery	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	1	5	Personal		Local propio del emprendimiento	
Sí	Recomendación de	5	3	5	On-Line	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	1	4	Personal	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	1	5	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	1	5	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
No					Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Recomendación de	5	1	5	Personal	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	5	5	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
No					On-Line, Personal	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Recomendación de	5	3	5	Personal		Showroom	
Sí	Recomendación de	5	2	5	On-Line	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	1	5	Personal	Delivery	Showroom	
Sí	Por madre de durfín	5	2	5	Personal	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	4	3	5	On-Line	Delivery	Showroom, Tal vez	
Sí	Recomendación de	5	2	4	Personal	Delivery	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	1	4	On-Line	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Recomendación de	5	1	4	On-Line	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Recomendación de	5	2	5	On-Line, Personal	Delivery	Tal vez	
Sí	Redes sociales	5	1	5	Personal	Delivery	Showroom	
Sí	Recomendación de	5	3	5	Personal	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	5	5	On-Line	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	5	5	On-Line, Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Recomendación de	5	2	5	On-Line	Delivery	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	5	5	On-Line, Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	5	5	On-Line, Personal	Delivery	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	2	4	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Recomendación de	5	1	5	On-Line, Personal	Delivery	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	1	5	Personal	Retira personalmente	Showroom	
Sí	amiga de la dueña	5	1	5	Personal	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	2	5	Personal	Retira personalmente	Showroom	
Sí	Recomendación de	5	1	5	Personal	Retira personalmente	Local propio del emprendimiento	
Sí	Redes sociales	5	5	5	On-Line, Personal	Delivery	Showroom	
Sí	Recomendación de	5	2	5	On-Line	Delivery	Tal vez	
Sí	Redes sociales	5	1	5	Personal	Delivery	Showroom	
Sí	Redes sociales	5	3	5	Personal		Showroom	