



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

Implementación de un canal de E-Commerce para potenciar las ventas de productos y servicios de la Micro y Pequeña Empresa “La Casita de los Disfraces” en Huánuco, 2025

**Trabajo de suficiencia profesional para optar al título
profesional de:**

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Brenda Streicy Millan Suasnabar

Asesor:

Mg. Edwar Jaime Soto Polo

0000-0002-4361-5780

Lima - Perú

2025

Informe de Similitud

BRENDA STREICY MILLAN SUASNABAR

Implementación de un canal de E-Commerce para potenciar las ventas de productos y servicios de la Micro y Pequeña Emp...

TSP Brenda Millán
Trabajo de Suficiencia Profesional
Asesores

Detalles del documento

Identificador de la entrega
tm sid: 1.3285276224

Fecha de entrega
4 abr 2025, 3:14 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
4 abr 2025, 3:16 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
TSP_Brenda_Millan.docx

Tamaño de archivo
2.3 MB

38 Páginas

7627 Palabras

42.458 Caracteres

7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 10 words)

Exclusions

- 2 Excluded Matches

Top Sources

- 7%  Internet sources
- 0%  Publications
- 1%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would not be apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you take your attention there for further review.

Dedicatoria

A Dios por siempre derramar bendiciones a mi vida, a mis padres por el esfuerzo que realizan por brindarme los recursos necesarios para seguir cumpliendo mis metas y sueños

Agradecimiento

A mis formadores que con gran dedicación me
brindaron los conocimientos necesarios para
culminar con éxito el desarrollo de mi tesis

Tabla de contenido

Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
RESUMEN EJECUTIVO	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	15
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	25
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	29
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS	34
ANEXOS.....	35

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Trabajo de Suficiencia Profesional se desarrolló en el contexto de “La Casita de los Disfraces”, una MYPE con más de 15 años de trayectoria en el sector de confección y alquiler de disfraces en la ciudad de Huánuco. La empresa se enfrentó a desafíos significativos tras la pandemia, como la disminución de ventas y la falta de una estrategia digital consolidada. Ante esta problemática, se implementó un canal de comercio electrónico con el objetivo de incrementar la visibilidad del negocio, captar nuevos clientes y mejorar la fidelización.

Para abordar este reto, se utilizaron herramientas de marketing digital, estrategias de fidelización de clientes y análisis de mercado. Se aplicaron modelos de comercio electrónico y estrategias de gestión empresarial orientadas a la digitalización. Como resultado, se logró un incremento en la interacción con clientes a través de plataformas digitales, una mejora en la captación y retención de clientes, así como un crecimiento sostenido en las ventas.

Las conclusiones reflejan la importancia de la digitalización para la sostenibilidad del negocio y la necesidad de seguir innovando en estrategias comerciales. Asimismo, se aplicaron competencias en gestión empresarial, marketing digital y atención al cliente, consolidando así una experiencia laboral valiosa para el desarrollo profesional.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Contextualización de la Experiencia Profesional

La Casita de los Disfraces es una Micro y Pequeña Empresa (MYPE) que nació hace aproximadamente 15 años en la ciudad de Huánuco, Perú. Fue fundada por Angélica Suasnabar Velásquez, una diseñadora con amplia experiencia en la confección de vestuario escénico y festivo. Desde sus inicios, la empresa se enfocó en el diseño y alquiler de disfraces para teatro y eventos especiales, convirtiéndose en una alternativa confiable para instituciones educativas y organizaciones que requieren vestimenta personalizada. Con el paso del tiempo, la empresa ha evolucionado para atender las nuevas y crecientes demandas del mercado, diversificando sus servicios y ampliando su cartera de clientes.

A lo largo de los años, La Casita de los Disfraces ha logrado consolidarse en el mercado local gracias a su compromiso con la calidad y la personalización de sus productos. No obstante, a pesar de su reconocimiento en el ámbito regional, enfrenta desafíos relacionados con la modernización de sus procesos comerciales. En un entorno cada vez más digitalizado, la empresa ha identificado la necesidad de fortalecer su presencia en línea y mejorar su estrategia de ventas a través de herramientas tecnológicas que optimicen su alcance y eficiencia operativa.

El usuario de esta investigación (Brenda Millán Suasnabar) labora desde el último trimestre del año 2020, específicamente desde octubre 2020, y desempeña un papel clave dentro de la empresa, encargándose del diseño de disfraces y la gestión de ventas presenciales. La administración de los canales digitales, principalmente Facebook y WhatsApp, está a cargo de Fiorella Millán Suasnabar, quien se encarga de la interacción con los clientes y la promoción en línea. Esta experiencia ha permitido identificar las oportunidades y limitaciones del negocio en el ámbito digital, así como

las necesidades específicas que deben ser atendidas para mejorar la competitividad y sostenibilidad de la empresa en el largo plazo. A lo largo de los años, la empresa ha evolucionado, expandiendo sus servicios y mejorando su presencia en el mercado, pero enfrenta el desafío de fortalecer su presencia digital y optimizar sus procesos de venta en línea.

1.2. Información General de la Empresa

La Casita de los Disfraces es una MYPE dedicada al diseño, confección, alquiler y venta de disfraces, con sede en Huánuco. Fundada por Angélica Suasnabar Velásquez, la empresa nació con la visión de proporcionar vestimenta de alta calidad para eventos teatrales, educativos y culturales. Su trayectoria en el mercado ha permitido desarrollar una reputación sólida basada en la atención al detalle, la creatividad en los diseños y la satisfacción de sus clientes.

La empresa opera desde su local ubicado en Jr. Crespo y Castillo 921, en el distrito, provincia y departamento de Huánuco. Desde este punto estratégico, atiende a una amplia variedad de clientes que buscan disfraces exclusivos y personalizados para sus eventos. Aunque su actividad principal es el alquiler de disfraces, también ofrece el servicio de personalización según las necesidades específicas de cada cliente, garantizando un producto a medida con altos estándares de calidad.

La organización interna de la empresa es sencilla pero funcional. Actualmente, cuenta con dos costureros especializados en confección y ajuste de vestimenta. La autora de esta investigación (Brenda Millan Suasnabar) se encarga del diseño y las ventas presenciales, mientras que Fiorella Millan Suasnabar administra las plataformas digitales y coordina la atención a los clientes en línea. Esta estructura permite a la empresa operar de manera eficiente, aunque también destaca la necesidad de mejorar la

gestión de pedidos y ampliar su capacidad operativa para responder a una mayor demanda.

1.3. Descripción de los Servicios y Productos

La Casita de los Disfraces ofrece tres servicios principales: alquiler de disfraces, personalización de vestuarios y venta de disfraces bajo contrato. Cada uno de estos servicios está diseñado para atender las necesidades específicas de sus clientes, que van desde instituciones educativas hasta empresas privadas y públicas.

El alquiler de disfraces es el servicio más demandado. La empresa ofrece una amplia variedad de vestuarios diseñados específicamente para el sector teatral y eventos culturales. Estos disfraces se caracterizan por su calidad y autenticidad, asegurando que los clientes reciban vestimenta adecuada para sus representaciones escénicas y festividades.

Además, la empresa ofrece un servicio de personalización de disfraces, donde los clientes pueden solicitar diseños exclusivos según sus preferencias. Esto permite una mayor flexibilidad y diferenciación en el mercado, ya que los clientes pueden obtener vestuarios únicos adaptados a sus necesidades. También se llevan a cabo venta de disfraces bajo contrato, según la demanda de instituciones y eventos. Estos servicios están diseñados para satisfacer las necesidades de clientes que buscan vestuario de calidad para eventos culturales, educativos y empresariales.

1.4. Mercado Objetivo y Alcance Geográfico

El mercado objetivo de La Casita de los Disfraces está compuesto principalmente por instituciones educativas, empresas privadas y entidades del Estado. Estas organizaciones requieren vestimenta especializada para eventos culturales, teatrales y corporativos. La empresa ha establecido una relación sólida con diferentes

colegios en Huánuco, abasteciéndolos durante campañas festivas como Semana Santa, Día de la Madre, Halloween y Navidad.

Uno de los eventos más representativos en los que participa es la festividad de los Negritos de Huánuco, una tradición cultural de gran relevancia en la región. En esta celebración, la empresa provee vestimenta para la Dama y el Turco de diversas cuadrillas, consolidándose como un referente en la confección de trajes tradicionales.

Si bien la empresa tiene su sede en Huánuco, su alcance se extiende a otras provincias y distritos cercanos, permitiendo el alquiler de disfraces fuera de la ciudad.

1.5. Canales de Venta Actuales y Antecedentes del E-Commerce

Actualmente, la empresa comercializa sus productos y servicios a través de su tienda física en Huánuco y mediante plataformas digitales como Facebook y WhatsApp. Estas herramientas han sido clave para ampliar su alcance y mejorar la interacción con los clientes, aunque presentan limitaciones en cuanto a automatización y gestión eficiente de pedidos.

La administración de estos canales digitales recae en Fiorella Millán Suasnabar, quien se encarga de la atención a los clientes, la actualización de catálogos y la promoción de los servicios en línea. Su labor es fundamental para mantener una comunicación efectiva con los clientes y potenciar las oportunidades de venta en el entorno digital.

En el pasado, se intentó implementar un canal de e-commerce, pero la pandemia de COVID-19 afectó su continuidad. La falta de recursos y la baja digitalización del negocio dificultaron la consolidación de una plataforma de venta en línea efectiva. Sin embargo, el crecimiento del comercio electrónico ha demostrado la importancia de contar con un sistema optimizado que facilite la venta de disfraces de manera digital.

1.6. Desafíos a Superar

A pesar de contar con presencia en redes sociales, La Casita de los Disfraces enfrenta el desafío de consolidar su presencia digital mediante un canal de e-commerce efectivo que le permita:

- Automatizar y mejorar la experiencia de compra en línea.
- Expandir su alcance a clientes fuera de Huánuco.
- Incrementar la eficiencia en la gestión de pedidos y stock.
- Diferenciarse de la competencia con un servicio más accesible y profesionalizado.

La presente investigación busca abordar estos desafíos mediante el diseño e implementación de un canal de e-commerce que optimice las ventas y potencie el crecimiento de la empresa.

1.7. Descripción de Áreas, Responsabilidades y Tareas

La correcta estructuración y definición de las áreas dentro de "La Casita de los Disfraces" es fundamental para garantizar un funcionamiento eficiente y una gestión organizada del negocio. Cada área cumple un rol específico que contribuye al cumplimiento de los objetivos estratégicos, optimizando los procesos de producción, ventas y atención al cliente. Al describir las funciones, responsabilidades y tareas de cada área, se logra una mayor claridad en la distribución del trabajo, facilitando la toma de decisiones y mejorando la coordinación interna. Esta estructura organizativa no solo permite un mejor control operativo, sino que también impulsa el crecimiento y la sostenibilidad del negocio en el mercado del alquiler y venta de disfraces.

La Dirección General está a cargo de Angélica Suasnabar Velásquez, sus principales funciones y responsabilidades son:

- Definir la visión y estrategias generales de la empresa.

- Supervisar la calidad de los diseños y la confección de disfraces.
- Gestionar la relación con proveedores de materiales.
- Aprobar presupuestos y decisiones financieras clave.
- Garantizar la satisfacción del cliente mediante la mejora continua.

Las principales Tareas Específicas son:

- Evaluar nuevas oportunidades de negocio.
- Establecer alianzas con clientes institucionales.
- Supervisar la producción y diseño de disfraces.
- Revisar informes de ventas y evaluar el desempeño del negocio.

El Diseño y Ventas Presenciales está a cargo de Brenda Millan Suasnabar, sus principales funciones y responsabilidades son:

- Diseñar nuevos modelos de disfraces según tendencias y pedidos.
- Atender clientes en la tienda física y asesorarlos en la selección de disfraces.
- Coordinar la producción de nuevos diseños con el equipo de costureros.
- Gestionar los precios y descuentos en las ventas presenciales.
- Administrar inventarios de disfraces en tienda.

Las principales Tareas Específicas son:

- Diseñar y ajustar disfraces según pedidos personalizados.
- Registrar las ventas diarias y controlar el stock disponible.
- Coordinar con el área de producción las necesidades de nuevos diseños.
- Ofrecer promociones especiales en campañas clave.

La Administración de Canales Digitales: está a cargo de Fiorella Millan Suasnabar, sus principales funciones y responsabilidades son:

- Administrar las plataformas digitales (Facebook y WhatsApp).
- Crear y gestionar contenido para redes sociales.

- Atender consultas y pedidos de clientes en línea.
- Coordinar con ventas y producción para disponibilidad de disfraces.
- Implementar estrategias de marketing digital.

Las principales Tareas Específicas son:

- Publicar contenido promocional y responder comentarios.
- Gestionar el inventario disponible en redes sociales.
- Realizar campañas de publicidad digital.
- Coordinar la entrega de pedidos con logística.

La Producción está a cargo de dos costureros, sus principales funciones y responsabilidades son:

- Confeccionar y reparar disfraces según diseños aprobados.
- Mantener la calidad y detalles en los acabados de cada traje.
- Gestionar el uso eficiente de materiales.
- Controlar los tiempos de producción para cumplir con las entregas.

Las principales Tareas Específicas son:

- Elaborar patrones y cortar telas según diseños.
- Ensamblar y ajustar disfraces según requerimientos de los clientes.
- Realizar mantenimiento de máquinas de coser y herramientas.
- Coordinar con diseño y ventas sobre disponibilidad de stock.

La Logística y Atención al Cliente está a cargo de Brenda y Fiorella Millan Suasnabar, sus principales funciones y responsabilidades son:

- Gestionar la distribución y entrega de disfraces en tienda y envíos.
- Coordinar con clientes sobre horarios de recojo y devolución.
- Atender consultas sobre disponibilidad de productos.
- Mantener un registro de entregas y devoluciones.

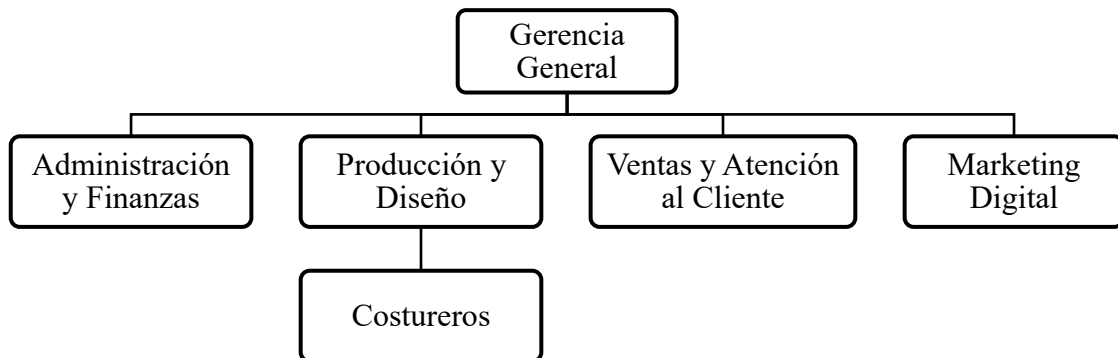
Las principales Tareas Específicas son:

- Organizar los pedidos y coordinar con los clientes la entrega.
- Verificar el estado de los disfraces antes y después del alquiler.
- Gestionar reclamos y sugerencias de clientes.
- Coordinar con ventas y producción la disponibilidad de disfraces.

1.8. Organigrama de la empresa

El organigrama de "La Casita de los Disfraces" es una representación visual de la estructura organizativa del negocio, permitiendo identificar claramente las áreas de trabajo, los roles de cada miembro y la relación entre ellos. Su importancia radica en la distribución eficiente de funciones, facilitando la comunicación, la toma de decisiones y la coordinación de actividades dentro de la empresa. Además, proporciona una visión ordenada del equipo, asegurando que cada tarea sea ejecutada por la persona indicada, lo que contribuye a mejorar la productividad y la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

Gráfico 1 Organigrama de la empresa



CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Experiencia Laboral y Conocimiento Práctico

El presente capítulo tiene como finalidad describir el conocimiento práctico adquirido a lo largo de mis 4 años y 3 meses de experiencia en "La Casita de los Disfraces", detallando los desafíos afrontados, la evolución profesional y las estrategias implementadas en la gestión del negocio. A través de esta exposición, se busca no solo resaltar los aprendizajes obtenidos en la administración del negocio, sino también la relación con los colaboradores y clientes, así como la importancia de la fidelización y el crecimiento del emprendimiento en el sector de alquiler y venta de disfraces

Experiencia y Evolución Profesional, mi trayectoria en "La Casita de los Disfraces" inició hace cuatro años, cuando comencé apoyando en distintas áreas del negocio. En un principio, mis funciones se enfocaban en la atención al cliente y en la gestión básica de pedidos, sin embargo, con el tiempo, fui asumiendo mayores responsabilidades en el diseño y comercialización de disfraces, lo que me permitió desarrollar habilidades tanto en creatividad como en gestión empresarial.

Uno de los principales desafíos fue la adaptación a la dinámica del mercado, especialmente en temporadas altas como Halloween y Navidad, donde la demanda de disfraces aumenta exponencialmente. Aprendí a gestionar inventarios, coordinar con costureros y anticipar tendencias para ofrecer productos innovadores y atractivos para nuestros clientes. Esta experiencia me permitió fortalecer mi capacidad de planificación y toma de decisiones estratégicas.

Además, la necesidad de mejorar la presencia digital de la empresa representó otro reto significativo. La gestión de redes sociales y la atención en línea fueron evolucionando, y comprendí la importancia de generar contenido atractivo para captar la atención del público y posicionar la marca en el mercado local. Implementar campañas

promocionales y responder de manera eficiente a las consultas de los clientes fue clave para consolidar la confianza en nuestro servicio

Relación con la Fundadora y el Equipo de Trabajo, desde el inicio de mi trayectoria en el negocio, la relación con la fundadora, mi madre, ha sido fundamental para mi desarrollo profesional. Al ser ella diseñadora y líder del emprendimiento, tuve la oportunidad de aprender directamente sobre la confección de disfraces, el trato con proveedores y la visión estratégica del negocio. La combinación de su experiencia con mis conocimientos en gestión comercial ha permitido una sinergia que ha beneficiado el crecimiento de la empresa.

Asimismo, la relación con los costureros y el equipo ha sido clave en el desarrollo de un ambiente de trabajo armonioso. Aprendí a gestionar equipos, motivar a los colaboradores y coordinar esfuerzos para optimizar la producción y entrega de disfraces. La comunicación efectiva y el respeto mutuo han sido pilares en la relación con el equipo, lo que ha facilitado la adaptación a los cambios y la mejora continua de los procesos.

Búsqueda de Clientes y Fidelización, uno de los aspectos más desafiantes ha sido la captación y fidelización de clientes. A lo largo de los años, hemos trabajado en estrategias para llegar a instituciones educativas, empresas privadas y entidades del Estado, ofreciendo soluciones personalizadas y garantizando un servicio de calidad. La personalización de disfraces y la capacidad de adaptación a las necesidades de cada cliente han sido factores determinantes para consolidar nuestra cartera de clientes.

Implementar un enfoque de servicio al cliente basado en la cercanía y la confianza ha permitido que muchos clientes nos recomienden y regresen cada año. A través del seguimiento postventa, promociones especiales y descuentos para clientes

recurrentes, hemos logrado fortalecer la relación con el público objetivo y mantener una base sólida de consumidores satisfechos.

Retos y Aprendizajes en el Negocio, el camino en "La Casita de los Disfraces" ha estado marcado por múltiples desafíos, desde la gestión operativa hasta la sostenibilidad del negocio. Uno de los aprendizajes más importantes que he conseguido ha sido la capacidad de adaptación a los cambios del mercado, especialmente después de la pandemia (llegue al equipo cuando se empezaron a levantar las restricciones sanitarias), cuando tuvimos que replantear nuestra estrategia de venta y fortalecer la presencia digital del negocio.

Otro aspecto clave ha sido la gestión financiera, donde aprendí a equilibrar costos, definir precios competitivos y administrar eficientemente los recursos de la empresa. La implementación de herramientas de control financiero y la planificación estratégica han sido esenciales para garantizar la rentabilidad y crecimiento del negocio a largo plazo.

Finalmente, el compromiso con la calidad y la mejora continua ha sido el principal motor de evolución en el negocio. La retroalimentación de los clientes y la búsqueda constante de innovación han permitido que "La Casita de los Disfraces" se mantenga vigente y siga siendo una opción confiable en el mercado local. Con estos aprendizajes, el objetivo es seguir fortaleciendo la empresa y consolidar su posicionamiento en el sector.

2.2. Teorías Aplicadas a la Gestión y Crecimiento de “La Casita de los Disfraces”

Teoría de la Administración y Gestión Empresarial, propuesta por Fayol (1916), estableció que la administración eficiente de una empresa se basa en cinco funciones fundamentales: planificación, organización, dirección, coordinación y control.

En "La Casita de los Disfraces", la aplicación de estos principios ha permitido la estructuración de un modelo de negocio sólido que responde a la demanda estacional de disfraces. La planificación ha sido clave en la organización del inventario y la producción en temporadas altas como Halloween y Navidad. La coordinación entre el equipo de costureros, la atención al cliente y la gestión de redes sociales ha asegurado un funcionamiento eficiente. Asimismo, el control de calidad en la confección de disfraces garantiza que los productos cumplan con los estándares esperados por los clientes.

Teoría del Emprendimiento, elaborado por Schumpeter (1934), argumenta que el éxito empresarial radica en la innovación y la capacidad del emprendedor para transformar el mercado mediante nuevos productos y procesos. En "La Casita de los Disfraces", la innovación ha sido clave para mantenerse competitivos, introduciendo diseños personalizados y adaptando los disfraces a diferentes tendencias culturales. La creatividad en la confección y la diversificación del catálogo han permitido atraer a clientes de diversos sectores, como instituciones educativas y compañías de teatro. Además, la incursión en la venta digital mediante redes sociales ha demostrado cómo la innovación no solo se limita a los productos, sino también a los canales de comercialización.

Teoría del Liderazgo Transformacional, desarrollada por Bass & Avolio (1994), proponen que un líder transformacional motiva, inspira y fomenta el desarrollo del equipo a través de una visión compartida. En "La Casita de los Disfraces", la relación con los costureros y colaboradores ha sido un factor clave en la productividad y calidad del negocio. Como líder dentro del emprendimiento, he aprendido a generar confianza en el equipo, delegar responsabilidades y fomentar un ambiente laboral colaborativo. Además, la capacidad de adaptación ha sido crucial para motivar al equipo

en momentos difíciles, como la pandemia, cuando se tuvo que replantear la estrategia de ventas y digitalización.

Teoría de la Fidelización del Cliente diseñada por Reichheld (1996), destaca que la fidelización del cliente es un factor determinante en el crecimiento y sostenibilidad de una empresa. En "La Casita de los Disfraces", se han aplicado estrategias como la personalización del servicio, la atención cercana y la implementación de programas de recompensas para clientes frecuentes. La confianza generada con instituciones educativas y clientes corporativos ha sido clave para establecer relaciones comerciales a largo plazo. Además, las recomendaciones de clientes satisfechos han servido como una fuente de marketing orgánico, permitiendo que más personas conozcan nuestros productos sin necesidad de grandes inversiones publicitarias.

Teoría del Comportamiento del Consumidor, Kotler & Keller (2012), enfatizan que entender el comportamiento del consumidor es crucial para diseñar estrategias de marketing y ventas efectivas. En el caso de "La Casita de los Disfraces", hemos analizado las preferencias y necesidades de los clientes en función de festividades y eventos. La segmentación del mercado ha permitido ofrecer productos específicos para cada tipo de cliente, desde disfraces infantiles hasta vestimentas para representaciones teatrales. Asimismo, la interacción con los clientes a través de redes sociales ha permitido identificar patrones de compra y mejorar la oferta de disfraces más demandados.

Teoría de la Innovación Empresarial de Drucker (1985), sostiene que la innovación es la clave para la sostenibilidad de un negocio en el tiempo. La implementación de un canal de e-commerce en "La Casita de los Disfraces" es un claro ejemplo de cómo la innovación ha permitido expandir el alcance del negocio. También

hemos explorado nuevas oportunidades, como la elaboración de disfraces con materiales sostenibles, lo que no solo aporta valor al producto, sino que también responde a una creciente conciencia ambiental por parte de los consumidores. La innovación en los procesos internos, como la optimización del tiempo de confección y entrega, ha mejorado la eficiencia del negocio.

Teoría de la Organización del Trabajo desarrollada por Taylor (1911) quien propuso que la eficiencia organizacional se logra mediante la estandarización de tareas y la optimización de tiempos. En "La Casita de los Disfraces", la implementación de un flujo de trabajo estructurado ha permitido una producción más ágil y eficiente. El uso de patrones de confección optimizados ha reducido desperdicios de tela y mejorado la velocidad de producción. Asimismo, la capacitación constante del equipo ha sido esencial para mejorar la calidad de los disfraces y reducir errores en la fabricación.

Teoría de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la cual Carroll (1991), plantea que las empresas deben generar impacto no solo en términos económicos, sino también en el ámbito social y ambiental. En este contexto, "La Casita de los Disfraces" ha implementado prácticas sostenibles, como la reutilización de materiales para reducir el desperdicio. Además, hemos contribuido a la comunidad a través de colaboraciones con instituciones educativas y eventos culturales, promoviendo la inclusión y el arte en la sociedad. La RSE ha permitido fortalecer la imagen de la empresa y consolidar su reputación en el mercado.

Teoría de los Recursos y Capacidades donde Barney (1991) argumenta que una empresa logra una ventaja competitiva sostenible cuando posee recursos únicos difíciles de imitar. En "La Casita de los Disfraces", estos recursos incluyen la capacidad de personalizar disfraces según las necesidades del cliente, la experiencia del equipo de confección y el reconocimiento adquirido a lo largo de los años. La diferenciación del

negocio se ha basado en la exclusividad de sus productos y el alto nivel de detalle en los acabados, lo que ha generado una fuerte lealtad entre los clientes.

Teoría de la Digitalización de Negocios propuesta por Porter (2001), destaca que la digitalización permite mejorar la eficiencia operativa y ampliar el mercado. En "La Casita de los Disfraces", la transición hacia la venta digital ha representado un cambio significativo en la forma de operar el negocio. A través de plataformas como Facebook y WhatsApp, hemos logrado captar clientes fuera del ámbito local y facilitar la comunicación con los compradores. La implementación de estrategias de marketing digital, como campañas publicitarias en redes sociales, ha permitido incrementar la visibilidad del negocio y mejorar las tasas de conversión en ventas.

2.3. Bases Reglamentarias y Normativas en el Funcionamiento de las MYPE en Perú.

Formalización y Regulación de las MYPE – Ley N.º 28015, la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Ley N.º 28015) permite que La Casita de los Disfraces acceda a diversos beneficios como el régimen tributario especial, programas de financiamiento y asesoría técnica. Al estar formalizada, la empresa puede participar en licitaciones con entidades públicas, ampliar su red de clientes corporativos y operar con mayor seguridad legal. Además, la formalización facilita la emisión de boletas y facturas, algo esencial para instituciones educativas y empresas privadas que requieren documentos contables.

Comercio Electrónico y Protección del Consumidor – Ley N.º 27291 y Ley N.º 29571, la Ley N.º 27291 regula las transacciones electrónicas y valida el uso de firmas digitales, lo que beneficia a La Casita de los Disfraces al implementar su canal de e-commerce. Esto le permite ofrecer ventas y alquileres en línea de manera segura y legal. Por otro lado, la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor,

protege a los clientes al asegurar transparencia en la información del producto, precios y condiciones de compra. Cumplir con estas normativas genera confianza y credibilidad en los consumidores.

Tributación para las MYPE – Regímenes de la SUNAT, el acogimiento al Régimen MYPE Tributario (RMT) permite que La Casita de los Disfraces pague impuestos según sus ingresos, evitando cargas fiscales excesivas. Además, estar en un régimen formal le permite deducir gastos y acceder a créditos financieros para invertir en nuevos disfraces, mejorar su infraestructura o expandir su alcance comercial. La regularización tributaria también evita sanciones de la SUNAT, garantizando el cumplimiento de sus obligaciones fiscales sin afectar su rentabilidad.

Normativas sobre Alquiler de Bienes y Propiedad Intelectual – Código Civil y Ley de Derecho de Autor, el negocio ofrece alquiler de disfraces, por lo que el Código Civil Peruano (Decreto Legislativo N.º 295) le permite establecer contratos claros con sus clientes para garantizar el correcto uso de los trajes y evitar pérdidas o daños sin compensación. Además, la Ley de Derecho de Autor (Decreto Legislativo N.º 822) protege los diseños exclusivos de la empresa, evitando que otras marcas copien o reproduzcan sus creaciones sin autorización.

El cumplimiento de estas normativas no solo garantiza la operación legal de La Casita de los Disfraces, sino que también impulsa su crecimiento al acceder a financiamiento, protección en transacciones digitales, optimización fiscal y seguridad en la propiedad intelectual de sus productos. Al integrar estas regulaciones en su gestión, la empresa fortalece su posición en el mercado y se proyecta como un negocio sólido y confiable.

2.4. Limitaciones en el Desarrollo del Proyecto

A lo largo de los años en La Casita de los Disfraces, se han enfrentado diversas limitaciones que han impactado en la gestión del negocio y en la implementación de estrategias para su crecimiento.

Limitaciones en la Implementación del Comercio Electrónico, uno de los principales desafíos ha sido la consolidación de un canal de e-commerce. Aunque se intentó implementar una tienda virtual, la falta de conocimientos técnicos y la escasa inversión en plataformas digitales dificultaron su sostenibilidad. Además, la resistencia al cambio por parte de algunos clientes tradicionales ha sido un obstáculo para la transición a un modelo de ventas en línea.

Restricciones Financieras y Acceso a Créditos, como MYPE, la empresa ha tenido limitaciones en el acceso a financiamiento para ampliar su inventario y mejorar su infraestructura. La falta de un historial crediticio sólido y los altos costos de los préstamos comerciales han restringido la posibilidad de inversión en estrategias de expansión.

Desafíos en la Formalización y Cumplimiento Normativo, aunque la empresa ha buscado operar dentro del marco legal, cumplir con todas las normativas ha representado un reto, especialmente en términos de tributación y derechos de autor. El adaptarse a los regímenes fiscales y gestionar adecuadamente los contratos de alquiler de disfraces han sido aspectos que han requerido constante aprendizaje y asesoría.

Dificultades en la Fidelización de Clientes y Competencia, el mercado de alquiler y venta de disfraces es altamente competitivo, con la presencia de negocios informales que ofrecen productos a menor costo. Esto ha dificultado la retención de clientes, ya que algunos priorizan el precio sobre la calidad y el servicio. Además, la

estacionalidad de la demanda ha generado fluctuaciones en las ventas, lo que complica la estabilidad financiera durante temporadas bajas.

Gestión del Equipo de Trabajo y Coordinación Operativa, coordinar la producción de disfraces personalizados con los costureros y garantizar tiempos de entrega óptimos ha sido un desafío constante. La disponibilidad de materiales y la carga de trabajo en fechas festivas han generado presión operativa, lo que ha requerido mejoras en la planificación y organización interna.

Relación con la Fundadora y Toma de Decisiones Estratégicas, la transición generacional en la gestión del negocio ha implicado diferencias en la visión estratégica. Si bien la fundadora aporta experiencia en diseño y confección, la necesidad de digitalizar y modernizar la empresa ha requerido negociaciones y acuerdos para equilibrar la tradición con la innovación.

Impacto de Factores Externos (Crisis Sanitaria y Cambios Económicos), la pandemia representó una de las mayores limitaciones, afectando directamente la operatividad del negocio y reduciendo la demanda de disfraces durante el confinamiento. A esto se suman cambios en la economía local, como el aumento en los costos de insumos y alquileres, lo que ha afectado la rentabilidad del negocio.

A pesar de estas limitaciones, La Casita de los Disfraces ha logrado mantenerse vigente en el mercado gracias a la capacidad de adaptación, el aprendizaje continuo y la implementación de estrategias que han permitido superar obstáculos. Cada desafío ha sido una oportunidad para innovar y fortalecer la gestión del negocio, sentando las bases para un futuro más sólido y sostenible.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

3.1. Proceso de Ingreso a la Empresa

Mi ingreso a "La Casita de los Disfraces" se dio en octubre del 2020, cuando mi madre, la fundadora, me invitó a formar parte del equipo mientras iniciaba mis estudios en la Universidad Privada del Norte. En ese momento, el negocio enfrentaba un panorama desafiante debido a la pandemia, lo que me motivó a aportar nuevas ideas y estrategias para la continuidad de la empresa. Al principio, mi rol era principalmente de apoyo en la atención al cliente y la gestión de ventas, pero con el tiempo fui asumiendo mayores responsabilidades en diseño de disfraces, administración de redes sociales y expansión comercial.

Desde mi ingreso, enfrenté el desafío de comprender el negocio desde sus bases. No tenía experiencia previa en el rubro ni en la atención al cliente, por lo que observaba cómo se realizaban las ventas, cómo se cerraban contratos y cómo se atendía a clientes con necesidades específicas. Cada día representaba un aprendizaje, ya que el trabajo no solo consistía en vender disfraces, sino en asesorar a los clientes sobre opciones personalizadas según sus necesidades.

3.2. Personas Involucradas en el Proyecto

En el negocio, además de la fundadora, mi madre, y de los costureros que se encargan de la confección de disfraces, también participa mi hermana Fiorella, quien tiene más experiencia en la empresa y ha sido un apoyo en mi proceso de aprendizaje. Ella me guió en la atención al cliente y en la organización del inventario, compartiendo estrategias que ha utilizado a lo largo de los años.

Mi madre, con su amplia experiencia en la confección y gestión del negocio, fue clave en mi desarrollo profesional. Desde el inicio, me transmitió conocimientos sobre la selección de telas, diseño de vestuarios y trato con los clientes. Su visión y disciplina

fueron fundamentales para mi adaptación y crecimiento en la empresa. Gracias a ella, aprendí la importancia de la calidad y la atención al detalle en cada diseño, lo que me permitió consolidar mi rol dentro de la organización.

El equipo de costureros también ha sido fundamental en mi evolución dentro de la empresa. Ellos me enseñaron la importancia de los materiales, tiempos de confección y calidad en los acabados, lo que me permitió mejorar mi criterio al diseñar y recomendar disfraces. Gracias a la colaboración de cada uno de ellos, pude adaptarme más rápido a las necesidades del negocio.

3.3. Objetivos del Proyecto Laboral

Desde mi ingreso, me propuse contribuir al crecimiento de la empresa a través de la mejora de las ventas, la ampliación del catálogo de disfraces y el fortalecimiento de la presencia digital del negocio. La pandemia había impactado fuertemente las ventas presenciales, por lo que resultaba indispensable implementar estrategias digitales para captar nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

Un objetivo clave fue modernizar la imagen del negocio en redes sociales, optimizando su presencia en Facebook y WhatsApp. También planteé la posibilidad de implementar un canal de e-commerce, para facilitar la compra en línea y mejorar la experiencia del cliente. Asimismo, trabajé en mejorar la atención personalizada, asegurando que cada cliente recibiera recomendaciones adecuadas según sus propias necesidades.

3.4. Estrategias y Metodología Implementada

Para alcanzar estos objetivos, utilicé estrategias de marketing digital, investigación de mercado y fidelización de clientes. Apliqué herramientas como análisis de interacción en redes sociales, creación de contenido atractivo y promocional, y siempre conversaba con los clientes a través de ellos pude conocer diversidad de

opiniones sobre los productos y servicios ofrecidos, que sirvieron para hacer mejoras progresivas dentro del negocio.

Además, consulté con mis docentes sobre oportunidades de negocio y estrategias de expansión, lo que me permitió proponer mejoras en la atención y en la personalización de disfraces. Gracias a esta metodología, logramos una mayor interacción con clientes potenciales y un incremento en las ventas durante temporadas altas. De hecho, logramos un incremento del 30% en la interacción en redes sociales y un aumento del 15% en las ventas respecto al año anterior, esto represento un buen indicador para el crecimiento de la empresa.

3.5. Identificación y Diagnóstico del Problema

Uno de los principales problemas que encontré fue la caída de ventas debido a la pandemia, sumado a la desconfianza de los clientes en acudir a la tienda de manera física. Además, identifiqué que la empresa dependía en gran medida de eventos festivos específicos, lo que generaba una estacionalidad en las ventas. También noté que muchos clientes solicitaban mayores facilidades de pago, descuentos y atención más personalizada.

Para diagnosticar estos problemas, analizamos como se encontraban las cuentas financieras de la actividad comercial, revisamos la interacción en redes sociales y realizamos entrevistas informales con clientes. Esto nos permitió entender sus expectativas y preocupaciones, así como la necesidad de ofrecer promociones y nuevos canales de venta.

3.6. Implementación de Soluciones y Resultados Obtenidos

Como solución a estos problemas, reforzamos la presencia en redes sociales y generamos contenido atractivo para captar la atención de clientes. Se implementaron promociones especiales, descuentos para clientes recurrentes y opciones de pago en

cuotas para facilitar la compra de disfraces personalizados (dependiendo el volumen de compra o alquileres que requerían las instituciones o los clientes).

Un caso específico fue el de un cliente que cada año buscaba disfraces para su grupo de teatro. Inicialmente, solo compraba uno o dos disfraces, pero al ver la calidad y la personalización del servicio, comenzó a hacer pedidos más grandes y recomendar la tienda. Este caso demostró la importancia de la fidelización y la atención personalizada. Gracias a esta estrategia, logramos que al menos un 40% (aproximadamente) de nuestros clientes fueran recurrentes, consolidando la confianza en la marca.

3.7. Experiencia y Aprendizaje en el Negocio

Día a día fui aprendiendo y considero que aún sigo aprendiendo las diferentes tareas del negocio. Al inicio, mi rol era más administrativo, pero poco a poco adquirí conocimientos en diseño, negociación con clientes y estrategias de venta. Aprendí a cerrar contratos, gestionar pedidos y atender consultas con rapidez, lo que contribuyó a mejorar la experiencia del cliente.

Recuerdo un caso en el que una madre necesitaba un disfraz especial para su hijo, pero el diseño que buscaba no estaba en stock. Con el apoyo del equipo de costureros, logramos diseñar y entregar el disfraz en tiempo récord. Esta experiencia me enseñó que la flexibilidad y la atención al detalle pueden marcar la diferencia en la satisfacción del cliente.

Con el tiempo, pasé de ser una persona sin experiencia en el negocio a ser la encargada del diseño de disfraces y la gestión de ventas presenciales. Gracias al apoyo del equipo y mi propio interés por aprender, logramos consolidar y hacer una buena opción a "La Casita de los Disfraces" como un referente en el sector.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

El desarrollo del proyecto laboral en "La Casita de los Disfraces" ha generado impactos significativos en la empresa, particularmente en dos aspectos clave: la implementación del e-commerce y la fidelización de clientes. La transición de un modelo de ventas exclusivamente presencial a uno con presencia digital ha permitido ampliar el alcance del negocio, atrayendo clientes de diferentes localidades y generando nuevas oportunidades de venta. Además, la fidelización de clientes ha resultado en una mayor recomendación del negocio, lo que ha fortalecido su reputación y presencia en el mercado.

A pesar de que el Producto Bruto Interno (PBI) del país no ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, "La Casita de los Disfraces" ha logrado mantener una tendencia de crecimiento sostenida, principalmente debido a la diversificación de sus canales de venta y la implementación de estrategias digitales. Si bien el negocio aún cuenta con un solo local físico, este ha sido optimizado para atender una mayor demanda y mejorar la experiencia del cliente.

A continuación, se presenta una comparación de la situación del negocio antes y después de la implementación del proyecto laboral:

Tabla 1 Comparativo evolutivo del negocio

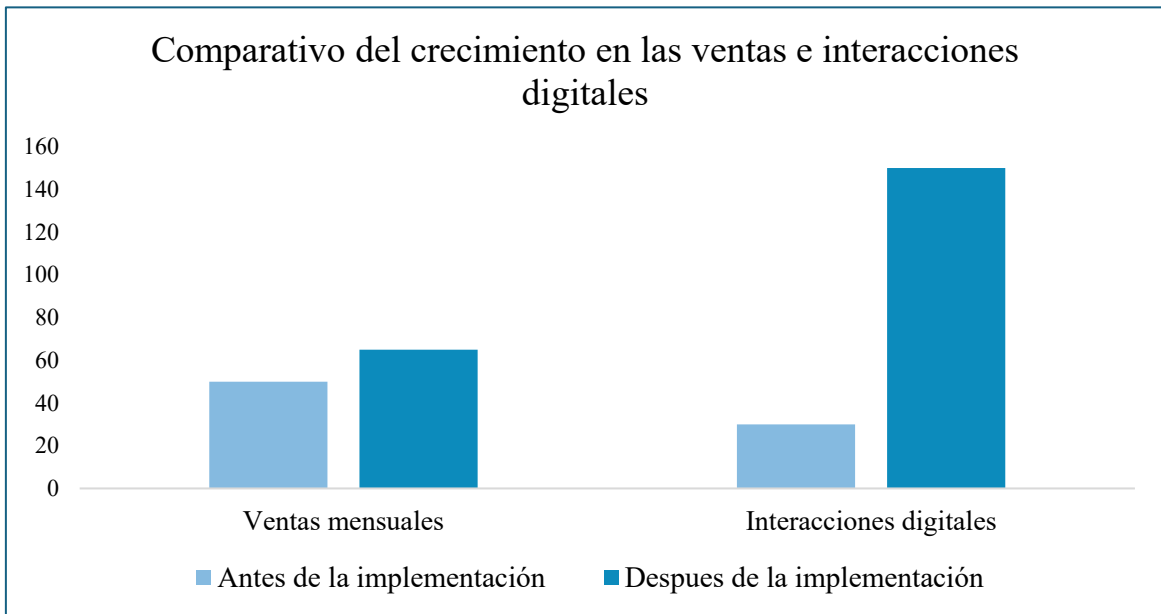
Aspecto	Antes del Proyecto	Después del Proyecto
Modelo de ventas	Exclusivamente presencial	Presencia física y digital
Canales de venta	Tienda física y redes sociales básicas	Tienda física y plataforma e-commerce
Alcance del negocio	Local, clientes cercanos	Regional, con nuevos clientes
Fidelización de clientes	Baja, sin estrategias definidas	Alta, con estrategias de retención
Ingresos	Moderados, estancados por crisis	Incremento leve pero constante

Realización propia de acuerdo a los datos de “La Casita de los Disfraces”.

Impacto en Ventas e Interacciones Digitales

Para ilustrar el impacto del proyecto en las ventas e interacciones digitales, se presenta el siguiente gráfico de barras basado en una estimación realista de los cambios obtenidos:

Figura 1. Comparación del crecimiento en ventas e interacciones digitales antes y después de la implementación del E-Commerce.



Los valores mostrados solo son ilustrativos para identificar el progreso del negocio.

En la figura se observa un crecimiento progresivo en las ventas debido a la implementación del e-commerce y el fortalecimiento de la presencia en redes sociales. Asimismo, el aumento en las interacciones digitales refleja el impacto de las estrategias de marketing aplicadas en plataformas como Facebook y WhatsApp.

En conclusión, los resultados obtenidos confirman que la digitalización del negocio y la fidelización de clientes han sido estrategias efectivas para potenciar el crecimiento de "La Casita de los Disfraces". Aunque el negocio aún enfrenta desafíos, la evolución lograda hasta el momento demuestra que la adaptación a nuevas tendencias y la innovación en la gestión comercial son claves para su desarrollo sostenible.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La implementación del e-commerce en “La Casita de los Disfraces” marcó un punto de inflexión en la evolución del negocio, permitiendo ampliar su alcance y mejorar la experiencia del cliente. La transición de un modelo de venta tradicional a uno digital demostró la importancia de la adaptación a nuevas tendencias para la sostenibilidad empresarial. La integración de estrategias de marketing digital y fidelización de clientes permitió fortalecer la presencia en redes sociales y generar mayores oportunidades de negocio.

A lo largo del proyecto, se evidenció la necesidad de desarrollar habilidades en gestión comercial, negociación y análisis de mercado para mejorar la captación y retención de clientes. La experiencia adquirida en la interacción con los clientes permitió perfeccionar las estrategias de atención personalizada, lo que resultó clave para mantener la competitividad del negocio. Asimismo, la optimización de los procesos de venta y la organización interna favorecieron un incremento sostenido en los ingresos de la empresa.

Las competencias profesionales aplicadas durante este proceso incluyeron la toma de decisiones estratégicas, el manejo de herramientas digitales para el comercio electrónico y el desarrollo de estrategias de comunicación efectiva. Además, la capacidad de resiliencia y adaptabilidad resultó fundamental para enfrentar los desafíos surgidos en un contexto post pandemia, donde la digitalización se convirtió en un elemento clave para la reactivación económica.

Finalmente, una de las lecciones más valiosas aprendidas en este proceso fue la importancia de la innovación constante y la planificación estratégica para la sostenibilidad del negocio. La implementación del canal de e-commerce no solo generó

beneficios económicos, sino que también representó un aprendizaje en la aplicación de conocimientos en marketing, ventas y gestión empresarial. Esta experiencia ha permitido consolidar habilidades que serán clave para el crecimiento y expansión futura de “La Casita de los Disfraces”.

Recomendaciones

Para asegurar la sostenibilidad y crecimiento de “La Casita de los Disfraces”, es fundamental continuar fortaleciendo el canal de e-commerce implementado. Se recomienda optimizar la plataforma digital con mejoras en la experiencia de usuario, mayor integración con pasarelas de pago tipo yape y estrategias de automatización en la atención al cliente. Asimismo, es clave ampliar la presencia en redes sociales con campañas de publicidad segmentadas que permitan atraer nuevos clientes y fidelizar a los actuales.

Otra recomendación importante es desarrollar estrategias de diversificación del catálogo de productos y servicios. La empresa puede explorar nuevas líneas de disfraces temáticos según tendencias de mercado o incluso ofrecer paquetes completos que incluyan accesorios y complementos personalizados. Además, se sugiere analizar la posibilidad de alianzas con otros negocios locales o proveedores para fortalecer la oferta y generar un valor diferencial.

Desde la perspectiva operativa, es recomendable implementar un sistema de gestión interna que permita optimizar los procesos de producción y ventas. La digitalización de registros, el control de inventario y la planificación de pedidos pueden mejorar la eficiencia operativa y reducir costos innecesarios. Asimismo, fortalecer la capacitación de todo el equipo de trabajo en temas de atención al cliente, marketing digital y tendencias en la industria permitirá mantener altos estándares de calidad y servicio.

A nivel financiero, se recomienda llevar un control más preciso de los ingresos y egresos para evaluar la rentabilidad del negocio. Contar con un plan financiero estructurado ayudará a tomar decisiones estratégicas sobre inversión en publicidad, expansión del negocio o mejoras en infraestructura. También es importante considerar opciones de financiamiento que permitan el crecimiento del emprendimiento sin comprometer su estabilidad económica.

Finalmente, desde una perspectiva de aprendizaje personal, se recomienda seguir adquiriendo conocimientos en gestión empresarial y comercio electrónico. La experiencia en “La Casita de los Disfraces” ha demostrado que la constante actualización y capacitación son claves para la evolución del negocio. Participar en cursos, seminarios y foros relacionados con e-commerce y marketing digital contribuirá a consolidar las estrategias de crecimiento y abrir nuevas oportunidades en el sector.

REFERENCIAS

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership*. SAGE Publications.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Congreso de la República del Perú. (1984). Código Civil Peruano (Decreto Legislativo N.º 295).
- Congreso de la República del Perú. (2000). Ley N° 27291, Ley de Firmas y Certificados Digitales.
- Congreso de la República del Perú. (2003). Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row.
- Fayol, H. (1916). *Administration industrielle et générale*. Dunod.
- INDECOPI. (1996). Ley sobre el Derecho de Autor (Decreto Legislativo N° 822).
- INDECOPI. (2010). Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley N.º 29571)
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Porter, M. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, 79(3), 63-78.
- Reichheld, F. (1996). *The Loyalty Effect: The Hidden Force Behind Growth, Profits, and Lasting Value*. Harvard Business School Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press. Cambridge, MA.
- SUNAT. (2017). Régimen MYPE Tributario, RER y NRUS
- Taylor, F. W. (1911). *The Principles of Scientific Management*. Harper & Brothers.

ANEXO N° 2 Disfraces de princesas



ANEXO N° 3 Disfraces para evento escolar



ANEXO N° 4 Disfraces para festividad de la provincia de Huánuco

