



**INSTITUTO DE NEGOCIOS
“HUMANE”**

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ
CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO
2023.

TOMO I

**TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
PRESENTADO EN OPCIÓN PARA OBTENER
EL TÍTULO DE TECNÓLOGO SUPERIOR EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

KIMBERLY DAYANNA CASTILLO INTRIAGO

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO: "PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023."

AUTOR/ES: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

TUTOR: Ing. Marcelo Cevallos Duque, MBA

INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios "HUMANE"

FACULTAD: Administración

CARRERA: Administración de Empresas

FECHA DE PUBLICACIÓN: 19 de septiembre del 2022

Nº DE PÁG: 66

ÁREA TEMÁTICA: Plan de Negocios

PALABRAS CLAVES: Industria textil, ropa, vestimenta, ropa de niño, ropa personalizada.

RESUMEN: El proyecto se presenta como una oportunidad de inversión para el sector de la industria textil. Se oferta uniformes para las escuelas en diversas instituciones educativas y; por lo general, existe un gran mercado por atender. Las empresas que necesitan los uniformes para sus colaboradores están dentro del público objetivo, además de las personas que necesitan sus prendas elaboradas con los detalles que los usuarios determinen, es decir de forma personalizada. El proyecto demostró factibilidad y viabilidad para su puesta en marcha.

Nº DE REGISTRO: A-EC-08-03

Nº DE CLASIFICACIÓN: A-EC-08-03

DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

X

NO

CONTACTO CON AUTOR/ES:

Teléfono:

E-mail: mcevallos@humane.edu.ec

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA

Teléfono: (04) 288 2710

Mail: cpazmino@humane.edu.ec

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi mamá y a mi papá por la confianza brindada desde el primer día y por ser mi apoyo fundamental en todos los días para poder terminar la universidad. Además de todos los profesores que fueron parte de este camino para terminar la carrera y por sus conocimientos.

Kimberly Dayanna Castillo Intriago

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de titulación a mis padres, a mi hermano por ser pilares fundamentales en todos los procesos de mi educación. Se la dedico a mi hijo Daniel por ser mi inspiración de todos los días y las fuerza que me ha dado para seguir adelante.

Kimberly Dayanna Castillo Intriago

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, 19 de septiembre de 2022

Yo, **Kimberly Dayanna Castillo Intriago** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios "HUMANE", según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Kimberly Dayanna Castillo Intriago

C.I: 0928617547

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, 19 de septiembre de 2022

Certifico que el trabajo titulado **“Plan de marketing para la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio, ubicado en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2023”** ha sido elaborado por **Kimberly Dayanna Castillo Intriago** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios **“HUMANE”**.

Ing. Marcelo Cevallos Duque, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto se presenta como una manera de inversión para el sector de la industria textilera, en cual los uniformes para las escuelas van a estar presentes debido a la educación en las diversas instituciones educativas y por lo general y casi siempre la demanda va a estar presente por lo que es viable la inversión, de la misma forma para las empresas que necesitan los uniformes para sus colaboradores, además de cubrir al público objetivo descrito en el plan de negocios. La necesidad está presente además de cubrir las antes descritas de igual forma para las personas que necesitan sus prendas elaboradas con los detalles que los usuarios determinen, es decir de forma personalizada.

El presente plan de negocios beneficiará al sector económico del país debido a que fomentará el trabajo digno dando plazas de trabajo a diferentes familias, además de aportar a la economía de la nación. El presente proyecto es amigable con el medio ambiente debido a que sus materias primas que se usaran para la elaboración de las diferentes prendas de vestir son de proveedores que manejan la huella ecológica como una reducción al mínimo, así como mantener materias primas de elaboración mediante productos reciclables.

El monto por invertir para el proyecto es de \$70.620 y esto se lo dividirá para la parte del o de los inversionistas en un 70% manejando un rubro de \$49.434,00 y en un 30% para la parte del financiamiento bancario con un valor de \$21.186,00 con una tasa de interés del 11,00%. La tasa interna de retorno que se maneja es muy atractiva para la recuperación de la inversión y es del 57,42% con respecto al WACC que es del 16%, por lo tanto, su tiempo de recuperación se efectuara en 3 años, lo cual está dentro del margen de cinco años en el cual se desarrollara la empresa.

ABSTRACT

The project is presented as a way of investment for the textile industry sector, in which uniforms for schools will be present due to education in the various educational institutions and in general and almost always the demand will be present. Therefore, the investment is viable, in the same way for companies that need uniforms for their employees, in addition to covering the target audience described in the business plan. The needs are present in addition to covering those described above in the same way for people who need their garments made with the details that users determine, that is, in a personalized way.

This business plan will benefit the country's economic sector because it will promote decent work by giving jobs to different families, in addition to contributing to the nation's economy. The present project is friendly to the environment because its raw materials that will be used for the elaboration of the different garments are from suppliers that manage the ecological footprint as a reduction to a minimum, as well as maintain raw materials of elaboration through products recyclable.

The amount to be invested for the project is \$70,620 and this will be divided for the part of the investor or investors in 70% overseeing an item of \$49,434.00 and 30% for the part of the bank financing with a value of \$21,186.00 with an interest rate of 11.00%. The internal rate of return that is handled is extremely attractive for the recovery of the investment and is 57.42% with respect to the WACC, which is 16%, therefore its recovery time will take place in 3 years, which is within the margin of five years in which the company will be developed.

ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
Capítulo I: Diseño de la Investigación	1
1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.2 Formulación del problema	2
1.3 Sistematización del problema.....	2
1.4 Objetivos.....	2
1.4.1 Objetivo General.....	2
1.4.2 Objetivo Específico	2
1.5 Justificación de la investigación.....	3
1.6 Marco Teórico.....	3
1.7 Marco conceptual	11
2.1 Descripción de la empresa	13
2.2 Visión.....	14
2.3 Misión	14
2.4 Valores.....	14
2.5 Objetivo General.....	15
2.6 Objetivo Especifico	15
2.7 Modelo Canvas.....	16
2.8 Estrategia Genérica	17
2.9 Ventaja competitiva	17
2.10 Estructura organizacional	18
2.11 Plan de marketing.....	18
2.11.1 Estrategia de producto.....	19
2.11.2 Estrategia de distribución.....	19
2.11.3 Estrategia de Promoción.....	20
2.11.4 Estrategia de precio	21
2.11.5 Estrategia de Procesos.....	22
2.11.6 Estrategia de Persona	23
2.11.7 Elementos físicos.....	24
2.12 Plan de acción	30
Capítulo III: Análisis Financiero del Proyecto	33
3.1 Principales Supuestos Financieros.....	34
3.2 Financiamiento Del Proyecto	34
3.2.1 Inversión	34
3.2.2 Sueldos Proyectados	36
3.2.3 Productos o Servicios	36
3.2.4 Ventas y Costos Proyectadas.....	38

**PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER
STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.**

3.2.5	Gastos proyectados	40
3.2.6	Financiamiento Bancario	41
3.2.7	Estados Financieros	42
3.2.8	Indicadores Económicos	44
3.2.9	Punto de Equilibrio	45
3.2.10	Ratios Financieros De La Empresa	46
Conclusiones y Recomendaciones		48
	Conclusiones	49
	Recomendaciones	50
4	Bibliografía	51
Anexos		54
	Anexo 1	55
	Anexo 2	59
	Anexo 3	64
	Anexo 4	69
	Anexo 5	74

Índice de Tablas

Tabla N° 1	Planteamiento del problema	1
Tabla N° 2	CANVAS.....	16
Tabla N° 3	Listado de los diferentes posts redes sociales.....	20
Tabla N° 4	Descripción de precios prendas de vestir	22
Tabla N° 5.	Objetivo N° 1	30
Tabla N° 6.	Objetivo N° 2	31
Tabla N° 7.	Objetivo N° 3	32
Tabla N° 8	Supuestos Financieros proyectados	34
Tabla N° 9	Estimación de los activos operación	35
Tabla N° 10	Financiamiento Bancario	36
Tabla N° 11	Productos de la empresa	37
Tabla N° 12	Ventas unidades de los productos ofertados	37
Tabla N° 13	Precios de los productos ofertados.....	38
Tabla N° 14	Ventas totales de la empresa	39
Tabla N° 15	Costos individuales	39
Tabla N° 16	Costos totales de los diferentes productos	40
Tabla N° 17	Gastos operaciones (en dólares)	41
Tabla N° 18	Proyección del préstamo bancario	42
Tabla N° 19	Balance General.....	42
Tabla N° 20	Estado de resultado y Flujo de caja de la empresa	43
Tabla N° 21	Punto de equilibrio	46
Tabla N° 22	Ratios Financieros Proyectados	47

Índice de Ilustración

Ilustración 1	Estructura organizacional de la empresa	18
Ilustración 2	Procesos de las diferentes etapas de la empresa	23
Ilustración 3	Logotipo de la empresa.....	24
Ilustración 4	Espacio de recepción del cliente	25
Ilustración 5	Espacio de recepción del cliente	26
Ilustración 6	Espacio de diseño de las prendas de vestir.....	27
Ilustración 7	Espacio de entrega.....	28
Ilustración 8	Espacio de confección de prendas	29

Introducción

La idea de desarrollar un plan de marketing radica en la importancia para la empresa en tener una visión clara de sus objetivos y el camino que debe seguir recorriendo para alcanzarlos y que estos no se alejen de la realidad. Además de seguir un trayecto en el cual se optimice los recursos como son el tiempo, presupuesto y el esfuerzo, de esta manera aprovecharlos al máximo y conseguir que la empresa se mantenga compitiendo en el mercado y llegar a ser una de las empresas líderes en confección de ropa personalizada para empresas, colegios, escuelas, moda casual para mujer, moda infantil.

Los lugares o establecimientos que se dedican a este giro de negocios se destinan a la venta de ropa ya elaborada previamente, donde el cliente se acerca a realizar la compra por tallas por lo que no ofrecen un lugar ambientado o una atención personalizada para realizar la actividad con el cliente que necesita el color específico, las medidas, la calidad de la tela con la cual se confeccionará.

A lo largo de este proyecto se desarrollará el concepto de taller de moda que está enfocado en la confección de prendas textiles con profesionales que elaboran el producto final, además de la atención personalizada para los clientes que necesitan una prenda o varias prendas de vestir, añadiendo insumos, materia prima de alta calidad.

Con este proyecto se busca que el segmento de mercado que necesita elaborar prendas de vestir para sus empresas, escuelas, colegios, universidades o personas amantes de plasmar sus diseños de ropa, puedan optar por un lugar donde se brinde la atención personalizada adecuada con las especificaciones que el cliente ordena y su posterior cumplimiento, además de contar con una calidad en el producto final y que los tiempos de entrega sean acordados en el plazo estipulado.

Capítulo I: Diseño de la Investigación

1.1 Planteamiento del Problema

Tabla N° 1 Planteamiento del problema

Síntomas	Causas	Pronóstico	Control de pronóstico
Prendas que necesitan arreglos	Las empresas manufactureras se rigen a tallajes muy rígidos.	Disminución de las personas que desean adquirir una prenda de vestir elaborada con las medidas a su talla y con terminados de alta calidad.	Creación de plan de marketing para la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio, esto mejorara el incremento de las ventas.
Prendas con telas de mala calidad	Las empresas manufactureras optan por las telas más económicas, pero de menor calidad, para economizar.		
Desmerito del trabajo artesano, o mano a mano	El trabajo artesanal es más costoso.		
Falta de exclusividad en las prendas	Las empresas manufactureras crean mucho volumen de prendas del mismo diseño por conveniencia.		

Fuente: Elaboración propia.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera impactará la creación de un plan de marketing para la empresa Liz Castello Fashions Atelier Studio, ubicado en la ciudad de Guayaquil, en el año 2023?

1.3 Sistematización del problema

- ¿Qué impacto genera las empresas manufactureras que se rigen a tallajes muy rígidos?
- ¿Cómo afecta a las empresas manufactureras que optan por las telas más económicas, pero de menor calidad, para economizar?
- ¿Cómo se podría mitigar que el trabajo artesanal es más costoso?
- ¿Cuál sería el impacto de las empresas manufactureras crean mucho volumen de prendas del mismo diseño por conveniencia?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Diseñar un plan de marketing para la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio, ubicado en la ciudad de Guayaquil.

1.4.2 Objetivo Específico

- Analizar las consecuencias del impacto que generan las empresas manufactureras que se rigen a tallajes muy rígidos.
- Evaluar cómo afectaría en las empresas manufactureras optan por las telas más económicas, pero de menor calidad, para economizar.
- Examinar el impacto del trabajo artesanal es más costoso.
- Determinar las consecuencias de que las empresas manufactureras crean mucho volumen de prendas del mismo diseño por conveniencia.

1.5 Justificación de la investigación

Dar a conocer la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio en el mercado, en la cual se dedica a la confección de prendas para empresas, escuelas, colegios añadiendo a esto la atención personalizada que se brinda a cada cliente desde que se contacta con la empresa mediante las diferentes plataformas de comunicación.

Las personas que no encuentran sus prendas de vestir a sus medidas podrán optar por confeccionar en Liz Castello Fashion Atelier Studio a su talla de cuerpo, generando así un moldeado del cuerpo con la ropa y de esta manera podrán sentirse a gusto, además de elegir el color de la tela, así como también de los acabados en detalles que estos puedan tener.

De esta manera, el presente proyecto quiere generar más impacto dentro del mercado en el cual se desarrolla, captando de esta manera más prospectos que a su vez se vuelvan clientes potenciales para luego fidelizarlos y tener un catálogo de usuarios a quienes se les oferta el servicio de confección de prendas de vestir.

1.6 Marco Teórico

La moda

La moda y el vestir guardan una relación muy cercana con la identidad, es decir que, una parte de la ropa que se elige puede ser una forma de poder expresar de manera visual nuestra identidad, decir algo más sobre nuestro género, clase, posición social, etc. (Cubillos, 2002)

Los bienes de la moda también se basan en el consumo de esta, en el cual se tiene el estatus en el cual se considera cuando un individuo compra un bien de moda y lo que se está adquiriendo es el conjunto de servicio, características de este; de este modo el rasgo identificativo de los bienes de moda es su habilidad para conferir prestigio o estatus. En la exclusividad se tiene en cuenta la relación entre los consumidores y el valor que el individuo puede proporcionar, es decir, el valor que el cliente

final asigna a un buen de moda depende negativamente del stock. (Rojas, 2005)

La elección de la moda que usamos o que se pretende comprar está relacionado con los sentimientos, con recuerdos, situaciones y motivaciones de la infancia. Otros de los factores que estas pueden influenciar en la moda son los grupos de referencia, ídolos, la sociedad, la educación, los modelos de conductas. (Rojas, 2005)

Las empresas textiles y su impacto

Las empresas dentro del tejido ecuatoriano conocido como PYME mantienen un aporte significativo, según el Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 empresas se encuentran dentro de la categoría MIPYME, por otro lado, el sector de la manufactura ocupa el tercer lugar dentro del sector comercial y de los servicios. (Basantes, González, & Bonilla, 2015)

Las principales compañías textiles en el Ecuador son Almacenes De Prati S.A, Comercial Etatex Cia Ltda, Alexa Tejidos Cia Ltda, Francelana S.A., Textil San Pedro, Vicunha Ecuador S.A., dichas empresa se fundamentan por la integración y el desarrollo en los mercados nacionales e internacionales para los cuales el formar empleo, bienestar y riqueza a favor de la comunidad es lo primordial, así como la conservación del medio ambiente. No obstante para el crecimiento paulatino en un corto plazo depende del gobierno y su aporte en temas económicos así como también la reducción de impuestos. (Gomez, 2021)

La producción del volumen de las empresas manufactureras y sus defectos

Las empresas manufactureras por su gran cantidad de ventas en volumen omiten ciertos pequeños detalles al momento de su elaboración, como la cantidad excesiva de remarques en las prendas de vestir, así como también a cortes muy precisos que con el desgaste y ya no se puede arreglar; de esta manera se terminan dañando completamente. Los

puntos de sutura que son defectuosos se notan al momento de adquirir un artículo de ropa, estos fallos son los más comunes que se pueden presentar. (Inspectorio, 2017)

Los defectos de fruncir son los más difíciles de arreglar, debido a que para estos casos se necesita un nuevo proceso de costura y como consecuencia se obtenga agujeros con la aguja en las marcas anteriores, esto puede causar daños y mala visión en la tela. Estos defectos de fruncir pueden ocurrir debido a la manipulación de una forma violenta con la tela o de otra manera a la falta de atención hacia el proceso de costura o debido a la maquina en sí. (Inspectorio, 2017)

Las prendas de vestir que son adquiridas en tiendas o almacenes más grandes por lo general tienden a tener una talla única y que esta no se pueda realizar ningún arreglo para que se la pueda utilizar de otra forma, es decir, cortes para agrandar o achicar la talla; estas manufactureras no dejan convertir parte de la tela en un margen de costura para un ajuste más ceñido. (Paulino, 2021)

Por lo tanto, la fabricación de las diferentes prendas de vestir de las grandes manufactureras que se rigen a los tallajes muy rígidos genera un impacto no tan bueno, debido al margen que no se mantiene en las vestimentas, es decir para poder realizar arreglos en las mismas debido a cualquier percance de tallas o por alguna mala costura.

La producción textil para elaboración de la ropa

Las empresas textiles producen sus telas que cumplen algunos estándares de calidad o cuentan con un desempeño aceptable, pero con respecto a otras no satisface. La compra se la hace de acuerdo con el uso que se le va a dar y de igual manera al desempeño que ésta tendrá; las fibras entran en esta categoría en las cuales se tiene las sintéticas y las naturales. El respaldo y la garantía de los fabricantes es otro factor en el cual se debe evidenciar puesto que ellos realizan pruebas en laboratorio

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

de su producto y con esto disminuye los márgenes de error e imperfecciones. (Gómez, 2017)

Las fibras sintéticas son un tipo de textil que se obtendrá de diferentes productos que se derivan del petróleo, sin embargo, se tiene que recalcar que esta fibra no es artificial. Dentro de estas fibras textiles se encuentra el poliéster, acrílico, polipropileno, nylon. (Ucha, 2015)

Las telas nacionales que son usadas para la confección de las diferentes prendas de vestir no satisfacen las necesidades a las diferentes empresas. La empresa NoMore Jeans ubicada en Guayaquil produce más de 2000 piezas de ropa entre pantalones, blusas y camisetas por lo que sus dueñas de la empresa July y Sully Gonzales mencionan que “las telas que se producen en el Ecuador no se venden de buena calidad y tampoco tienen el tipo de tela que necesitamos”, por lo que sus adquisiciones son compradas desde Brasil, EE. UU y Colombia. (El Comercio, 2014)

Precios de las diferentes telas en el Ecuador

Los precios en las diferentes telas que son elaborados con materia prima nacional son más económicos con respecto a otras que son importadas, para Cecilia Villareal en su expresión dice que “prefiere usar telas importadas, por la calidad”. Los precios en los que pueden variar en los diferentes cortes de tela son la gabardina importada en la cual se vende en \$16 el metro, pero se la puede costear en \$14, a diferencia de la nacional que está a \$3 y esto significa que se descolora más rápido, es más delgada y su uso en el tiempo dura menos. (El Comercio, 2014)

La variedad de telas que ofrece el textilero ecuatoriano es otro problema para los diversos productores de ropa, puesto que son hechas a base de materia prima alpaca que son como para invierno y otoño. Además, añade María Fernanda Cuadrado en su relato que “El Ecuador debería crear fibras hechas a base de cacao, es decir no hay un desarrollo creativo en telas”, además dice que “las telas de producción manual de las telas

indígenas no facilitan trabajar a la alta costura como demanda el mercado” (El Comercio, 2014)

Finalmente, la adquisición de las telas económicas puede generar a un corto y largo plazo un quiebre en el consumo de dichos productos ya elaborados como producto final, debido a que su durabilidad no es buena, como consecuencia presentaría una disminución en las ganancias y por su parte en mala visión de la empresa de quien elabora y vende las vestimentas.

El artesano y su producción

El artesano es el conocedor de un determinado oficio que se ha desarrollado históricamente antes de la industria y que puede producir objetos de manera artística, pero no de manera necesaria; puede producir objetos en una manera de serie a los que no se le añade ningún valor socialmente establecido como estético. (Moreira, 2021)

Por otro lado, según el acuerdo con La Ley de Defensa del Artesano del Ecuador del 2008, dice que, el artesano es el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, desarrolla su actividad y trabajo personalmente y que ha invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias, materias primas en una cantidad no superior al 25% del capital fijado para la pequeña industria. (Moreira, 2021)

El sector artesanal como lo menciona Uribe (2012), en su redacción, dice que, “Uno de los principales conceptos relacionados con el sector artesanal es el de la artesanía, en el cual son obras realizadas básicamente de forma manual y con una intervención casi nula de maquinarias y que son objetos decorativos o de un uso común” (Moreira, 2021)

Por otro lado, Bustos (2012), menciona que “la producción artesanal es elaborada mediante materias primas en la transformación sin el uso de maquinarias industriales”. Es por esto por lo que el sector artesanal se considera como uno de los más importantes en el ámbito cultural, ya que

se evidencia la manipulación de materiales que son cien por ciento de origen natural. (Moreira, 2021)

El trabajo artesanal en el Ecuador

El trabajo artesanal en el Ecuador para las prendas de vestir en su gran mayoría no es bien evaluado con respecto a al producto final, esto conlleva a que su precio sea muy bajo para que el cliente final desee adquirirlos. Además, se debe analizar en el volumen de ventas que estos artículos vayan a tener en un tiempo determinado, para de esta manera obtener una rentabilidad deseada. Por otro lado, la mano de obra en el Ecuador en comparación con otros países de la región es más costoso, debido a que en aquellas naciones se maneja su propia moneda local; esto hace que la producción final sea más onerosa. (Balarezo cabezas & Jaya Espín)

La necesidad de empezar a que la mano de obra del artesano en el Ecuador sea más valorizada es una gran expectativa debido a que dando valor a objetos hechos a mano da valor al tiempo que se utiliza para poder producirlo, al esfuerzo que se pone en cada artículo y al amor con el que el artesano realiza cada uno de sus productos finales. Los desafíos están en que se debe crear conciencia acerca de productos hechos a mano; el costo de producción es muy distinto y mucho más alto en relación con la comparación a lo que se hace en serie con máquinas industriales y que se vende de forma masiva, y la mayoría de las ocasiones es el precio de las cosas lo que nos hace realizar una compra, y que estos pueden ser más barato. Y justamente, revalorizar lo artesanal, tiene también un vínculo directo con lo económico. (Pazmiño, 2018)

Por lo tanto, el trabajo artesanal es bien visto en lo cultural debido a su proceso de la materia prima sin utilizar maquinarias por lo que se genera en una cantidad de volumen menor a lo industrial, por lo que su valor como producto terminado es más costoso, además de utilizar la mano de

obra y horas necesarias para producir un solo artículo, por lo que el costo se hace referente al costo por hora y por producto terminado.

El papel del diseñador

El diseño de moda es la actividad en la cual se encarga de diseñar y confeccionar las diferentes prendas de vestir y los accesorios pertinentes. Por lo que, se debe mantener en cuenta las diferentes influencias culturales y sociales de un periodo y época específica. La tendencia de la moda no es estática y en la cual sigue evolucionando y se nutre de numerosas fuentes de inspiración con lo cual esto impactaría todos los días en la sociedad. (Moda y Belleza, 2021)

El diseñador de moda se considera una persona innovadora y creativa, además de mantener un interés superlativo de la ropa y de los accesorios considerando de igual manera un conocimiento teórico y práctico. Se debe considerar un estilo y plasmarlo todas sus ideas con diferentes telas, colores y materiales de producción para finalmente definir, planificar, crear y desarrollar colecciones de ropa y sus complementos. (Moda y Belleza, 2021)

Los modelos de la moda sostenible se los puede diferenciar por la moda ética, la cual busca satisfacer las necesidades de un consumidor a la vez de impulsar un tipo de consumo responsable. Para esto se hace que el cliente final conozca y sea consciente de todos los procesos que conlleva realizar una prenda de vestir. La moda ecológica, se hace referencia a los productos que se utilizan en la confección y que son característicos en la protección del medio ambiente para proteger el planeta. La moda lenta que también se la conoce como slow fashion la cual surge como respuesta a la moda rápida, es decir que, buscar cambiar la mentalidad del consumo excesivo y crear conciencia en las personas sobre la calidad que va sobre la cantidad. (Sanchez, 2019)

La producción a gran escala de las prendas de vestir

Las empresas manufactureras que se dedican a la producción de prendas de vestir a gran escala lo realizan porque conllevan a la moda como un estilo cambiante y de tal forma hacia el consumismo. La empresa Zara cambia de ropa en sus almacenes en las diferentes partes del mundo cada tres semana aproximadamente, es decir siempre hay cosas nuevas. Esto se debe a que esta marca tiene los tiempos muy cortos para diseñar, producir y luego distribuirlas, mientras que otras marcas suelen tener una colección por temporada, por lo que su cambio en las prendas de vestir no es tan frecuente como Zara. (E3, 2021)

En la crisis sanitaria el sector textil fue el más golpeado debido a que se mantuvieron las fuertes restricciones durante el confinamiento. Por lo tanto, esta medida llevo a que muchas de las empresas textiles en el Ecuador no puedan producir de cierta cantidad por algún tiempo prolongado y de esta manera tampoco poder distribuirlas al no ser considerados bienes de primera necesidad. En las ventas se redujeron de una manera considerable, para el 2020 las ventas estuvieron en un total de \$886 millones de dólares de ingresos y con respecto al 2019 fueron de \$1.386 millones de dólares, por lo que sus ventas se contrajeron en un -36% en esos dos años. Esto deja en evidencia que la industria textil en manufactura a gran escala realiza volúmenes de producción muy altos. (Gonzales Litman, 2022)

Por lo tanto, las empresas manufactureras crean las diferentes prendas de vestir en grandes cantidades debido al consumismo que en la actualidad se mantiene y se considera en un crecimiento. Se ha dejado a un lado las prendas de vestir de calidad para seguir elaborando ropa de acuerdo con la temporada o a la tendencia que se crean o que crean las diferentes personas como figuras mundiales.

1.7 Marco conceptual

Diseño. – es el resultado final de un proceso que se lleva a cabo, cuyo objetivo o meta es buscar la mejor solución y que esta sea la más idónea a cierta problemática particular, siendo de esta manera práctico y a la vez estético en lo que se vaya a realizar. Para poder llevar a marcha un buen diseño se ve en la necesidad de la aplicación de distintos métodos y técnicas de tal modo que esta se pueda quedar plasmado bien sea en bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas.

Moda. – la moda es un uso o costumbre que está en boga en determinada región durante un cierto periodo en el cual puede ser a corto o largo plazo. Se trata de una tendencia adoptada por una gran parte de la sociedad, y que esta generalmente asociada a la vestimenta.

Artesano. – Se hace referencia al trabajo que se realiza de forma manual por una persona o grupo de individuos, sin ayuda de la energía mecánica.

Capítulo II:

La Empresa

2.1 Descripción de la empresa

Liz Castello Fashion Atelier Studio es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de prendas de vestir tales como uniformes ejecutivos, ropa casual, ropa para niños, vestidos personalizados, uniformes para el personal de colegios y escuelas. La atención dentro de la empresa es de forma individual y de esta manera captar y escuchar todos los requerimientos para que la prenda de vestir sea confeccionada.

La atención personalizada va desde que el cliente se contacta con el personal de servicio al cliente hasta que éste obtenga su producto final en sus manos. Los usuarios serán atendidos también de forma virtual mediante un canal de comunicación que esté dispuesto por la empresa, ya sea llamadas en video por WhatsApp, mediante la plataforma zoom o teams, esto ayudara a las personas que no se encuentren dentro del lugar de residencia de la empresa; de igual manera si los clientes residen fuera de la ciudad de Guayaquil a estos se los podrá visitar con una cita previa en la fecha establecida por ambas partes.

El tiempo de servicio en la fabricación va de acuerdo con las dificultades o detalles que el usuario necesite, a esto también se le suma si la necesidad es por volumen, es decir sí, el solicitante demanda una gran cantidad de uniformes. Se tomará en cuenta el tiempo de envío de al menos un día, desde la salida del producto terminado hasta la llegada en el punto acordado.

La empresa "Liz Castello Fashion atelier studio" contará con promociones, para las escuelas y colegios, como porcentajes de descuentos por número de prendas de vestir, para las empresas se contará con el descuento. La compañía contará con el personal capacitado desde todas las perspectivas sea esto atención al cliente, atención personalizada para realizar las diferentes tomas de medidas que el usuario desea para la confección del artículo; las diferentes materias primas como las telas que son seleccionadas acorde a su durabilidad, colores y precios.

2.2 Visión

Posicionarnos como una empresa líder en la confección de uniformes ejecutivos, prendas casuales, ropa para niños, vestidos personalizados, uniformes para el personal de colegios y escuelas, por su innovación, calidad y servicio a nivel local para el año 2026.

2.3 Misión

Brindar el servicio de confección de prendas de vestir, que busca satisfacer las necesidades de nuestros clientes ofreciendo prendas únicas, diseñadas a la medida, adecuadas y moldeadas a cada cuerpo, que promueve el trabajo digno y artesanal.

2.4 Valores

Respeto

Practicamos la escucha y el asesoramiento adecuado siguiendo los detalles para la elaboración de las diferentes prendas de vestir.

Integridad

Practicamos la ética en todas las etapas de servicio al cliente y departamentos de la empresa para no afectar los intereses finales y rendir las debidas cuentas de lo que hacemos.

Confianza

Hacemos que nuestras prendas de vestir sean de la mejor calidad y durabilidad y con terminados al detalle del cliente final.

Participación social

Manifestamos nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente con actividades de reciclar y reutilizar.

Creatividad

Generamos valor a las ideas y diseños inéditos, originales que puedan causar una buena imagen en el cliente final.

Trabajo en equipo

Hacemos que la comunicación en nuestros colaboradores sea rápida y precisa, para generar los cumplimientos en los objetivos.

2.5 Objetivo General

Elaborar un plan de marketing para posicionar y convertir a Liz Castello Fashion Atelier Studio en una marca reconocida en la confección de prendas de vestir.

2.6 Objetivo Especifico

- Aumentar el número de clientes en un 15% cada bimestre de forma anual.
- Incrementar las ventas en un 20% cada mes de manera anual.
- Mantener en un 90% la satisfacción de los clientes.

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

2.7 Modelo Canvas

Tabla N° 2 CANVAS

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores locales de las telas. • Proveedores internacionales de las telas. • Proveedores de accesorios complementarios para la confección. • Proveedores de cajas y fundas para el respectivo envase y embalaje. • Entidades bancarias para préstamos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio personalizado para los clientes. • Gestión de la cadena de la elaboración de las prendas de vestir. • Elaboración personalizada de las prendas de vestir solicitada por el cliente. • Comercialización en redes sociales del servicio que se ofrece. 	<p>Ofrecer el servicio de confeccionar prendas de vestir para diferentes tipos de personas y empresas, añadiendo la atención personalizada desde que se contacta con la empresa, pasando por la elaboración de los detalles que el cliente final desea hasta la entrega del producto, en un tiempo acordado con el usuario. Se contará con promociones y descuentos para clientes fidelizados y para los nuevos y se presentará una etapa de atención post cliente para verificar el agrado del producto final.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada para cada usuario en el momento que contacta la empresa. • Promociones por elaboración en cantidades. • Descuentos en reparación o arreglos de las prendas de vestir. • Video de las personas usando sus prendas de vestir o en el momento de escoger los detalles para la elaboración. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas, colegios, escuelas, ubicadas en el centro-norte de la ciudad de Guayaquil. • Personas económicamente activas, ubicadas en el norte de Guayaquil. • Personas que desean sus prendas de vestir elaborados con sus detalles, medidas y colores.
	RECURSOS CLAVES		CANALES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinarias para la elaboración de las diferentes prendas de vestir. • Mano de obra. • Seguridad en cámaras. • Personal administrativo. • Equipos de facturación y de oficina. 		<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Instagram • Twitter • Tik tok • Local / establecimiento físico 	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTES DE INGRESOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Pago de servicios básicos. (agua, luz, teléfono) • Sueldo y prestaciones al personal administrativo y operativo. • Publicidad en redes sociales. 		<ul style="list-style-type: none"> • Ventas de las diferentes prendas de vestir elaboradas para empresas. • Ventas de las diferentes prendas de vestir elaboradas para colegios y escuelas. • Ventas de las diferentes prendas personalizadas de vestir elaboradas. 		

2.8 Estrategia Genérica

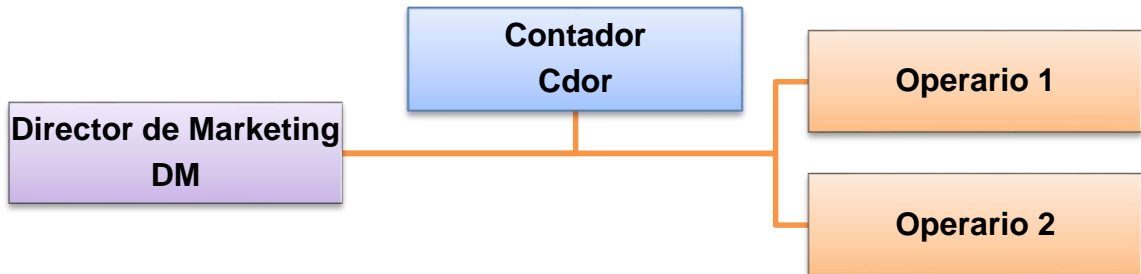
La empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio tiene su enfoque en la elaboración de ropa para su público objetivo, es decir, en la segmentación para niños, adolescentes, ejecutivos y personas que desean personalizar sus prendas de vestir en sus colores y detalles; de esta forma conseguir la satisfacción del cliente final.

2.9 Ventaja competitiva

- La empresa se enfoca en brindar la experiencia en la atención al cliente mediante las diferentes plataformas virtuales, es decir, video llamadas para realizar los detalles de pedidos de las prendas de vestir.
- El servicio personalizado dentro del establecimiento, desde que el cliente llega y realiza toda la cadena de servicio hasta la entrega del producto final o en su caso hasta tomar todos los detalles del pedido del producto hasta su facturación.
- El servicio post venta para cada cliente cuando el producto final llega a sus manos y si es necesario algún cambio este se lo adopta a la medida para realizarle de forma inmediata y resolverlo en un tiempo mínimo a 72 horas.

2.10 Estructura organizacional

Ilustración 1 Estructura organizacional de la empresa



Fuente: Investigación de mercado
Autor: Kimberly Castillo Intriago

Se presenta la estructura necesaria para operar la empresa.

2.11 Plan de marketing

La empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio ubicado en la ciudad de Guayaquil tiene como finalidad la elaboración de ropa para diferente público objetivo desde los niños, pasando por los adolescentes, hasta llegar a la vestimenta ejecutiva, en las cuales se produce para firmas que necesitan sus uniformes diseñados; sin dejar atrás a los atuendos que son elaborados con detalles personalizados en colores y formas, es decir, al gusto de los diferentes clientes, además del personal de trabajadores de los colegios, escuelas, las cuales están ubicadas en el centro-norte de la ciudad.

Sin embargo, en la actualidad el consumismo se ha ido incrementando de manera fue exponencial y a pasos agigantados, que la ropa se la utiliza muy rápida y es desechable cuando esta pasa de moda o cuando ya no esté en buen uso. De esta forma es que las grandes firmas pueden vender en volumen añadiendo lo que se dice “el último grito de la moda” y dejando a un lado la calidad y la durabilidad de las prendas de vestir.

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Los diseñadores ecuatorianos de alta costura son los que en la actualidad forman parte del mercado en el cual se encuentra Liz Castello Fashion Atelier Studio con su público objetivo de prendas de vestir personalizadas por lo que estos son su competencia directa dentro del giro de negocio de la moda. Debido a sus precios altos y establecidos de acuerdo con su trayectoria son los más buscados para la elaboración de atuendos únicos.

2.11.1 Estrategia de producto

Liz Castello Fashion Atelier Studio tiene como su servicio principal la elaboración de diferentes prendas de vestir para su diferente público objetivo como los niños, adolescentes, personal ejecutivo, personal de las escuelas o colegios, y los diferentes usuarios que personalizan a detalle sus artículos de vestir. El establecimiento está adecuada para recibir a cada cliente durante sus horas de operaciones, cuenta con el departamento de recepción en el cual se realiza varias actividades como la atención mediante las diferentes plataformas para receptar los detalles de alguna vestimenta o para separar el día de la cita para visitar el local. La atención personalizada para los diferentes usuarios se encuentra estipulado cuando este entra al establecimiento, es atendida hasta que se detallan todas las especificaciones necesarias para la elaboración del producto final que se solicite.

La atención post venta como un servicio adicional, es decir que, los usuarios serán atendidos de forma inmediata si existe algún desperfecto en las diversas prendas de vestir y las soluciones serán oportunas y con eficiencia en el cual el plazo para darle solución será en menos de 72 horas.

2.11.2 Estrategia de distribución

La empresa es un establecimiento físico ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil en el cual se divide en la parte de producción de las prendas de vestir, servicio de atención al cliente, departamento administrativo. El inventario que se manejará dentro del giro del negocio es de una manera

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

muy rotativo debido a que son indispensables para cada detalle del producto final, de igual manera las telas que son adquiridas en tiempos establecidos a los diversos proveedores, esto de igual manera conlleva adquisición internacional. El inventario de seguridad se basa al 25% como límite para no quedarse desabastecido en los diferentes modelos de telas, colores, etc.

El transporte que se utilizará para realizar las diferentes entregas de los productos terminados es mixto, es decir, mediante el vehículo de la empresa en cada de estar dentro de la ciudad de Guayaquil, en su caso fuera de la ciudad se establecerá la entrega mediante las agencias de envíos que se encuentran registradas con su mejor calidad y tiempo rápido de respuesta.

2.11.3 Estrategia de Promoción

Las relaciones que se manejará en Liz Castello Fashion Atelier Studio son mediante las redes sociales, sean estas Facebook, Instagram como las de mayor público, en los cuales se puede interactuar o atraer al target adecuado para la empresa. En dichas redes sociales el post se lo realiza de acuerdo con establecido en la tabla 1.

Tabla N° 3 Listado de los diferentes posts a publicar en las redes sociales

	Post de moda	Post sobre "sabias que"	Post de las entregas a clientes	Post de la atención al cliente	Post del servicio post cliente
Lunes	X	X			
Martes			X	X	
Miércoles		X			X
Jueves	X		X		
Viernes			X	X	X

Fuente: Investigación de mercado
Autor: Kimberly Castillo Intriago

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

En la red social de Instagram se manejará los posts de los reels en los cuales abarca historia de cómo el cliente personalizó su artículo de vestir, de esta forma dar a conocer todo el proceso de atención al cliente. Por otro lado, dar a conocer la satisfacción del cliente.

Las promociones vienen establecidas dentro de las políticas a que se rigen, de acuerdo con el día. Si la producción es en volumen se aplicará un descuento del 10% al 15% esto si se realiza entre los lunes y miércoles. Entre los jueves y viernes el descuento se incrementará en un 5% es decir que, si el volumen supera las políticas establecidas dentro de la empresa, entrará al descuento del 20%; esto se da para las escuelas, colegios, empresas que necesitan uniformes para sus empleados. Los trajes o vestimenta personalizada obtendrán un descuento del 5% o en su tal caso la promoción de la segunda prenda obtiene un descuento del 25%, esto se encuentra entre los miércoles y viernes.

Las relaciones publicas se lo realizará mediante exposiciones dentro del establecimiento mediante la exposición de las diferentes maneras de confeccionar las prendas a detalles; además de incurrir en presentaciones donde se pueda presentar la marca, tales como los eventos de moda, etc. El merchandising se lo aplicará de tal manera que las demás personas reconozcan la marca, esto se lo hará mediante sorteos con todos los clientes que se encuentren dentro del establecimiento o con todos los clientes que ha superado el porcentaje de ventas establecidas entre la semana o mes, los obsequios son de gorras, camisetas y llaveros.

2.11.4 Estrategia de precio

Liz Castello Fashion Atelier Studio maneja su catálogo de precios acorde a su elaboración y detalles, además del tiempo que conlleva procesarlo, en la tabla 2 se muestra el precio de las diferentes prendas de vestir de acuerdo con su precio unitario y la especificación de la calidad de las telas, es decir si es importada.

Tabla N° 4 Descripción de precios de las diferentes prendas de vestir

CANT.	UND / MED.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO		PRECIO UNITARIO	TOTAL
		NOMBRE	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS		
5	UND.	BLUSAS MANGAS LARGAS ADM	TELA IMPORT.	28,90	86,70
3	UND.	PANTALONES PRETINA ANATOMICA	TELA IMPORT.	32,00	96,00
1	UND.	PAÑUELO	TELA IMPORT.	18,00	18,00
		TOTAL			\$ 200,70

Fuente: Investigación de mercado

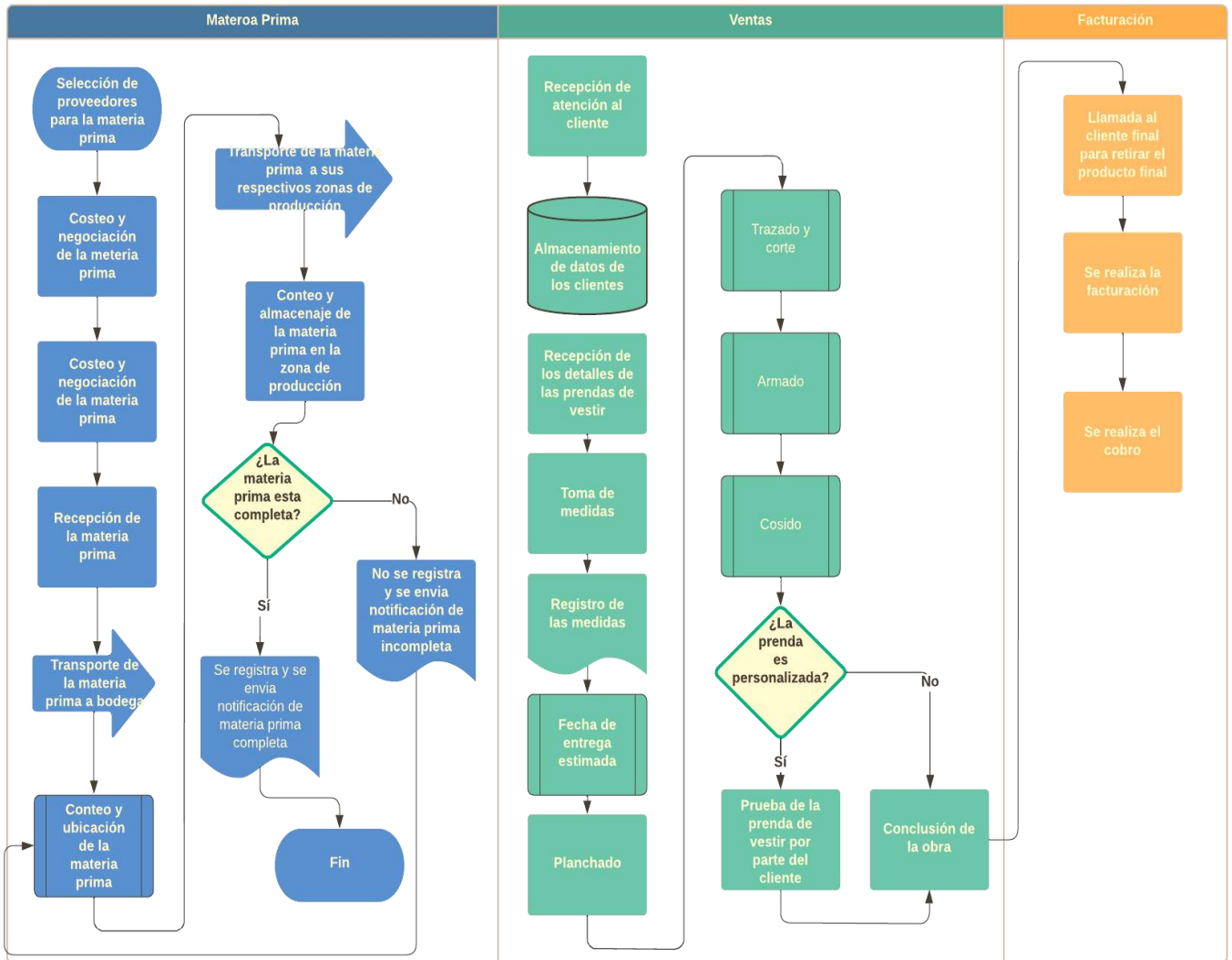
Autor: Kimberly Castillo Intriago

2.11.5 Estrategia de Procesos

La estrategia de los procesos se divide en la materia prima, que consiste en toda la recepción y conteo, dentro de esto está de igual manera el proceso de ventas y su elaboración de los diferentes pedidos de las prendas de vestir y por último se tiene la facturación en cual se puede pagar mediante tarjeta de crédito o tarjeta de débito.

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Ilustración 2 Procesos de las diferentes etapas de la empresa



Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Castillo Intriago

2.11.6 Estrategia de Persona

El personal de Liz Castello Fashion Atelier Studio es calificado y con mucha experiencia, además de que su contratación de basa a parámetros establecidos como la realización de test de habilidades blandas para todo

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

el personal independiente de su función a desempeñar dentro de la empresa, además de un proceso de selección de sus habilidades de carácter profesional , para este último se mide su destreza en el área en el cual se va a desenvolver , además de la experiencia que ha desarrollado y que no sea menor a 6 meses.

Los colaboradores dentro de la empresa deben estar alineados a los objetivos a corto y largo plazo de la compañía, por otro lado, adecuarse y seguir los valores que se rigen para de esta manera mostrar la mejor visibilidad de la firma hacia los clientes. La evaluación del personal se lo realizara dentro de un periodo de 6 meses para determinar en qué aspectos mejorar y de esta manera realizar los correctivos inmediatos.

2.11.7 Elementos físicos

Ilustración 3 *Logotipo de la empresa*



Autor: Kimberly Castillo Intriago

Ilustración 4 *Espacio de recepción del cliente*



Autor: Kimberly Castillo Intriago

Ilustración 5 *Espacio de recepción del cliente*



Autor: Kimberly Castillo Intriago

Ilustración 6 *Espacio de diseño de las prendas de vestir*



Autor: Kimberly Castillo Intriago

Ilustración 7 *Espacio de entrega de las mercaderías a los clientes*



Autor: Kimberly Castillo Intriago

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Ilustración 8. Espacio de confección de prendas



Autor: Kimberly Castillo Intriago

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

2.12 Plan de acción

Tabla N° 5. Objetivo N° 1

Aumentar el número de clientes en un 15%.						
MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C	H A	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
Capacitar al departamento de marketing y ventas en contenido de redes sociales.	Desarrollar contenido publicitario acorde al público.	DM, GG	5/7/2023	5/8/2023	\$, facilitador, tiempo, equipo de cómputo, materiales de oficina.	Número de likes por publicación. Número de vista o alcance de la publicación.
Realizar un programa de fidelización de clientes con promociones.	Fidelizar clientes	DM, DV	5/8/2023	Permanente	\$, tiempo, obsequios.	Número de clientes que regresan al establecimiento. Porcentaje (%) de ventas de los clientes fidelizados.
Realizar anuncios de promociones de descuento en redes sociales (Facebook, Instagram).	Llamar la atención de clientes potenciales	DM	5/9/2023	5/10/2023	\$, tiempo	Porcentaje (%) de clientes que acuden por medio del anuncio de redes sociales.
Implementar un plan de ventas para clientes que acudan a ferias de ropa con asesoramiento personalizado sin costo.	Obtener la captación de clientes nuevos.	GG, DM	5/5/2023	Permanente	\$, tiempo, obsequios, materiales	Ventas que se realizan en las ferias. Números de clientes que se acercan al establecimiento después de visitar la feria.
Desarrollar eventos de presentación de casa abierta de prendas de vestir dentro del establecimiento.	Promocionar el servicio de confección de prendas de vestir.	GG, DM, DV	9/9/2023	20/12/2023	\$, tiempo, equipos de cómputo, internet, materiales.	Número de asistentes. Número de clientes que fueron atendidos. Ventas (\$) de las personas que asistieron.

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Tabla N° 6. Objetivo N° 2

Incrementar las ventas en un 20%						
MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C	H A	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
Establecer un plan de marketing para motivar compras basado en la referencia de marca.	Impactar a otros usuarios con referencia de la marca.	DM, DV	5/5/2023	Permanente	\$, materiales de oficina, equipos de cómputo, internet, obsequios.	Porcentaje (%) de referidos por parte de los clientes a otros usuarios. Número de ventas por parte de los referidos.
Capacitar al personal de ventas en técnicas de ventas.	Potenciar las ventas.	GG, DV	6/6/2023	6/7/2023	\$, tiempo, facilitador, equipos de oficina, equipo de cómputo, internet.	Ventas (\$) con respecto a cada mes anterior.
Implementar un plan de descuentos del 15% y promociones de "pague 2 lleve 3" para el tipo de público objetivo determinado.	Generar ventas bisemanales	DM, DV	5/8/2023	Permanente	Tiempo, equipos de cómputo, materiales.	Porcentaje (%) de personas que acceden al plan de descuentos y promociones. Ventas (\$) de personas que acceden al plan de descuentos y promociones.
Desarrollar un plan de ventas mediante el nuevo marketing considerando el beneficio final que obtiene el cliente.	Llegar a más clientes potenciales	DV	6/6/2023	6/8/2023	\$, equipos de grabación, materiales de oficina, facilitador, tiempo.	Porcentaje (%) de captación de nuevos clientes. Porcentaje (%) de clientes captados por semana. Ventas (\$) por referencia a un anuncio.
Desarrollar una base de datos para clientes y potenciales clientes.	Aumentar la atención y conversión de clientes.	GG, DV	5/1/2023	Permanente	\$, equipos de cómputo, tiempo.	Porcentaje (%) de anuncios para los clientes. Porcentaje (%) de clientes nuevos que acuden por el anuncio.

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Tabla N° 7. Objetivo N° 3

Mantener en un 90% la satisfacción de los clientes.						
MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C	H A	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
Capacitar al personal del establecimiento en tema de "Buena atención al cliente".	Brindar un servicio de excelencia	GG, DV, DM	4/1/2023	4/2/2023	\$, tiempo, equipos de cómputo, internet	Número de clientes satisfechos con la atención antes de salir de establecimiento.
Implementar un programa semanal de tiempo de espera mínimo en toda la cadena de la atención al cliente.	Reducir el tiempo de espera en el cliente.	GG, DV	5/2/2023	5/3/2023	\$, tiempo, equipos de cómputo, facilitador, sala.	Número de clientes atendidos en un día. Porcentaje (%) de clientes en la línea de espera dentro del establecimiento.
Desarrollar un programa de encuestas sobre la atención dentro del establecimiento.	Ejecutar correctivos y mejoras en la atención al cliente.	GG, DV	6/3/2023	Permanente	\$, materiales de oficina, equipo de cómputo, tiempo.	Porcentajes (%) de clientes que salen insatisfechos con la atención general dentro del establecimiento.
Desarrollar un programa de experiencia al usuario para mejorar los puntos de contacto con el servicio final.	Mejorar las etapas en tiempo y cualidades cualitativas en el cual el cliente interactúa con el personal de atención al cliente.	GG	6/3/2023	Permanente	\$, materiales de oficina, equipo de cómputo, tiempo.	Número de etapas en el cual el cliente se sintió insatisfecho. Porcentaje (%) total de las etapas satisfechas por el cliente.
Implementar un plan de recompensas y reconocimiento por el buen servicio del empleado hacia el cliente final.	Incrementar la efectividad y buen trato hacia el cliente.	GG	3/5/2023	Permanente	\$, tiempo, materiales de oficina	Porcentajes (%) de satisfacción del cliente por parte de quien lo atendió. Número de empleados con mayor grado de satisfacción al cliente.

Capitulo III: Análisis Financiero del Proyecto

3.1 Principales Supuestos Financieros

Los supuestos financieros de la empresa son los parámetros con los cuales la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio proyecta todos sus gastos, costos e ingresos para iniciar todas sus operaciones y de esta forma ayudaran a evidenciar que tan viable resultada ejecutar todo el modelo de negocio en el tiempo de estudio establecido de cinco (5) años, la tabla N°3 muestra los supuestos financieros que incluyen los salarios básicos, los cuales fueron estipulados de acuerdo a las consideraciones del actual gobierno, en el cual se fija un incremento de \$25 anualmente, es decir un 6% aproximadamente. Se evidencia de esta forma de igual manera el comportamiento de la demanda esperada y el comportamiento de los gastos, con un 2% de acuerdo con la evolución del mercado y de las proyecciones las cuales se analizaron.

Tabla N° 8 Supuestos Financieros proyectados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación proyectada					
Salarios básicos proyectados	425,00	450,00	475,00	500,00	525,00
Incremento anual de sueldos		6%	6%	6%	6%
Comportamiento de la demanda esperada		2%	2%	2%	2%
Comportamiento de los gastos		2%	2%	2%	2%

Fuente: Investigación de mercado
Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

3.2 Financiamiento Del Proyecto

3.2.1 Inversión

La inversión proyectada de la empresa se da por los diferentes activos que tendrá en cuenta como lo son los equipos de oficina y los equipos de operación a los cuales se les suma los gastos pre operativos y el capital de trabajo, en los cuales se presenta una suma de \$70.620. La depreciación anual se mantiene en un rubro de \$764. La tabla N° 9,

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

muestra los rubros detallados de todos los activos. El financiamiento se da por el aporte propio del 70% es decir de, \$49.434 y el 30% por el préstamo bancario que se realizó una estimación con BAN ECUADOR en la cual la cantidad solicitada fue de \$21.186, con una tasa del 11% de interés anual. El capital de trabajo presenta el rubro de \$66.300 para operar durante los tres primeros meses y esto constituye el costo y el gasto en el tiempo mencionado.

Tabla N° 9 Estimación de los activos necesarios para la empresa en su inicio de operación

Descripción	Tipo De Activo	Unidades	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil	Depreciación Mensual
Capital de trabajo	Activo corriente	1	\$66.300	\$66.300		
Gastos pre operativos	Otros activos	1	\$500	\$500		
Escritorios	Equipos de oficina	2	\$175	\$350	5	\$70
Sillas de escritorios	Equipos de oficina	2	\$75	\$150	5	\$30
Ventilador	Equipos de oficina	2	\$35	\$70	5	\$14
Anaqueles	Equipos de oficina	2	\$175	\$350	5	\$70
Acondicionador de aire 9000 BTU	Equipos de oficina	2	\$550	\$1.100	5	\$220
Máquinas de coser industriales	Equipos	2	\$900	\$1.800	5	\$360
				\$ -		
Inversión Total				\$70.620,00		\$764,00

Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

A continuación, en la tabla N° 10 se detallan los rubros de la inversión requerida, así como el porcentaje de la tasa de interés de la entidad financiera para los respectivos pagos mensuales y el tiempo estipulado para el proyecto.

Tabla N° 10 Financiamiento Bancario

Inversión Requerida	\$70.620,00	
Financiamiento	Valor	%
Aportes propios	\$49.434,00	70%
Aportes de terceros (Bancos)	\$21.186,00	30%
Total financiamiento		
Tasa por pagar	11,00%	
Plazo de deuda (años)	5	

Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

3.2.2 Sueldos Projectados

Los sueldos de la empresa están estipulados de acuerdo con el personal que ya labora más lo nuevos que se presentan en el proyecto, es decir, por el director de marketing y el contador los cuales presentan un sueldo de \$750 y de \$550 respectivamente, junto con los dos (2) operarios que son indispensables para la cobertura de los nuevos posibles pedidos que se estiman se realicen, los cuales detallan un rubro de \$425 respectivamente para los dos empleados. Los detalles de los sueldos se presentan en el [anexo 1](#). La parte administrativa se tiene un gasto para el primer año de \$1.637,12 y en el último año fue de \$2.197,62. En la parte operativa se proyectó un sueldo para el primer año de \$1.094,94 y para último año fue de \$1.467,20.

3.2.3 Productos o Servicios

Los productos que la empresa presenta se evidencian en la tabla N° 6 los cuales ya están estipulados por la compañía, pero se proyectan de acuerdo con la inversión que se realizará para abarcar más público objetivo en el mercado y de esta manera incrementar las ventas. Los productos que se venderán son blusas, pantalones, blazers, abrigos, vestidos, levas, etc. Las proyecciones que fueron analizadas dentro del tiempo de estudio se detallan en la tabla N° 12, los cuales en el primer

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

año se estimó 7.500 prendas de vestir, y de 18.565 fueron para el quinto año. En el [anexo 2](#) se presentan los productos por meses y sus cantidades anuales.

Tabla N° 11 Productos de la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio en el mercado.

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS
Blusas mangas largas o 3/4
Pantalón pretina anatómica
Blazer forrado
Abrigo de lana
Camisa manga larga
Vestidos forrados
Pantalones de caballero
Leva
Suéter de caballero
Corbatas

Fuente: Investigación de mercado
Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

La estimación de la demanda se la realizó mediante la investigación secundaria y de proyecciones antes realizadas de empresas dedicadas a la confección de prendas. Evidenciando que el producto que más se vende es la blusa manga larga junto con el pantalón y el blazer.

Tabla N° 12 Ventas unidades de los productos ofertados

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas mangas largas o 3/4	1.386	1.663	2.109	2.674	3.387
Pantalón pretina anatómica	966	1.188	1.486	1.890	2.388
Blazer forrado	966	1.188	1.486	1.890	2.388
Abrigo de lana	486	630	774	946	1.224
Camisa manga larga	426	570	714	861	1.104
Vestidos forrados	606	750	909	1.176	1.474
Pantalones de caballero	906	1.128	1.419	1.806	2.283
Leva	546	690	834	1.056	1.344
Suéter de caballero	546	690	834	1.056	1.344
Corbatas	666	810	1.009	1.296	1.629
	7.500	9.307	11.574	14.651	18.565

Fuente: Investigación de mercado
Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

3.2.4 Ventas y Costos Proyectadas

La empresa presentó las proyecciones de las ventas enfocando en los precios de mercado de cada una de sus prendas de vestir, los cuales se detallan en la tabla N° 8, para lo cual se presentó un incremento de \$1,25 para cada producto hasta el segundo año, para los años posteriores se efectuó en \$1,50, excepto en la corbata lo cual su incremento fue de \$0,75. Las ventas totales en el primer año se obtuvo un valor de \$279.646,80 y para el último año fue de \$793.441,90.

Tabla N° 13 Precios de los productos ofertados por la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas mangas largas o 3/4	\$25,90	\$27,15	\$28,65	\$30,15	\$31,65
Pantalón pretina anatómica	\$28,50	\$29,75	\$31,25	\$32,75	\$34,25
Blazer forrado	\$52,00	\$53,25	\$54,75	\$56,25	\$57,75
Abrigo de lana	\$23,50	\$24,75	\$26,25	\$27,75	\$29,25
Camisa manga larga	\$27,90	\$29,15	\$30,65	\$32,15	\$33,65
Vestidos forrados	\$65,00	\$66,25	\$67,75	\$69,25	\$70,75
Pantalones de caballero	\$32,50	\$33,75	\$35,25	\$36,75	\$38,25
Leva	\$85,00	\$86,25	\$87,75	\$89,25	\$90,75
suéteres de caballero	\$35,00	\$36,25	\$37,75	\$39,25	\$40,75
Corbatas	\$12,50	\$13,25	\$14,00	\$14,75	\$15,50

Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

La tabla a continuación se presenta los diferentes productos que se oferta en la compañía con sus respectivas ventas anuales, este cálculo se procede mediante las ventas unitarias y los precios que se mantienen durante la operación de la empresa. Las ventas por meses en los diferentes años se lo visualizará en el [anexo 3](#).

En la tabla N° 14 se detallan anualmente los rubros de las ventas proyectadas.

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Tabla N° 14 Ventas totales de la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas mangas largas o 3/4	\$35.897,40	\$45.150,45	\$60.422,85	\$80.621,10	\$107.198,55
Pantalón pretina anatómica	\$27.531,00	\$35.343,00	\$46.437,50	\$61.897,50	\$81.789,00
Blazer forrado	\$50.232,00	\$63.261,00	\$81.358,50	\$106.312,50	\$137.907,00
Abrigo de lana	\$11.421,00	\$15.592,50	\$20.317,50	\$26.251,50	\$35.802,00
Camisa manga larga	\$11.885,40	\$16.615,50	\$21.884,10	\$27.681,15	\$37.149,60
Vestidos forrados	\$39.390,00	\$49.687,50	\$61.584,75	\$81.438,00	\$104.285,50
Pantalones de caballero	\$29.445,00	\$38.070,00	\$50.019,75	\$66.370,50	\$87.324,75
Leva	\$46.410,00	\$59.512,50	\$73.183,50	\$94.248,00	\$121.968,00
Suéter de caballero	\$19.110,00	\$25.012,50	\$31.483,50	\$41.448,00	\$54.768,00
Corbatas	\$8.325,00	\$10.732,50	\$14.126,00	\$19.116,00	\$25.249,50
TOTAL	\$279.646,80	\$358.977,45	\$460.817,95	\$605.384,25	\$793.441,90

Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

Los costos de ventas de la empresa se dan de acuerdo con todos los insumos que se necesitan para realizar las diferentes producciones de las prendas de vestir, además, ayuda a controlar los diferentes gastos o cambiar de proveedor si se da el caso de reducción en la adquisición de las materias primas.

Tabla N° 15 Costos individuales de los diferentes productos de la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas mangas largas o 3/4	17,00	18,25	19,50	20,75	22,00
Pantalón pretina anatómica	21,50	22,75	24,00	25,25	26,50
Blazer forrado	32,00	33,25	34,50	35,75	37,00
Abrigo de lana	15,00	16,25	17,50	18,75	20,00
Camisa manga larga	18,50	19,75	21,00	22,25	23,50
Vestidos forrados	34,00	35,25	36,50	37,75	39,00
Pantalones de caballero	19,00	20,25	21,50	22,75	24,00
Leva	51,00	52,25	53,50	54,75	56,00
Suéter de caballero	24,00	25,25	26,50	27,75	29,00
Corbatas	6,50	7,25	8,00	8,75	9,50

Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Los costos anuales presentados de forma mensual se los evidenciar en el [anexo 4](#), en los cuales mantiene la tendencia de crecimiento debido a la oferta y demanda que presenta la empresa.

Tabla N° 16 Costos totales de los diferentes productos de la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas mangas largas o 3/4	\$23.562,00	\$30.349,75	\$41.125,50	\$55.485,50	\$74.514,00
Pantalón pretina anatómica	\$20.769,00	\$27.027,00	\$35.664,00	\$47.722,50	\$63.282,00
Blazer forrado	\$30.912,00	\$39.501,00	\$51.267,00	\$67.567,50	\$88.356,00
Abrigo de lana	\$7.290,00	\$10.237,50	\$13.545,00	\$17.737,50	\$24.480,00
Camisa manga larga	\$7.881,00	\$11.257,50	\$14.994,00	\$19.157,25	\$25.944,00
Vestidos forrados	\$20.604,00	\$26.437,50	\$33.178,50	\$44.394,00	\$57.486,00
Pantalones de caballero	\$17.214,00	\$22.842,00	\$30.508,50	\$41.086,50	\$54.792,00
Leva	\$27.846,00	\$36.052,50	\$44.619,00	\$57.816,00	\$75.264,00
Suéter de caballero	\$13.104,00	\$17.422,50	\$22.101,00	\$29.304,00	\$38.976,00
Corbatas	\$4.329,00	\$5.872,50	\$8.072,00	\$11.340,00	\$15.475,50
SUELDOS	\$13.139,30	\$14.820,73	\$15.699,01	\$16.626,58	\$17.606,36
TOTAL	\$186.650,30	\$241.820,48	\$310.773,51	\$408.237,33	\$536.175,86

Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

3.2.5 Gastos proyectados

Los gastos de la empresa que se presentan proyectados se dan de acuerdo con los rubros de los sueldos de los operarios que la empresa pretende contratar para cubrir el incremento de las diferentes prendas de vestir, se tiene también el alquiler del establecimiento que se utiliza para las respectivas operaciones. El rubro de la publicidad tiene como objetivo el cliente final o el posible cliente potencia, para esto se tiene \$3.000 para los tres primeros meses de cada año con su respectivo incremento anual presentado en los supuestos financieros, este monto vario en el segundo trimestre del año con un valor de \$2.000, para los meses de octubre y noviembre se tiene un valor de \$2.000 y para los meses de agosto,

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

septiembre y diciembre presenta un valor de \$3.000. En la tabla N° 12 se detallan los valores de los gastos operacionales de los diferentes ítems de forma anual en el tiempo proyectado estudiado, en el [anexo 5](#) se indica de forma mensual.

Tabla N° 17 Gastos operaciones proyectado de forma anual (en dólares)

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	19.645,40	22.190,53	23.507,31	24.899,47	26.371,49
ALQUILER	11.000,00	11.220,00	11.444,40	11.673,29	11.906,75
LIMPIEZA	3.000,00	3.060,00	3.121,20	3.183,62	3.247,30
SERVICIOS BÁSICOS	5.400,00	5.508,00	5.618,16	5.730,52	5.845,13
SEGURIDAD	650,00	663,00	676,26	689,79	703,58
PUBLICIDAD	31.000,00	31.620,00	32.252,40	32.897,45	33.555,40
CAPACITACIÓN	1.000,00	1.020,00	1.040,40	1.061,21	1.082,43
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	500,00	510,00	520,20	530,60	541,22
MOVILIZACIÓN	7.200,00	7.344,00	7.490,88	7.640,70	7.793,51
SUMINISTROS DE OFICINA	1.020,00	1.040,40	1.061,21	1.082,43	1.104,08
COMISIONES	1.800,00	1.836,00	1.872,72	1.910,17	1.948,38
TOTAL	82.215,40	86.011,93	88.605,14	91.299,26	94.099,27

Fuente: Investigación de mercado
Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

3.2.6 Financiamiento Bancario

El financiamiento bancario que presenta el proyecto está dado por BAN Ecuador el cual es una entidad bancaria que otorga créditos con una tasa de interés atractiva, el cual es presentado a continuación en la tabla N° 18, en el cual muestra una tasa del 11,00%.

Posteriormente analizando a cuotas en 5 años los cuales se pagará \$460,63 de forma mensual por 60 meses estipulados en la proyección, además de pagar un interés de forma anual de \$2.164,24 para el primer año y para el último año se tiene \$315,74.

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Tabla N° 18 Proyección del préstamo bancario

Préstamo	\$21.186,00
Tasa anual	11,00%
Pagos por año	12
Tasa por período	0,92%
Plazo Deuda (años)	5
Cuotas (número)	60
Dividendo	\$460,63

Periodos anuales	0	1	2	3	4	5
Interés		\$2.164,24	\$1.775,04	\$1.340,79	\$856,30	\$315,74
Capital Pagado		\$3.363,38	\$3.752,58	\$4.186,83	\$4.671,32	\$5.211,88
Dividendos		\$5.527,62	\$5.527,62	\$5.527,62	\$5.527,62	\$5.527,62
Saldo	\$21.186,00	\$17.822,62	\$14.070,04	\$9.883,21	\$5.211,88	\$0,00

Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

3.2.7 Estados Financieros

Los estados financieros demuestran la estructura económica de la empresa en un periodo de tiempo determinado.

Tabla N° 19 Balance General

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		1	2	3	4	5
EFFECTIVO	66.300,00	71.553,48	94.324,25	139.866,25	218.677,53	338.534,26
A/F NETOS	4.320,00	3.556,00	2.792,00	2.028,00	1.264,00	500,00
ACTIVOS	70.620,00	75.109,48	97.116,25	141.894,25	219.941,53	339.034,26
CTAS.DOC. X PAGAR	-	2.846,66	10.369,68	21.508,76	37.782,42	58.756,55
PRÉSTAMO BCARIO.	21.186,00	17.822,62	14.070,04	9.883,21	5.211,88	-
PASIVOS	21.186,00	20.669,28	24.439,72	31.391,97	42.994,31	58.756,55
CAPITAL SOCIAL	49.434,00	49.434,00	49.434,00	49.434,00	49.434,00	49.434,00
RESERVA LEGAL	-	500,62	2.324,25	6.106,83	12.751,32	23.084,37
UTILIDADES RETENIDAS	-	4.505,58	20.918,28	54.961,45	114.761,90	207.759,34
PATRIMONIO	49.434,00	54.440,20	72.676,53	110.502,28	176.947,23	280.277,71
PASIVOS + PATRIMONIO	70.620,00	75.109,48	97.116,25	141.894,25	219.941,53	339.034,26

Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

En el estudio del presente proyecto se analizó el balance de situación inicial en el cual refleja en el momento de los activos, pasivos y patrimonio que la empresa va a manejar. La tabla N° 19 se exhibe los detalles del balance general. Además, se proyectó el estado de resultado donde se expone las estimaciones de la utilidad bruta en ventas y de los gastos desembolsables y no desembolsables, además de la utilidad operacional que esta va a generar.

Tabla N° 20 Estado de resultado y Flujo de caja de la empresa

RUBROS	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		279.646,80	358.977,45	460.817,95	605.384,25	793.441,90
- Costo de Ventas		186.650,30	241.820,48	310.773,51	408.237,33	536.175,86
Utilidad Bruta en Ventas		92.996,50	117.156,97	150.044,44	197.146,92	257.266,04
- Gastos desembolsables		82.215,40	86.011,93	88.605,14	91.299,26	94.099,27
- Gastos no desembolsables		764,00	764,00	764,00	764,00	764,00
Utilidad Operacional		10.017,10	30.381,05	60.675,30	105.083,67	162.402,77
- Gastos financiamiento		2.164,24	1.775,04	1.340,79	856,30	315,74
+/- Ing/Eg. No operacionales						
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores		7.852,86	28.606,01	59.334,51	104.227,37	162.087,04
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		1.177,93	4.290,90	8.900,18	15.634,11	24.313,06
Utilidad antes de Impuesto Renta		6.674,93	24.315,11	50.434,33	88.593,26	137.773,98
- 25% Impuesto Renta		1.668,73	6.078,78	12.608,58	22.148,32	34.443,49
Utilidad antes de Reserva Legal		5.006,20	18.236,33	37.825,75	66.444,95	103.330,48
- 10% Reserva Legal		500,62	1.823,63	3.782,57	6.644,49	10.333,05
Utilidad del ejercicio		4.505,58	16.412,70	34.043,17	59.800,45	92.997,44
+ Gastos no desembolsables		764,00	764,00	764,00	764,00	764,00
+ Reserva Legal		500,62	1.823,63	3.782,57	6.644,49	10.333,05
+ Deudas no pagadas en el periodo		2.846,66	10.369,68	21.508,76	37.782,42	58.756,55
- Deudas pagadas			2.846,66	10.369,68	21.508,76	37.782,42
- Amortización (cap. pagado)		3.363,38	3.752,58	4.186,83	4.671,32	5.211,88
+ Valor en Libros (si se vende)						
Inversión	-70.620,00					
Préstamo a largo plazo	21.186,00					
Flujo de Caja	-49.434,00	5.253,48	22.770,77	45.542,00	78.811,29	119.856,73

Fuente: Investigación de mercado
Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

De esta manera los rubros del reparto de utilidad a trabajadores en los cuales se incurre de forma anual, el impuesto a la renta, y la reserva legal. En la tabla N° 20 se detallan los diferentes pagos y ganancias de la empresa en el periodo de estudio. Por otra parte, se tiene el respectivo flujo de caja para el mismo tiempo proyectado.

3.2.8 Indicadores Económicos

Los indicadores económicos del proyecto representaran a la TIR (tasa interna de rendimiento), el VAN (valor actual neto) y el payback, los cuales mostraran el porcentaje en el cual la inversión es viable con respecto al WACC (Weighted Average Cost of Capital) o por coste promedio ponderado del capital, y el tiempo en el cual se va a recuperar el capital utilizado.

Las especificaciones que se deben considerar para el VAN son las siguientes:

- Si el van es mayor que cero, el valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión que se haya realizado en el proyecto, a la tasa de descuento utilizada generara beneficios.
- Si el van es igual a cero, el valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión que se haya realizado en el proyecto, a la tasa de descuento utilizada no generará ni beneficios ni pérdidas económicas.
- Si el van es menor que cero, el valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión que se haya realizado en el proyecto, a la tasa de descuento utilizada generara perdidas.

Lo establecido por el VAN y analizado en el proyecto en el cual su valor es de \$101.263,89, se concretará que el proyecto es viable, debido a que su valor es positivo.

Las consideraciones para la TIR se presentarán en cuestión de porcentajes, el cual es medido con el WACC y se realizará la respectiva comparación:

- Si la TIR es mayor al WACC, el proyecto será aceptado.
- Si la TIR es igual al WACC, el proyecto será aceptado o no, todo esto dependerá de las mejoras que se realicen dentro del mismo para generar una mejor competitividad.
- Si la TIR es menor que el WACC, el proyecto debe de rechazarse, debido a que no se alcanzará la rentabilidad mínima de inversión.

Lo establecido por la TIR demuestra que el proyecto genera una tasa del 57,42% con respecto al WACC que es de 16% por lo que el proyecto debe ser aceptado bajo todas consideraciones para la puesta en marcha.

El siguiente análisis se lo realizará para el payback en el cual se dispondrá de los meses necesarios para recuperar el capital invertido y el cual se mantendrá dentro del margen para posterior puesta en marcha. El payback para el proyecto estudiado es de 2 años y 12 meses, es decir de 3 años, los cuales está dentro del límite de estudio que es de cinco (5) años, el proyecto se sustenta como de buena inversión para empezar las respectivas operaciones.

3.2.9 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en su cantidad mínima para que los costes totales igualen a los ingresos totales y de esta forma no generar pérdidas y donde el beneficio es de cero. En el cálculo se establece el precio de venta unitario, costo de venta unitario y costo final del producto.

La empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio presenta su punto de equilibrio para el primer año con una rentabilidad de \$7.852,86, es decir que la compañía se mantiene en un 92% de esfuerzo para realizar dicha

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

utilidad, y para el año quinto se obtiene \$162.087,04, es decir un 37% de trabajo para recaudar dicho beneficio. La tabla N° 21 presenta a detalle el punto de equilibrio de la firma.

Tabla N° 21 Punto de equilibrio proyectado durante los cinco años

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 85.143,64	\$ 88.550,96	\$ 90.709,93	\$ 92.919,55	\$ 95.179,01
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 92.996,50	\$ 117.156,97	\$ 150.044,44	\$ 197.146,92	\$ 257.266,04
% Equilibrio	92%	76%	60%	47%	37%
VENTAS	\$ 279.646,80	\$ 358.977,45	\$ 460.817,95	\$ 605.384,25	\$ 793.441,90
COSTOS VARIABLES	\$ 186.650,30	\$ 241.820,48	\$ 310.773,51	\$ 408.237,33	\$ 536.175,86
COSTOS FIJOS	\$ 85.143,64	\$ 88.550,96	\$ 90.709,93	\$ 92.919,55	\$ 95.179,01
UTILIDAD	\$7.852,86	\$28.606,01	\$59.334,51	\$104.227,37	\$162.087,04

Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

3.2.10 Ratios Financieros De La Empresa

Los ratios o indicadores financieros permiten establecer la rentabilidad, la liquidez, el endeudamiento y la rotación, para esto se analizará la razón corriente en la cual se presenta para el primer año en \$25,14 lo cual nos permite cubrir la deuda el pasivo a corto plazo y para el último año es de \$5,76 para lo cual la empresa se mantiene apta para cubrir sus obligaciones.

La rotación del activo total se da mediante las ventas entre los activos y lo cual se presentará para el primer año de 3,72 y para el ultimo años de 2,34 esto permite analizar la eficiencia de la compañía al momento de gestionar los activos para producir nuevas ventas. Por otro lado, el endeudamiento de la firma se va reduciendo con el pasar de los años es decir para el primer año es de \$0,28 y para el último año es de \$0,17, lo que indica la utilización de recursos ajenos (pasivos) para poder solventar es muy baja, en otras palabras, se tiene \$1 para cubrir \$0,28 de la deuda.

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

La rentabilidad es la referencia del beneficio que obtendrá la empresa por la totalidad de las inversiones realizadas, su resultado se lo evidenciará en porcentajes. La empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio utilizará el ROE en relación de la utilidad neta sobre su patrimonio en el cual se proyecta en un 8,28% para el primer año, y para el último año es de 33,18%, es decir que va en un crecimiento y la compañía se mantiene estable. Por otro lado, el ROA en cambio su análisis se da mediante la utilidad neta sobre los activos y como se los usa de manera eficiente, para el proyecto en el primer año se da en un 6,00% y para el último año es de 27,43% lo que indica que está en un buen estado la parte económica de la empresa. En la tabla N° 22 se detallan los otros ratios financieros como la cobertura del pasivo financiero, del gasto financiero, etc.

Tabla N° 22 Ratios Financieros Proyectados

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 25,14	\$ 9,10	\$ 6,50	\$ 5,79	\$ 5,76
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$68.706,82	\$ 83.954,57	\$118.357,49	\$180.895,11	\$279.777,71
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ACTIVOS	3,72	3,70	3,25	2,75	2,34
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	\$ 0,28	\$ 0,25	\$ 0,22	\$ 0,20	\$ 0,17
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$ 0,38	\$ 0,34	\$ 0,28	\$ 0,24	\$ 0,21
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	\$ 0,06	\$ 0,04	\$ 0,02	\$ 0,01	\$ 0,00
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$ 4,63	\$ 17,12	\$ 45,25	\$ 122,72	\$ 514,36
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	33,25%	32,64%	32,56%	32,57%	32,42%
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	3,58%	8,46%	13,17%	17,36%	20,47%
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	1,61%	4,57%	7,39%	9,88%	11,72%
ROA	UT NE/ ACTIVOS	6,00%	16,90%	23,99%	27,19%	27,43%
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	8,28%	22,58%	30,81%	33,80%	33,18%

Fuente: Investigación de mercado
 Autor: Kimberly Dayanna Castillo Intriago

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

El presente proyecto se da en un tiempo de cinco para los cuales se realizaron todos los análisis y se puede concluir que:

- El proyecto es viable, debido a que sus indicadores económicos como la TIR es del 57,42% el cual es superior al WACC que indico un 16%. Además, su VAN es positivo y tiene un rubro de \$101.263,89.
- El tiempo estimado de recuperación (payback) es de 2 años y 12 meses, es decir de 3 años, lo que indica que está dentro del horizonte de estudio del proyecto de cinco años y en un tiempo prudente para su compensación para los inversionistas.
- El punto de equilibrio se establece en porcentaje dejando un precedente de una reducción de fuerza para conseguir la estabilización y marcando una utilidad en crecimiento constante, por lo tanto, la empresa con el pasar de los meses se acentúa en el mercado de la mejor forma obteniendo réditos.
- Los ratios financieros de la firma presentaron un balance positivo en su razón corriente debido con el pasar de los años mantiene un margen positivo para cubrir las deudas a corto plazo, siendo muy adecuado para ver con mejor manera el horizonte a una posible reinversión. Los márgenes de rentabilidad como el ROA y el ROE se mantienen en un constante crecimiento en el transcurso de los años.

Recomendaciones

La empresa debe mantener en consideración revisiones constantes para seguir manteniendo la eficiencia y eficacia, por lo tanto, se recomienda los siguientes puntos a considerar y evaluar:

- Se da un visto positivo para la iniciación de puesta en marcha del proyecto durante los cinco años en los cuales se realizó el estudio y todas las proyecciones.
- Revisar la demanda proyectada, debido al crecimiento del mercado para abarcar más público objetivo o llegar a más ciudades.
- Evaluar al personal de la empresa para que mantengan el mismo servicio y atención al cliente, además de llevar un feedback adecuado para realizar mejoras, esto se lo realizará de forma mensual.
- Revisar los gastos y costos en las elaboraciones de materia prima para tomar decisiones de cambios de proveedores sin estos tienden a bajar sus rubros en la materia prima, siempre y cuando manteniendo la calidad de todas las prendas de vestir.
- Considerar la revisión de la cartera de productos para el aumento de nuevas líneas de ropa para otros segmentos de mercado.

Bibliografía

- Balarezo cabezas, T. T., & Jaya Espín, F. D. (s.f.). Estimación de los costos de producción para la empresa textil caso prendas de vestir en la ciudad de Quito. *Estimación de los costos de producción para la empresa textil caso prendas de vestir en la ciudad de Quito*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, Quito, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4180/1/UPS-QT03542.pdf>
- Basantes, J., González, M., & Bonilla, E. (2015). Caracterización de las pequeñas y medianas empresas en el sector textil de la economía ecuatoriana. *Caracterización de las pequeñas y medianas empresas en el sector textil de la economía ecuatoriana*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.
- Coba, G. (9 de Mayo de 2022). *Primicias*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/exportaciones-salvavidas-sector-textil-ecuador/>
- Cubillos, D. (2002). *El cuerpo y la moda Una visión sociológica*. Barcelona. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51731501/El_cuerpo_y_la_moda_Una_vision_sociologi-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1657583847&Signature=fGvzJp76Yj~T9JcgO3lcbFrRCOgs3dBbLy1aSvrHDIV4gAe5suha2KE3f2GEIG7DDRjzjURILeqjJY0CBW1d7nCBMh2m1J7mclcMgwhnXOj5LoFAVtT
- E3, R. (15 de Febrero de 2021). *E3 Inicio*. Obtenido de E3 Inicio: <https://economia3.com/en-que-consiste-el-secreto-del-exito-de-zara/>

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

El Comercio. (28 de Octubre de 2014). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/calidad-tela-ecuador-satisface-productores.html>

Gómez, C. (2017). *¿Cómo reconocer un textil de calidad? ¿Cómo reconocer un textil de calidad?* LAFAYETTE, Colombia, Colombia. Obtenido de <https://www.lafayette.com/reconocer-textil-calidad/>

Gomez, S. A. (26 de Mayo de 2021). *EOB*. Obtenido de EOB: <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-el-ecuador/#:~:text=Para%20las%20principales%20compa%C3%B1%C3%ADas%20textiles,S.A%2C%20CONFECCIONES%20RECREATIVAS%20FIBRAN%20C%C3%ADA>.

Gonzales Litman, T. (12 de Mayo de 2022). *Fashion Network*. Obtenido de Fashion Network: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Ecuador-preve-una-recuperacion-total-de-su-industria-textil-este-ano,1405056.html#:~:text=El%20pa%C3%ADs%20termin%C3%B3%202021%20con,de%20907%20millones%20de%20d%C3%B3lar es>.

Inspectorio. (17 de Enero de 2017). Obtenido de Inspectorio: <https://inspectorio.com/es/blog/7-ropa-defectos-evitados>

Moda y Belleza. (9 de Diciembre de 2021). *Moda y Belleza*. Obtenido de Moda y Belleza: https://escuelaversailles.com/que-es-el-diseno-de-moda-y-que-funciones-realiza-un-disenador-de-moda/#%C2%BFQue_es_el_diseno_de_moda

Moreira, A. N. (2021). Sombrero fino de paja toquilla. *Identificación del trabajo artesanal y su efecto en el crecimiento de la oferta, caso de estudio Montecuatorhats, Montecristi*. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Manabí, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2982/1/MOREIRA%20VEGA%20ANGIE.pdf>

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Paulino, H. (14 de Abril de 2021). *Feliz costura*. Obtenido de Feliz costura:
<https://felizcostura.com/arreglos-de-ropa-que-todos-deberian-saber/>

Pazmiño, C. (26 de Febrero de 2018). *Revalorizando lo artesanal, redescubriendo lo hecho a mano*. Obtenido de Revalorizando lo artesanal, redescubriendo lo hecho a mano:
<https://www.impaqto.net/revalorizando-lo-artesanal-redescubriendo-lo-hecho-mano/>

Rojas, N. (2005). *Moda y Comunicación. Moda y Comunicación*. Universidad Abierta Interamericana. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39973480/TC063896_copy-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1657583850&Signature=edky9CaX9kgVs3hq5sl6bYrcJ~pzhL6wDD6uK9QZ5eScKXyOumhJLXI0M7QQpQ8SmN8yrNto7QJDC2nsWTcJOD3HdDqnz3w6miW7Qs0GXZEZnjGMcAS0hhJB-JLARw~N0-GZ8X1Xow4

Sanchez, M. (2019). *La gestión de la moda sostenible como estrategia empresarial. La gestión de la moda sostenible como estrategia empresarial*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Obtenido de <file:///C:/Users/Daniel/Downloads/S%C3%A1nchez%20Mar%C3%ADa%20Emilia.pdf>

Ucha, F. (Noviembre de 2015). *Definición de fibras sintética*. Obtenido de Definición de fibras sintética:
<https://www.definicionabc.com/general/fibras-sinteticas.php>

Anexos

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Anexo 1

Proyección de los sueldos del área administrativa de la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Director de marketing	\$750,00	\$62,50	\$35,42		\$91,13	\$939,04
Contador	\$550,00	\$45,83	\$35,42		\$66,83	\$698,08
Total mensual	\$1.300,00	\$108,33	\$70,83		\$157,95	\$1.637,12

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Director de marketing	\$794,63	\$66,22	\$37,50	\$66,19	\$96,55	\$1.061,08
Contador	\$582,73	\$48,56	\$37,50	\$48,54	\$70,80	\$788,13
Total mensual	\$1.377,35	\$114,78	\$75,00	\$114,73	\$167,35	\$1.849,21

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Director de marketing	\$841,91	\$70,16	\$39,58	\$70,13	\$102,29	\$1.124,07
Contador	\$617,40	\$51,45	\$39,58	\$51,43	\$75,01	\$834,87
Total mensual	\$1.459,30	\$121,61	\$79,17	\$121,56	\$177,31	\$1.958,94

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Director de marketing	\$892,00	\$74,33	\$41,67	\$74,30	\$108,38	\$1.190,68
Contador	\$654,13	\$54,51	\$41,67	\$54,49	\$79,48	\$884,28
Total mensual	\$1.546,13	\$128,84	\$83,33	\$128,79	\$187,85	\$2.074,96

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Director de marketing	\$945,07	\$78,76	\$43,75	\$78,72	\$114,83	\$1.261,13
Contador	\$693,05	\$57,75	\$43,75	\$57,73	\$84,21	\$936,49
Total mensual	\$1.638,13	\$136,51	\$87,50	\$136,46	\$199,03	\$2.197,62

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Proyección de los sueldos del área operativa de la empresa Liz Castello Fashion Atelier Studio

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	\$425,00	\$35,42	\$35,42		\$51,64	\$547,47
Operario 2	\$425,00	\$35,42	\$35,42		\$51,64	\$547,47
Total mensual	\$850,00	\$70,83	\$70,83		\$103,28	\$1.094,94

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	\$450,29	\$37,52	\$37,50	\$37,51	\$54,71	\$617,53
Operario 2	\$450,29	\$37,52	\$37,50	\$37,51	\$54,71	\$617,53
Total mensual	\$900,58	\$75,05	\$75,00	\$75,02	\$109,42	\$1.235,06

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	\$477,08	\$39,76	\$39,58	\$39,74	\$57,97	\$654,13
Operario 2	\$477,08	\$39,76	\$39,58	\$39,74	\$57,97	\$654,13
Total mensual	\$954,16	\$79,51	\$79,17	\$79,48	\$115,93	\$1.308,25

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	\$505,47	\$42,12	\$41,67	\$42,11	\$61,41	\$692,77
Operario 2	\$505,47	\$42,12	\$41,67	\$42,11	\$61,41	\$692,77
Total mensual	\$1.010,93	\$84,24	\$83,33	\$84,21	\$122,83	\$1.385,55

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	\$535,54	\$44,63	\$43,75	\$44,61	\$65,07	\$733,60
Operario 2	\$535,54	\$44,63	\$43,75	\$44,61	\$65,07	\$733,60
Total mensual	\$1.071,08	\$89,26	\$87,50	\$89,22	\$130,14	\$1.467,20

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Anexo 2

Productos ofertados (demanda) por la empresa de forma mensual Liz Castello Fashion Atelier Studio, año 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Blusas mangas largas o 3/4	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	1.386
Pantalón pretina anatómica	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	966
Blazer forrado	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	966
Abrigo de lana	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	486
Camisa manga larga	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	426
Vestidos forrados	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	606
Pantalones de caballero	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	906
Leva	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	546
Suéter de caballero	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	546
Corbatas	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	666
TOTAL	570	580	590	600	610	620	630	640	650	660	670	680	7.500

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Productos ofertados (demanda) por la empresa de forma mensual Liz Castello Fashion Atelier Studio, año 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Blusas mangas largas o 3/4	123	125	128	131	134	137	140	143	146	149	152	155	1.663
Pantalón pretina anatómica	88	90	92	94	96	98	100	102	104	106	108	110	1.188
Blazer forrado	88	90	92	94	96	98	100	102	104	106	108	110	1.188
Abrigo de lana	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	630
Camisa manga larga	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	570
Vestidos forrados	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	750
Pantalones de caballero	83	85	87	89	91	93	95	97	99	101	103	105	1.128
Leva	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	690
Suéter de caballero	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	690
Corbatas	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	810
TOTAL	694	708	723	738	753	768	783	798	813	828	843	858	9.307

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Productos ofertados (demanda) por la empresa de forma mensual Liz Castello Fashion Atelier Studio, año 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Blusas mangas largas o 3/4	158	161	164	167	170	173	176	180	184	188	192	196	2.109
Pantalón pretina anatómica	112	114	116	118	120	122	124	126	129	132	135	138	1.486
Blazer forrado	112	114	116	118	120	122	124	126	129	132	135	138	1.486
Abrigo de lana	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	774
Camisa manga larga	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	714
Vestidos forrados	69	70	71	72	73	74	75	77	79	81	83	85	909
Pantalones de caballero	107	109	111	113	115	117	119	121	123	125	128	131	1.419
Leva	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	834
Suéter de caballero	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	834
Corbatas	74	75	77	79	81	83	85	87	89	91	93	95	1.009
TOTAL	873	888	904	920	936	952	968	986	1.006	1.026	1.047	1.068	11.574

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Productos ofertados (demanda) por la empresa de forma mensual Liz Castello Fashion Atelier Studio, año 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Blusas mangas largas o 3/4	200	204	208	212	216	220	224	228	233	238	243	248	2.674
Pantalón pretina anatómica	141	144	147	150	153	156	159	162	165	168	171	174	1.890
Blazer forrado	141	144	147	150	153	156	159	162	165	168	171	174	1.890
Abrigo de lana	71	72	73	74	75	77	79	81	83	85	87	89	946
Camisa manga larga	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	77	79	861
Vestidos forrados	87	89	91	93	95	97	99	101	103	105	107	109	1.176
Pantalones de caballero	134	137	140	143	146	149	152	155	158	161	164	167	1.806
Leva	77	79	81	83	85	87	89	91	93	95	97	99	1.056
Suéter de caballero	77	79	81	83	85	87	89	91	93	95	97	99	1.056
Corbatas	97	99	101	103	105	107	109	111	113	115	117	119	1.296
TOTAL	1.091	1.114	1.137	1.160	1.183	1.207	1.231	1.255	1.280	1.305	1.331	1.357	14.651

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Productos ofertados (demanda) por la empresa de forma mensual Liz Castello Fashion Atelier Studio, año 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Blusas mangas largas o 3/4	253	258	263	268	273	278	284	290	296	302	308	314	3.387
Pantalón pretina anatómica	177	181	185	189	193	197	201	205	209	213	217	221	2.388
Blazer forrado	177	181	185	189	193	197	201	205	209	213	217	221	2.388
Abrigo de lana	91	93	95	97	99	101	103	105	107	109	111	113	1.224
Camisa manga larga	81	83	85	87	89	91	93	95	97	99	101	103	1.104
Vestidos forrados	111	113	115	117	119	121	123	125	128	131	134	137	1.474
Pantalones de caballero	170	173	176	180	184	188	192	196	200	204	208	212	2.283
Leva	101	103	105	107	109	111	113	115	117	119	121	123	1.344
Suéter de caballero	101	103	105	107	109	111	113	115	117	119	121	123	1.344
Corbatas	121	123	125	128	131	134	137	140	143	146	149	152	1.629
TOTAL	1.383	1.411	1.439	1.469	1.499	1.529	1.560	1.591	1.623	1.655	1.687	1.719	18.565

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Anexo 3

Proyección de las ventas anuales de forma mensual, año 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Blusas mangas largas o 3/4	2.849,00	2.874,90	2.900,80	2.926,70	2.952,60	2.978,50	3.004,40	3.030,30	3.056,20	3.082,10	3.108,00	3.133,90	35.897,40
Pantalón pretina anatómica	2.137,50	2.166,00	2.194,50	2.223,00	2.251,50	2.280,00	2.308,50	2.337,00	2.365,50	2.394,00	2.422,50	2.451,00	27.531,00
Blazer forrado	3.900,00	3.952,00	4.004,00	4.056,00	4.108,00	4.160,00	4.212,00	4.264,00	4.316,00	4.368,00	4.420,00	4.472,00	50.232,00
Abrigo de lana	822,50	846,00	869,50	893,00	916,50	940,00	963,50	987,00	1.010,50	1.034,00	1.057,50	1.081,00	11.421,00
Camisa manga larga	837,00	864,90	892,80	920,70	948,60	976,50	1.004,40	1.032,30	1.060,20	1.088,10	1.116,00	1.143,90	11.885,40
Vestidos forrados	2.925,00	2.990,00	3.055,00	3.120,00	3.185,00	3.250,00	3.315,00	3.380,00	3.445,00	3.510,00	3.575,00	3.640,00	39.390,00
Pantalones de caballero	2.275,00	2.307,50	2.340,00	2.372,50	2.405,00	2.437,50	2.470,00	2.502,50	2.535,00	2.567,50	2.600,00	2.632,50	29.445,00
Leva	3.400,00	3.485,00	3.570,00	3.655,00	3.740,00	3.825,00	3.910,00	3.995,00	4.080,00	4.165,00	4.250,00	4.335,00	46.410,00
Suéter de caballero	1.400,00	1.435,00	1.470,00	1.505,00	1.540,00	1.575,00	1.610,00	1.645,00	1.680,00	1.715,00	1.750,00	1.785,00	19.110,00
Corbatas	625,00	637,50	650,00	662,50	675,00	687,50	700,00	712,50	725,00	737,50	750,00	762,50	8.325,00
TOTAL	21.171,00	21.558,80	21.946,60	22.334,40	22.722,20	23.110,00	23.497,80	23.885,60	24.273,40	24.661,20	25.049,00	25.436,80	279.646,80

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Proyección de las ventas anuales de forma mensual, año 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Blusas mangas largas o 3/4	3.339,45	3.393,75	3.475,20	3.556,65	3.638,10	3.719,55	3.801,00	3.882,45	3.963,90	4.045,35	4.126,80	4.208,25	45.150,45
Pantalón pretina anatómica	2.618,00	2.677,50	2.737,00	2.796,50	2.856,00	2.915,50	2.975,00	3.034,50	3.094,00	3.153,50	3.213,00	3.272,50	35.343,00
Blazer forrado	4.686,00	4.792,50	4.899,00	5.005,50	5.112,00	5.218,50	5.325,00	5.431,50	5.538,00	5.644,50	5.751,00	5.857,50	63.261,00
Abrigo de lana	1.163,25	1.188,00	1.212,75	1.237,50	1.262,25	1.287,00	1.311,75	1.336,50	1.361,25	1.386,00	1.410,75	1.435,50	15.592,50
Camisa manga larga	1.224,30	1.253,45	1.282,60	1.311,75	1.340,90	1.370,05	1.399,20	1.428,35	1.457,50	1.486,65	1.515,80	1.544,95	16.615,50
Vestidos forrados	3.776,25	3.842,50	3.908,75	3.975,00	4.041,25	4.107,50	4.173,75	4.240,00	4.306,25	4.372,50	4.438,75	4.505,00	49.687,50
Pantalones de caballero	2.801,25	2.868,75	2.936,25	3.003,75	3.071,25	3.138,75	3.206,25	3.273,75	3.341,25	3.408,75	3.476,25	3.543,75	38.070,00
Leva	4.485,00	4.571,25	4.657,50	4.743,75	4.830,00	4.916,25	5.002,50	5.088,75	5.175,00	5.261,25	5.347,50	5.433,75	59.512,50
Suéter de caballero	1.885,00	1.921,25	1.957,50	1.993,75	2.030,00	2.066,25	2.102,50	2.138,75	2.175,00	2.211,25	2.247,50	2.283,75	25.012,50
Corbatas	821,50	834,75	848,00	861,25	874,50	887,75	901,00	914,25	927,50	940,75	954,00	967,25	10.732,50
TOTAL	26.800,00	27.343,70	27.914,55	28.485,40	29.056,25	29.627,10	30.197,95	30.768,80	31.339,65	31.910,50	32.481,35	33.052,20	358.977,45

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Proyección de las ventas anuales de forma mensual, año 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Blusas mangas largas o 3/4	4.526,70	4.612,65	4.698,60	4.784,55	4.870,50	4.956,45	5.042,40	5.157,00	5.271,60	5.386,20	5.500,80	5.615,40	60.422,85
Pantalón pretina anatómica	3.500,00	3.562,50	3.625,00	3.687,50	3.750,00	3.812,50	3.875,00	3.937,50	4.031,25	4.125,00	4.218,75	4.312,50	46.437,50
Blazer forrado	6.132,00	6.241,50	6.351,00	6.460,50	6.570,00	6.679,50	6.789,00	6.898,50	7.062,75	7.227,00	7.391,25	7.555,50	81.358,50
Abrigo de lana	1.548,75	1.575,00	1.601,25	1.627,50	1.653,75	1.680,00	1.706,25	1.732,50	1.758,75	1.785,00	1.811,25	1.837,50	20.317,50
Camisa manga larga	1.655,10	1.685,75	1.716,40	1.747,05	1.777,70	1.808,35	1.839,00	1.869,65	1.900,30	1.930,95	1.961,60	1.992,25	21.884,10
Vestidos forrados	4.674,75	4.742,50	4.810,25	4.878,00	4.945,75	5.013,50	5.081,25	5.216,75	5.352,25	5.487,75	5.623,25	5.758,75	61.584,75
Pantalones de caballero	3.771,75	3.842,25	3.912,75	3.983,25	4.053,75	4.124,25	4.194,75	4.265,25	4.335,75	4.406,25	4.512,00	4.617,75	50.019,75
Leva	5.616,00	5.703,75	5.791,50	5.879,25	5.967,00	6.054,75	6.142,50	6.230,25	6.318,00	6.405,75	6.493,50	6.581,25	73.183,50
Suéter de caballero	2.416,00	2.453,75	2.491,50	2.529,25	2.567,00	2.604,75	2.642,50	2.680,25	2.718,00	2.755,75	2.793,50	2.831,25	31.483,50
Corbatas	1.036,00	1.050,00	1.078,00	1.106,00	1.134,00	1.162,00	1.190,00	1.218,00	1.246,00	1.274,00	1.302,00	1.330,00	14.126,00
TOTAL	34.877,05	35.469,65	36.076,25	36.682,85	37.289,45	37.896,05	38.502,65	39.205,65	39.994,65	40.783,65	41.607,90	42.432,15	460.817,95

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Proyección de las ventas anuales de forma mensual, año 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Blusas mangas largas o 3/4	6.030,00	6.150,60	6.271,20	6.391,80	6.512,40	6.633,00	6.753,60	6.874,20	7.024,95	7.175,70	7.326,45	7.477,20	80.621,10
Pantalón pretina anatómica	4.617,75	4.716,00	4.814,25	4.912,50	5.010,75	5.109,00	5.207,25	5.305,50	5.403,75	5.502,00	5.600,25	5.698,50	61.897,50
Blazer forrado	7.931,25	8.100,00	8.268,75	8.437,50	8.606,25	8.775,00	8.943,75	9.112,50	9.281,25	9.450,00	9.618,75	9.787,50	106.312,50
Abrigo de lana	1.970,25	1.998,00	2.025,75	2.053,50	2.081,25	2.136,75	2.192,25	2.247,75	2.303,25	2.358,75	2.414,25	2.469,75	26.251,50
Camisa manga larga	2.121,90	2.154,05	2.186,20	2.218,35	2.250,50	2.282,65	2.314,80	2.346,95	2.379,10	2.411,25	2.475,55	2.539,85	27.681,15
Vestidos forrados	6.024,75	6.163,25	6.301,75	6.440,25	6.578,75	6.717,25	6.855,75	6.994,25	7.132,75	7.271,25	7.409,75	7.548,25	81.438,00
Pantalones de caballero	4.924,50	5.034,75	5.145,00	5.255,25	5.365,50	5.475,75	5.586,00	5.696,25	5.806,50	5.916,75	6.027,00	6.137,25	66.370,50
Leva	6.872,25	7.050,75	7.229,25	7.407,75	7.586,25	7.764,75	7.943,25	8.121,75	8.300,25	8.478,75	8.657,25	8.835,75	94.248,00
Suéter de caballero	3.022,25	3.100,75	3.179,25	3.257,75	3.336,25	3.414,75	3.493,25	3.571,75	3.650,25	3.728,75	3.807,25	3.885,75	41.448,00
Corbatas	1.430,75	1.460,25	1.489,75	1.519,25	1.548,75	1.578,25	1.607,75	1.637,25	1.666,75	1.696,25	1.725,75	1.755,25	19.116,00
TOTAL	44.945,65	45.928,40	46.911,15	47.893,90	48.876,65	49.887,15	50.897,65	51.908,15	52.948,80	53.989,45	55.062,25	56.135,05	605.384,25

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Proyección de las ventas anuales de forma mensual, año 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Blusas mangas largas o 3/4	8.007,45	8.165,70	8.323,95	8.482,20	8.640,45	8.798,70	8.988,60	9.178,50	9.368,40	9.558,30	9.748,20	9.938,10	107.198,55
Pantalón pretina anatómica	6.062,25	6.199,25	6.336,25	6.473,25	6.610,25	6.747,25	6.884,25	7.021,25	7.158,25	7.295,25	7.432,25	7.569,25	81.789,00
Blazer forrado	10.221,75	10.452,75	10.683,75	10.914,75	11.145,75	11.376,75	11.607,75	11.838,75	12.069,75	12.300,75	12.531,75	12.762,75	137.907,00
Abrigo de lana	2.661,75	2.720,25	2.778,75	2.837,25	2.895,75	2.954,25	3.012,75	3.071,25	3.129,75	3.188,25	3.246,75	3.305,25	35.802,00
Camisa manga larga	2.725,65	2.792,95	2.860,25	2.927,55	2.994,85	3.062,15	3.129,45	3.196,75	3.264,05	3.331,35	3.398,65	3.465,95	37.149,60
Vestidos forrados	7.853,25	7.994,75	8.136,25	8.277,75	8.419,25	8.560,75	8.702,25	8.843,75	9.056,00	9.268,25	9.480,50	9.692,75	104.285,50
Pantalones de caballero	6.502,50	6.617,25	6.732,00	6.885,00	7.038,00	7.191,00	7.344,00	7.497,00	7.650,00	7.803,00	7.956,00	8.109,00	87.324,75
Leva	9.165,75	9.347,25	9.528,75	9.710,25	9.891,75	10.073,25	10.254,75	10.436,25	10.617,75	10.799,25	10.980,75	11.162,25	121.968,00
Suéter de caballero	4.115,75	4.197,25	4.278,75	4.360,25	4.441,75	4.523,25	4.604,75	4.686,25	4.767,75	4.849,25	4.930,75	5.012,25	54.768,00
Corbatas	1.875,50	1.906,50	1.937,50	1.984,00	2.030,50	2.077,00	2.123,50	2.170,00	2.216,50	2.263,00	2.309,50	2.356,00	25.249,50
TOTAL	59.191,60	60.393,90	61.596,20	62.852,25	64.108,30	65.364,35	66.652,05	67.939,75	69.298,20	70.656,65	72.015,10	73.373,55	793.441,90

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Anexo 4

Proyección de los costos anuales de forma mensual, año 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Blusas mangas largas o 3/4	1.870,00	1.887,00	1.904,00	1.921,00	1.938,00	1.955,00	1.972,00	1.989,00	2.006,00	2.023,00	2.040,00	2.057,00	23.562,00
Pantalón pretina anatómica	1.612,50	1.634,00	1.655,50	1.677,00	1.698,50	1.720,00	1.741,50	1.763,00	1.784,50	1.806,00	1.827,50	1.849,00	20.769,00
Blazer forrado	2.400,00	2.432,00	2.464,00	2.496,00	2.528,00	2.560,00	2.592,00	2.624,00	2.656,00	2.688,00	2.720,00	2.752,00	30.912,00
Abrigo de lana	525,00	540,00	555,00	570,00	585,00	600,00	615,00	630,00	645,00	660,00	675,00	690,00	7.290,00
Camisa manga larga	555,00	573,50	592,00	610,50	629,00	647,50	666,00	684,50	703,00	721,50	740,00	758,50	7.881,00
Vestidos forrados	1.530,00	1.564,00	1.598,00	1.632,00	1.666,00	1.700,00	1.734,00	1.768,00	1.802,00	1.836,00	1.870,00	1.904,00	20.604,00
Pantalones de caballero	1.330,00	1.349,00	1.368,00	1.387,00	1.406,00	1.425,00	1.444,00	1.463,00	1.482,00	1.501,00	1.520,00	1.539,00	17.214,00
Leva	2.040,00	2.091,00	2.142,00	2.193,00	2.244,00	2.295,00	2.346,00	2.397,00	2.448,00	2.499,00	2.550,00	2.601,00	27.846,00
Suéter de caballero	960,00	984,00	1.008,00	1.032,00	1.056,00	1.080,00	1.104,00	1.128,00	1.152,00	1.176,00	1.200,00	1.224,00	13.104,00
Corbatas	325,00	331,50	338,00	344,50	351,00	357,50	364,00	370,50	377,00	383,50	390,00	396,50	4.329,00
SUELDOS	1.094,94	1.094,94	1.094,94	1.094,94	1.094,94	1.094,94	1.094,94	1.094,94	1.094,94	1.094,94	1.094,94	1.094,94	13.139,30
TOTAL	14.242,44	14.480,94	14.719,44	14.957,94	15.196,44	15.434,94	15.673,44	15.911,94	16.150,44	16.388,94	16.627,44	16.865,94	186.650,30

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Proyección de los costos anuales de forma mensual, año 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Blusas mangas largas o 3/4	2.244,75	2.281,25	2.336,00	2.390,75	2.445,50	2.500,25	2.555,00	2.609,75	2.664,50	2.719,25	2.774,00	2.828,75	30.349,75
Pantalón pretina anatómica	2.002,00	2.047,50	2.093,00	2.138,50	2.184,00	2.229,50	2.275,00	2.320,50	2.366,00	2.411,50	2.457,00	2.502,50	27.027,00
Blazer forrado	2.926,00	2.992,50	3.059,00	3.125,50	3.192,00	3.258,50	3.325,00	3.391,50	3.458,00	3.524,50	3.591,00	3.657,50	39.501,00
Abrigo de lana	763,75	780,00	796,25	812,50	828,75	845,00	861,25	877,50	893,75	910,00	926,25	942,50	10.237,50
Camisa manga larga	829,50	849,25	869,00	888,75	908,50	928,25	948,00	967,75	987,50	1.007,25	1.027,00	1.046,75	11.257,50
Vestidos forrados	2.009,25	2.044,50	2.079,75	2.115,00	2.150,25	2.185,50	2.220,75	2.256,00	2.291,25	2.326,50	2.361,75	2.397,00	26.437,50
Pantalones de caballero	1.680,75	1.721,25	1.761,75	1.802,25	1.842,75	1.883,25	1.923,75	1.964,25	2.004,75	2.045,25	2.085,75	2.126,25	22.842,00
Leva	2.717,00	2.769,25	2.821,50	2.873,75	2.926,00	2.978,25	3.030,50	3.082,75	3.135,00	3.187,25	3.239,50	3.291,75	36.052,50
Suéter de caballero	1.313,00	1.338,25	1.363,50	1.388,75	1.414,00	1.439,25	1.464,50	1.489,75	1.515,00	1.540,25	1.565,50	1.590,75	17.422,50
Corbatas	449,50	456,75	464,00	471,25	478,50	485,75	493,00	500,25	507,50	514,75	522,00	529,25	5.872,50
SUELDOS	1.235,06	1.235,06	1.235,06	1.235,06	1.235,06	1.235,06	1.235,06	1.235,06	1.235,06	1.235,06	1.235,06	1.235,06	14.820,73
TOTAL	18.170,56	18.515,56	18.878,81	19.242,06	19.605,31	19.968,56	20.331,81	20.695,06	21.058,31	21.421,56	21.784,81	22.148,06	241.820,48

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Proyección de los costos anuales de forma mensual, año 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Blusas mangas largas o 3/4	3.081,00	3.139,50	3.198,00	3.256,50	3.315,00	3.373,50	3.432,00	3.510,00	3.588,00	3.666,00	3.744,00	3.822,00	41.125,50
Pantalón pretina anatómica	2.688,00	2.736,00	2.784,00	2.832,00	2.880,00	2.928,00	2.976,00	3.024,00	3.096,00	3.168,00	3.240,00	3.312,00	35.664,00
Blazer forrado	3.864,00	3.933,00	4.002,00	4.071,00	4.140,00	4.209,00	4.278,00	4.347,00	4.450,50	4.554,00	4.657,50	4.761,00	51.267,00
Abrigo de lana	1.032,50	1.050,00	1.067,50	1.085,00	1.102,50	1.120,00	1.137,50	1.155,00	1.172,50	1.190,00	1.207,50	1.225,00	13.545,00
Camisa manga larga	1.134,00	1.155,00	1.176,00	1.197,00	1.218,00	1.239,00	1.260,00	1.281,00	1.302,00	1.323,00	1.344,00	1.365,00	14.994,00
Vestidos forrados	2.518,50	2.555,00	2.591,50	2.628,00	2.664,50	2.701,00	2.737,50	2.810,50	2.883,50	2.956,50	3.029,50	3.102,50	33.178,50
Pantalones de caballero	2.300,50	2.343,50	2.386,50	2.429,50	2.472,50	2.515,50	2.558,50	2.601,50	2.644,50	2.687,50	2.752,00	2.816,50	30.508,50
Leva	3.424,00	3.477,50	3.531,00	3.584,50	3.638,00	3.691,50	3.745,00	3.798,50	3.852,00	3.905,50	3.959,00	4.012,50	44.619,00
Suéter de caballero	1.696,00	1.722,50	1.749,00	1.775,50	1.802,00	1.828,50	1.855,00	1.881,50	1.908,00	1.934,50	1.961,00	1.987,50	22.101,00
Corbatas	592,00	600,00	616,00	632,00	648,00	664,00	680,00	696,00	712,00	728,00	744,00	760,00	8.072,00
SUELDOS	1.308,25	1.308,25	1.308,25	1.308,25	1.308,25	1.308,25	1.308,25	1.308,25	1.308,25	1.308,25	1.308,25	1.308,25	15.699,01
TOTAL	23.638,75	24.020,25	24.409,75	24.799,25	25.188,75	25.578,25	25.967,75	26.413,25	26.917,25	27.421,25	27.946,75	28.472,25	310.773,51

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Proyección de los costos anuales de forma mensual, año 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Blusas mangas largas o 3/4	4.150,00	4.233,00	4.316,00	4.399,00	4.482,00	4.565,00	4.648,00	4.731,00	4.834,75	4.938,50	5.042,25	5.146,00	55.485,50
Pantalón pretina anatómica	3.560,25	3.636,00	3.711,75	3.787,50	3.863,25	3.939,00	4.014,75	4.090,50	4.166,25	4.242,00	4.317,75	4.393,50	47.722,50
Blazer forrado	5.040,75	5.148,00	5.255,25	5.362,50	5.469,75	5.577,00	5.684,25	5.791,50	5.898,75	6.006,00	6.113,25	6.220,50	67.567,50
Abrigo de lana	1.331,25	1.350,00	1.368,75	1.387,50	1.406,25	1.443,75	1.481,25	1.518,75	1.556,25	1.593,75	1.631,25	1.668,75	17.737,50
Camisa manga larga	1.468,50	1.490,75	1.513,00	1.535,25	1.557,50	1.579,75	1.602,00	1.624,25	1.646,50	1.668,75	1.713,25	1.757,75	19.157,25
Vestidos forrados	3.284,25	3.359,75	3.435,25	3.510,75	3.586,25	3.661,75	3.737,25	3.812,75	3.888,25	3.963,75	4.039,25	4.114,75	44.394,00
Pantalones de caballero	3.048,50	3.116,75	3.185,00	3.253,25	3.321,50	3.389,75	3.458,00	3.526,25	3.594,50	3.662,75	3.731,00	3.799,25	41.086,50
Leva	4.215,75	4.325,25	4.434,75	4.544,25	4.653,75	4.763,25	4.872,75	4.982,25	5.091,75	5.201,25	5.310,75	5.420,25	57.816,00
Suéter de caballero	2.136,75	2.192,25	2.247,75	2.303,25	2.358,75	2.414,25	2.469,75	2.525,25	2.580,75	2.636,25	2.691,75	2.747,25	29.304,00
Corbatas	848,75	866,25	883,75	901,25	918,75	936,25	953,75	971,25	988,75	1.006,25	1.023,75	1.041,25	11.340,00
SUELDOS	1.385,55	1.385,55	1.385,55	1.385,55	1.385,55	1.385,55	1.385,55	1.385,55	1.385,55	1.385,55	1.385,55	1.385,55	16.626,58
TOTAL	30.470,30	31.103,55	31.736,80	32.370,05	33.003,30	33.655,30	34.307,30	34.959,30	35.632,05	36.304,80	36.999,80	37.694,80	408.237,33

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Proyección de los costos anuales de forma mensual, año 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Blusas mangas largas o 3/4	5.566,00	5.676,00	5.786,00	5.896,00	6.006,00	6.116,00	6.248,00	6.380,00	6.512,00	6.644,00	6.776,00	6.908,00	74.514,00
Pantalón pretina anatómica	4.690,50	4.796,50	4.902,50	5.008,50	5.114,50	5.220,50	5.326,50	5.432,50	5.538,50	5.644,50	5.750,50	5.856,50	63.282,00
Blazer forrado	6.549,00	6.697,00	6.845,00	6.993,00	7.141,00	7.289,00	7.437,00	7.585,00	7.733,00	7.881,00	8.029,00	8.177,00	88.356,00
Abrigo de lana	1.820,00	1.860,00	1.900,00	1.940,00	1.980,00	2.020,00	2.060,00	2.100,00	2.140,00	2.180,00	2.220,00	2.260,00	24.480,00
Camisa manga larga	1.903,50	1.950,50	1.997,50	2.044,50	2.091,50	2.138,50	2.185,50	2.232,50	2.279,50	2.326,50	2.373,50	2.420,50	25.944,00
Vestidos forrados	4.329,00	4.407,00	4.485,00	4.563,00	4.641,00	4.719,00	4.797,00	4.875,00	4.992,00	5.109,00	5.226,00	5.343,00	57.486,00
Pantalones de caballero	4.080,00	4.152,00	4.224,00	4.320,00	4.416,00	4.512,00	4.608,00	4.704,00	4.800,00	4.896,00	4.992,00	5.088,00	54.792,00
Leva	5.656,00	5.768,00	5.880,00	5.992,00	6.104,00	6.216,00	6.328,00	6.440,00	6.552,00	6.664,00	6.776,00	6.888,00	75.264,00
Suéter de caballero	2.929,00	2.987,00	3.045,00	3.103,00	3.161,00	3.219,00	3.277,00	3.335,00	3.393,00	3.451,00	3.509,00	3.567,00	38.976,00
Corbatas	1.149,50	1.168,50	1.187,50	1.216,00	1.244,50	1.273,00	1.301,50	1.330,00	1.358,50	1.387,00	1.415,50	1.444,00	15.475,50
SUELDOS	1.467,20	1.467,20	1.467,20	1.467,20	1.467,20	1.467,20	1.467,20	1.467,20	1.467,20	1.467,20	1.467,20	1.467,20	17.606,36
TOTAL	40.139,70	40.929,70	41.719,70	42.543,20	43.366,70	44.190,20	45.035,70	45.881,20	46.765,70	47.650,20	48.534,70	49.419,20	536.175,86

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Anexo 5

Gastos Operacionales Proyectados: Año 1

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS	1.637,12	1.637,12	1.637,12	1.637,12	1.637,12	1.637,12	1.637,12	1.637,12	1.637,12	1.637,12	1.637,12	1.637,12	19.645,40
ALQUILER	1.100,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	11.000,00
LIMPIEZA	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
SERVICIOS BÁSICOS	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00
SEGURIDAD	350,00				150,00					150,00			650,00
PUBLICIDAD	3.000,00	3.000,00	3.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	2.000,00	2.000,00	3.000,00	31.000,00
CAPACITACIÓN	500,00						500,00						1.000,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	500,00												500,00
MOVILIZACIÓN	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
SUMINISTROS DE OFICINA	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	1.020,00
COMISIONES	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
TOTAL	8.622,12	7.072,12	7.072,12	6.072,12	6.222,12	6.072,12	7.572,12	7.072,12	7.072,12	6.222,12	6.072,12	7.072,12	82.215,40

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Gastos Operacionales Proyectados: Año 2

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
SUELDOS	1.849,21	1.849,21	1.849,21	1.849,21	1.849,21	1.849,21	1.849,21	1.849,21	1.849,21	1.849,21	1.849,21	1.849,21	22.190,53
ALQUILER	1.122,00	918,00	918,00	918,00	918,00	918,00	918,00	918,00	918,00	918,00	918,00	918,00	11.220,00
LIMPIEZA	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	3.060,00
SERVICIOS BÁSICOS	459,00	459,00	459,00	459,00	459,00	459,00	459,00	459,00	459,00	459,00	459,00	459,00	5.508,00
SEGURIDAD	357,00	-	-	-	153,00	-	-	-	-	153,00	-	-	663,00
PUBLICIDAD	3.060,00	3.060,00	3.060,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	3.060,00	3.060,00	3.060,00	2.040,00	2.040,00	3.060,00	31.620,00
CAPACITACIÓN	510,00	-	-	-	-	-	510,00	-	-	-	-	-	1.020,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	510,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	510,00
MOVILIZACIÓN	612,00	612,00	612,00	612,00	612,00	612,00	612,00	612,00	612,00	612,00	612,00	612,00	7.344,00
SUMINISTROS DE OFICINA	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	86,70	1.040,40
COMISIONES	153,00	153,00	153,00	153,00	153,00	153,00	153,00	153,00	153,00	153,00	153,00	153,00	1.836,00
TOTAL	8.973,91	7.392,91	7.392,91	6.372,91	6.525,91	6.372,91	7.902,91	7.392,91	7.392,91	6.525,91	6.372,91	7.392,91	86.011,93

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Gastos Operacionales Proyectados: Año 3

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	1.958,94	1.958,94	1.958,94	1.958,94	1.958,94	1.958,94	1.958,94	1.958,94	1.958,94	1.958,94	1.958,94	1.958,94	23.507,31
ALQUILER	1.144,44	936,36	936,36	936,36	936,36	936,36	936,36	936,36	936,36	936,36	936,36	936,36	11.444,40
LIMPIEZA	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	3.121,20
SERVICIOS BÁSICOS	468,18	468,18	468,18	468,18	468,18	468,18	468,18	468,18	468,18	468,18	468,18	468,18	5.618,16
SEGURIDAD	364,14	-	-	-	156,06	-	-	-	-	156,06	-	-	676,26
PUBLICIDAD	3.121,20	3.121,20	3.121,20	2.080,80	2.080,80	2.080,80	3.121,20	3.121,20	3.121,20	2.080,80	2.080,80	3.121,20	32.252,40
CAPACITACIÓN	520,20	-	-	-	-	-	520,20	-	-	-	-	-	1.040,40
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	520,20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	520,20
MOVILIZACIÓN	624,24	624,24	624,24	624,24	624,24	624,24	624,24	624,24	624,24	624,24	624,24	624,24	7.490,88
SUMINISTROS DE OFICINA	88,43	88,43	88,43	88,43	88,43	88,43	88,43	88,43	88,43	88,43	88,43	88,43	1.061,21
COMISIONES	156,06	156,06	156,06	156,06	156,06	156,06	156,06	156,06	156,06	156,06	156,06	156,06	1.872,72
TOTAL	9.226,14	7.613,52	7.613,52	6.573,12	6.729,18	6.573,12	8.133,72	7.613,52	7.613,52	6.729,18	6.573,12	7.613,52	88.605,14

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Gastos Operacionales Proyectados: Año 4

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	2.074,96	2.074,96	2.074,96	2.074,96	2.074,96	2.074,96	2.074,96	2.074,96	2.074,96	2.074,96	2.074,96	2.074,96	24.899,47
ALQUILER	1.167,33	955,09	955,09	955,09	955,09	955,09	955,09	955,09	955,09	955,09	955,09	955,09	11.673,29
LIMPIEZA	265,30	265,30	265,30	265,30	265,30	265,30	265,30	265,30	265,30	265,30	265,30	265,30	3.183,62
SERVICIOS BÁSICOS	477,54	477,54	477,54	477,54	477,54	477,54	477,54	477,54	477,54	477,54	477,54	477,54	5.730,52
SEGURIDAD	371,42	-	-	-	159,18	-	-	-	-	159,18	-	-	689,79
PUBLICIDAD	3.183,62	3.183,62	3.183,62	2.122,42	2.122,42	2.122,42	3.183,62	3.183,62	3.183,62	2.122,42	2.122,42	3.183,62	32.897,45
CAPACITACIÓN	530,60	-	-	-	-	-	530,60	-	-	-	-	-	1.061,21
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	530,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	530,60
MOVILIZACIÓN	636,72	636,72	636,72	636,72	636,72	636,72	636,72	636,72	636,72	636,72	636,72	636,72	7.640,70
SUMINISTROS DE OFICINA	90,20	90,20	90,20	90,20	90,20	90,20	90,20	90,20	90,20	90,20	90,20	90,20	1.082,43
COMISIONES	159,18	159,18	159,18	159,18	159,18	159,18	159,18	159,18	159,18	159,18	159,18	159,18	1.910,17
TOTAL	9.487,49	7.842,62	7.842,62	6.781,41	6.940,59	6.781,41	8.373,23	7.842,62	7.842,62	6.940,59	6.781,41	7.842,62	91.299,26

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA LIZ CASTELLO FASHION ATELIER STUDIO, UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.

Gastos Operacionales Proyectados: Año 5

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
SUELDOS	2.197,62	2.197,62	2.197,62	2.197,62	2.197,62	2.197,62	2.197,62	2.197,62	2.197,62	2.197,62	2.197,62	2.197,62	26.371,49
ALQUILER	1.190,68	974,19	974,19	974,19	974,19	974,19	974,19	974,19	974,19	974,19	974,19	974,19	11.906,75
LIMPIEZA	270,61	270,61	270,61	270,61	270,61	270,61	270,61	270,61	270,61	270,61	270,61	270,61	3.247,30
SERVICIOS BÁSICOS	487,09	487,09	487,09	487,09	487,09	487,09	487,09	487,09	487,09	487,09	487,09	487,09	5.845,13
SEGURIDAD	378,85	-	-	-	162,36	-	-	-	-	162,36	-	-	703,58
PUBLICIDAD	3.247,30	3.247,30	3.247,30	2.164,86	2.164,86	2.164,86	3.247,30	3.247,30	3.247,30	2.164,86	2.164,86	3.247,30	33.555,40
CAPACITACIÓN	541,22	-	-	-	-	-	541,22	-	-	-	-	-	1.082,43
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	541,22	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	541,22
MOVILIZACIÓN	649,46	649,46	649,46	649,46	649,46	649,46	649,46	649,46	649,46	649,46	649,46	649,46	7.793,51
SUMINISTROS DE OFICINA	92,01	92,01	92,01	92,01	92,01	92,01	92,01	92,01	92,01	92,01	92,01	92,01	1.104,08
COMISIONES	162,36	162,36	162,36	162,36	162,36	162,36	162,36	162,36	162,36	162,36	162,36	162,36	1.948,38
TOTAL	9.758,41	8.080,64	8.080,64	6.998,21	7.160,58	6.998,21	8.621,86	8.080,64	8.080,64	7.160,58	6.998,21	8.080,64	94.099,27