



**INSTITUTO DE NEGOCIOS  
“HUMANE”**

“PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ROPA DE ALTA  
COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

**TOMO I**

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

**EVA MARITE MORA BURGOS**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**2022**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		
<b>TÍTULO: “PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”</b>		
<b>AUTOR/ES:</b> Eva Marite Mora Burgos	<b>TUTOR:</b> Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA	
<b>INSTITUCIÓN:</b> Instituto de Negocios “HUMANE”	<b>FACULTAD:</b> Administración	
<b>CARRERA:</b> <i>Administración de Empresas</i>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> Septiembre de 2022	<b>Nº DE PÁG:</b> 79	
<b>ÁREA TEMÁTICA:</b> Plan de negocios		
<b>PALABRAS CLAVES:</b> Atelier, taller, costura, negocios		
<b>RESUMEN:</b> En el Ecuador la tendencia de prendas de alta costura con diseños exclusivos está levemente rezagada por diversos factores como, la situación económica general del país, la cultura conservadora, así como también la reciente pandemia que afectó a la población mundial. La razón detrás de la creación de una empresa de ropa de alta costura, es justamente brindar una experiencia diferente en términos de moda, que satisfaga y empodere a las mujeres guayaquileñas a salir de su zona de confort, mediante piezas espectaculares que resalten su belleza		
<b>Nº DE REGISTRO:</b> A-EC-08-10	<b>Nº DE CLASIFICACIÓN:</b> A-EC-08-10	
<b>DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <b>X</b>	<b>NO</b>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 096 916 5979	<b>E-mail:</b> emora@es.humane.edu.ec
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA	
	<b>Teléfono:</b> (04) 288 2710	
	<b>Mail:</b> cpazmino@humane.edu.ec	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a mi mamá por confiar en mí y ser mi pilar fundamental para seguir adelante. Infinitas gracias por ser el motor que me inspira a superarme siempre.*

*Agradezco a los profesores por impartir sus conocimientos y contribuir a mi formación como profesional.*

## **DEDICATORIA**

*El presente proyecto está dedicado a mi mamá y hermanas, por ustedes ha sido posible cumplir este gran objetivo. Gracias a su dedicación y cariño a lo largo de toda mi vida, espero esto retribuya un poco de todo lo que he recibido de parte de ustedes.*

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, septiembre de 2022

Yo, **Eva Marite Mora Burgos** 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.

---

Eva Marite Mora Burgos

C.I: 1250207147

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, septiembre de 2022

Certifico que el trabajo titulado **“Propuesta de plan de negocios para la creación de una empresa de ropa de alta costura en Guayaquil, a partir del año 2023”** ha sido elaborado por **Eva Marite Mora Burgos** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

---

**Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA**

## RESUMEN EJECUTIVO

Eve haute couture busca impactar el mercado de la moda en el Ecuador con piezas exclusivas y de alta costura, teniendo como base diseños innovadores con esencia ecuatoriana para promover entre las mujeres mucho más atrevimiento en su forma de vestir. Teniendo la visión de lograr exportar prendas de la marca Eve a más países de Latinoamérica.

El monto a invertir inicialmente es de \$40.735,00. La lista de inversión consta de un capital de trabajo de \$30.000,00 para hacer frente a las obligaciones a corto plazo. Los gastos pre-operativos tienen un monto de \$3.250,00 que corresponden a las patentes de marca y las instalaciones y reforma del local. El valor restante de \$7.485,00 corresponde a la inversión en la lista de activos fijos necesarios para el correcto funcionamiento del local comercial y las actividades de la empresa. Entre ellos se encuentran, los equipos de oficina y equipos de trabajo para el atelier.

En cuanto a la factibilidad del proyecto, se ha calculado la Tasa Interna de Retorno cuyo total es de 77,69% valor favorable, el Valor Actual Neto es positivo y mayor a 0 con un valor de \$63.094,29 y el Payback se recupera a los 2 años y 6 meses, lo que sirve para concluir en que el proyecto es factible para llevarlo a cabo en la realidad.

## ABSTRACT

In Ecuador, the trend of haute couture garments with exclusive designs is slightly behind due to various factors such as the general economic situation of the country, the conservative culture, as well as the recent pandemic that affected the world population. The reason behind the creation of a haute couture clothing company is precisely to provide a different experience in terms of fashion, which satisfies and empowers Guayaquil women to get out of their comfort zone, through spectacular pieces that highlight their beauty.

According to the Association of Textile Industrialists of Ecuador (AITE), the textile and clothing industry is the third largest in the manufacturing sector, contributing more than 7% of the national manufacturing GDP, in 2013 it reached the historical record of textile exports since exceeded 114 million dollars. Around 158 thousand people work directly in textile and clothing companies. To this is added the thousands of indirect jobs it generates, since the Ecuadorian textile and clothing industry is linked to a total of 33 productive branches in the country. (INEC, 2016).

The aforementioned ratifies the intention of promoting a brand where, unlike the fashion trend that exists in Ecuador, being mainly the importation of large-scale collections with repeated clothing, which is what is available to the majority of the population. The trend is to explore new horizons in fashion, which bring Ecuador closer to being more diverse, inclusive, with more daring on the part of women in dressing and viewing themselves, subsequently managing to export brand garments to other countries in the region, in order to continue promoting the Ecuadorian fashion industry.



## ÍNDICE GENERAL

<b>Capítulo I: Diseño de la investigación.</b> .....	<b>2</b>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
1.4. OBJETIVOS .....	4
1.5. JUSTIFICACIÓN .....	4
1.6. MARCO TEÓRICO.....	5
1.6.1. Concepto e historia del atelier.....	5
1.6.2. Diseñadores de la alta costura.....	7
1.6.3. Conceptos del Demi Couture .....	8
1.6.4. Historia de la industria textil y de moda en el Ecuador.....	10
1.6.5. Insumos en la alta costura .....	12
1.6.6. Tipos de tela utilizadas en la alta costura.....	13
1.6.7. Insumos de alta costura en el Ecuador .....	14
1.6.8. Procesos de elaboración en la alta costura.....	16
1.6.9. La moda prêt-à-porter .....	18
1.6.10. Profesionales de moda en el Ecuador .....	18
1.6.11. Modelo de negocio.....	20
1.7. MARCO CONCEPTUAL.....	21
<b>Capítulo II: Propuesta Comercial.....</b>	<b>23</b>
2.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	24
2.2. VISIÓN .....	25
2.3. ESTRATEGIA GENÉRICA Y VENTAJAS COMPETITIVAS.....	31

2.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA DEL PROYECTO .....	32
2.5. PLAN DE MARKETING .....	33
2.5.1. Contexto general del mercado: factores clave y tamaño.....	33
2.5.2. Perfil del cliente .....	34
2.5.3. Estrategia de Producto .....	35
2.5.4. Estrategia de Precio .....	36
2.5.5. Estrategia de Distribución .....	37
2.5.6. Estrategia de Promoción .....	38
2.5.7. Estrategia de Personas .....	39
2.5.8. Procesos .....	40
2.5.9. Estrategia de Evidencia Física .....	41
2.6. PLAN DE ACCIÓN .....	46
<b>Capítulo III: Análisis Financiero.....</b>	<b>49</b>
3.1. Supuestos Financieros .....	50
3.1.1. Inversión del Proyecto.....	51
3.2. Financiamiento del Proyecto .....	53
3.1.2. Proyecciones de Sueldos.....	53
3.1.3. Demanda Esperada Anual .....	54
3.1.4. Proyecciones de Ventas.....	55
3.1.5. Proyecciones de Costos.....	56
3.1.6. Proyecciones de Gastos .....	58
3.1.7. Préstamo Bancario.....	59
3.3. Análisis de Estados Financieros .....	60
3.3.1. Balance general .....	60
3.3.2. Estado de resultados y Flujo de caja.....	61

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

3.4.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....	63
3.4.1.	Indicadores Económicos .....	63
3.4.2.	Punto de Equilibrio .....	63
3.5.	Ratios Financieros.....	65
	<b>Conclusiones .....</b>	<b>66</b>
	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>68</b>
	<b>Bibliografía .....</b>	<b>70</b>
	<b>Anexos.....</b>	<b>73</b>
3.6.	Anexo No. 1.....	74
3.7.	Anexo No. 2.....	75
3.8.	Anexo No. 3.....	76
3.9.	Anexo No. 4.....	77
3.10.	Anexo No. 5 .....	78
3.11.	Anexo No. 6 .....	79

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 .....	37
Tabla No. 2 .....	51
Tabla No. 3 .....	52
Tabla No. 4 .....	53
Tabla No. 5 .....	54
Tabla No. 6 .....	55
Tabla No. 7 .....	56
Tabla No. 8 .....	57
Tabla No. 9 .....	58
Tabla No. 10 .....	59
Tabla No. 11 .....	60
Tabla No. 12 .....	61
Tabla No. 13 .....	62
Tabla No. 14 .....	63
Tabla No. 15 .....	64
Tabla No. 16 .....	65

## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1.....	32
Ilustración 2.....	40
Ilustración 3.....	41
Ilustración 4.....	42
Ilustración 5.....	43
Ilustración 6.....	44
Ilustración 7.....	45

## INTRODUCCIÓN

En el Ecuador la tendencia de prendas de alta costura con diseños exclusivos está levemente rezagada por diversos factores como, la situación económica general del país, la cultura conservadora, así como también la reciente pandemia que afectó a la población mundial. La razón detrás de la creación de una empresa de ropa de alta costura, es justamente brindar una experiencia diferente en términos de moda, que satisfaga y empodere a las mujeres guayaquileñas a salir de su zona de confort, mediante piezas espectaculares que resalten su belleza.

Según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), la industria textil y confección es la tercera más grande en el sector de la manufactura, aportando más del 7% del PIB manufacturero nacional, en 2013 llegó al récord histórico de exportaciones textiles ya que superó los 114 millones de dólares. Alrededor de 158 mil personas laboran directamente en empresas textiles y de confección. A esto se suma los miles de empleos indirectos que genera, ya que la industria textil y confección ecuatoriana se encadena con un total de 33 ramas productivas del país. (INEC, 2016).

Lo antes mencionado ratifica la intención de promover una marca donde, a diferencia de la tendencia de moda que existe en Ecuador, siendo principalmente la importación de colecciones a gran escala con ropa repetida, que es la que está disponible para la mayoría de la población. La tendencia sea explorar nuevos horizontes en la moda, que acerquen a Ecuador a ser más diverso, inclusivo, con más atrevimientos por parte de las mujeres en vestirse y visionarse en, posteriormente lograr exportar prendas de la marca a los demás países de la región, para así seguir impulsando la industria de la moda ecuatoriana.

# **CAPÍTULO I: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

SINTOMA	CAUSA	PRONOSTICO	CONTROL DEL PRONÓSTICO
Desconocimiento de la ropa de alta costura.	Falta de promoción de la ropa de alta costura.	La disminución en las ventas, la introducción de	
Altos precios de las prendas sobre las de la competencia.	Costos altos de los insumos.	nuevas marcas y los costos altos de insumos, puede conducir a la empresa a una	Implementar una empresa de ropa de alta costura enfocada en el servicio al cliente y la exclusividad
Baja calidad de las prendas exclusivas.	Falta de atención al detalle en los procesos de fabricación.	minúscula participación de mercado lo cual conllevaría a no cumplir con las proyecciones en sus utilidades.	en las prendas y diseños innovadores.
Disminución del volumen de ventas.	Falta de inventario.		

### 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál será el impacto de crear un plan de negocios para una empresa de ropa de alta costura en el año 2023?



### 1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ✓ ¿Cuáles son las consecuencias de la falta de promoción de la ropa de alta costura?
- ✓ ¿Cómo afectan los costos altos de los insumos en las ventas?
- ✓ ¿Qué tan importante es contar con revisiones de calidad en cada proceso de fabricación de las prendas?
- ✓ ¿Cuál sería el impacto de tener niveles de existencias adecuados de las prendas?

### 1.4. OBJETIVOS

#### **Objetivo general**

Determinar el impacto de un plan de negocios para la creación de una empresa de ropa de alta costura ubicada en la ciudad de Guayaquil, para el año 2023.

#### **Objetivos específicos**

- ✓ Especificar las consecuencias de la falta de promoción de la ropa de alta costura.
- ✓ Identificar como afectan los costos altos de los insumos en las ventas.
- ✓ Establecer la importancia de contar con revisiones de calidad en cada proceso de fabricación de las prendas.
- ✓ Analizar el impacto de tener niveles de existencias adecuados de las prendas.

### 1.5. JUSTIFICACIÓN

La ropa de alta costura es mayormente conocida y consumida entre personas de clases sociales más altas, justamente para poder diferenciarse del resto, sentir un tipo de exclusividad que los demás no tienen, y aunque este es el público objetivo de EVE, se ha incluido a las mujeres de clase

media alta dentro del segmento de mercado, con prendas únicas e innovadoras, pero en un valor más accesible; sin perder el sentido de exclusividad, ya que estas colecciones serán con prendas contadas y limitadas. Esto último con la finalidad de abarcar más mercado e ir abriendo paso en la industria competitiva de la moda.

La creación de una empresa de ropa de alta costura en la ciudad de Guayaquil, sería significativa para el segmento de mercado descrito anteriormente debido a que las prendas exclusivas y a la medida con diseños innovadores, es un ámbito con mucho potencial dentro de la provincia. Con esta propuesta de plan de negocios, se estaría abarcando un público objetivo que tiene recursos económicos y cuyas necesidades deben ser suplidas de la mejor forma posible debido a que tienen la posibilidad de escoger entre los competidores de la industria, es por ello que la experiencia de compra debe ser lo primordial.

La intención es convertirse en una marca que traspase fronteras y contribuya a fortalecer los lazos comerciales con los demás países latinoamericanos y en un futuro, exportar a otros continentes del mundo, siendo el más prestigioso y también competitivo, el mercado europeo. Todo lo mencionado promoverá la participación de mercado externo y resaltará al Ecuador en calidad mundial, además de crecer y generar empleo para los ecuatorianos.

## **1.6. MARCO TEÓRICO**

### **1.6.1. Concepto e historia del atelier**

Según Escribano (2019), la palabra atelier significa taller, pero se refiere a los espacios que emplean los artistas para realizar su actividad creadora. Es decir, es un estudio artístico o estudio técnico. Un estudio-taller. También denominada Haute Couture, consiste en crear prendas a mano y en exclusiva, a la medida de cada cliente. Este término existe desde el siglo XIX en Francia, cuando París era la capital mundial de la moda.

La historia de los atelier comienza en París gracias al modista Charles Frederick Worth (1825-1895), quien se caracterizó por contar con una mente muy innovadora y una visión de la moda adelantada a su tiempo, debido a que comenzó como asistente de ventas en una prestigiosa firma francesa, pero pronto se alió con su socio Otto Boberg para abrir su propia casa de moda en el año 1858. Para este tiempo, el modelo de negocio de Worth era diferente a lo convencional, ya que las mujeres necesariamente debían visitar su taller para adquirir sus prendas. A partir del año 1871, Worth se convirtió en el único director del negocio y por tanto, el primer diseñador de alta costura de la historia; como se mencionaba, tuvo la visión de revolucionar la moda y fue el precursor de los desfiles de moda, pues preparaba colecciones anuales, también, se le atribuye la creación de los maniquis, los cuales al principio eran muñecas de tamaño real y contaban con rasgos físicos femeninos, para poder mostrar la colección de vestidos. Esto luego fue evolucionando hasta la profesión de modelo.

La marca tenía un éxito tremendo, y entre sus principales clientas se encontraban Eugenia de Montijo, emperatriz consorte de Francia por su matrimonio con Napoleón III, y la emperatriz Isabel "Sissi" de Austria, lo que añadía mayor prestigio y lo llevó a empezar a firmar sus obras, lo cual era muy poco común en esa época para prendas de vestir. Además, por la creciente fama, surgieron muchas copias y a partir de esto creó en 1868, la Chambre Syndicale de la Confection et de la Couture pour Dames et Fillettes, se trataba de una cámara sindical en la que dio cobijo a otras firmas para acabar con las copias.

Su casa de moda conocida como House of Worth, se mantuvo abierta por muchos años más, gracias a sus hijos y nietos quienes se dedicaron a la misma línea de negocio. Incluso, entre ellos surgieron formas de generar más prestigio a la marca, formando así en 1930 la escuela superior de la costura, en París, donde además de impartirse clases, se exponían los diseños más emblemáticos de la marca. Maurice Worth, su biznieta fue la responsable del cierre de la firma en el año 1954.

### **1.6.2. Diseñadores de la alta costura**

Además del pionero de la alta costura, caben destacar otros diseñadores que impulsaron el auge de esta industria como, Cristóbal Balenciaga diseñador español nacido en 1895, cuya firma sigue siendo muy prestigiosa en el mundo de la moda. Cuenta con una historia de superación importante pues, provenía de una familia humilde donde su madre sacó adelante a la familia en base a la costura, así fue como él se empezó a familiarizar desde muy joven. Es conocido por sus detalles y perfección en la confección de sus modelos, uno de los pocos diseñadores que se involucraba en este proceso. Según sus propias palabras, “un modisto debe ser arquitecto para los planos, escultor para formas, pintor para el color, músico para la armonía y filósofo en el sentido de la medida”.

Juan Carlos Antonio Galliano Guillén, quien posteriormente cambió su nombre y es conocido por John Galliano, es un diseñador nacido en Gibraltar en el año 1960. Se graduó en el año 1984 en Londres y tuvo un éxito casi inmediato, siendo director de prestigiosas marcas como Givenchy, Dior, impulsándolas a un crecimiento, y fue por su vida personal que su reputación se ha visto un poco manchada pues ha tenido problemas de adicciones lo cual ha repercutido en su carrera, debido a esto, fue cesado su cargo como director en Dior. En la actualidad, después de haberse regenerado, es el director de la marca Maison.

Coco Chanel (1883–1971) fue una diseñadora francesa conocida por ser una revolucionaria de la moda, y también por ser la fundadora de Chanel, una de las marcas más prestigiosas del mundo hasta la actualidad. Rompió con los esquemas del mundo de la alta costura pues adaptó la moda a una más informal y cómoda para los cuerpos de las mujeres, además, de ser vocera de las aspiraciones por la libertad e igualdad de género en el siglo XX.

Giambattista Valli, es un diseñador italiano nacido en el año 1966, durante su carrera profesional llegó a ser el director de la moda prêt-à-porter en la

prestigiosa firma Emanuel Ungaro, hasta que decidió abrir su propia casa de moda, lo cual se materializó en el año 2004. Ha conquistado al mundo con sus diseños de alta costura, los cuales son presentados cada año en las pasarelas de París, en donde reside y tiene su atelier. Actualmente, es miembro de la Cámara Sindical de la Alta Costura de París, convirtiéndose así en uno de los diseñadores más prestigiosos de la historia.

El diseño de alta costura es la confección de ropa a medida de un cliente, de forma exclusiva y con técnicas definidas, de forma manual. También implica el uso de telas extravagantes, inusuales y caras. Cada prenda, hecha con técnicas manuales que requieren mucho tiempo, es una obra en sí misma. No se trata de un patrón que luego copiar en fábricas. No se busca que sea fácil de replicar. Se busca que cada prenda sea artesanal y original, como si de un cuadro se tratase. También se suele exponer en pasarelas y eventos multitudinarios para magnificar que sea visto, al igual que un cuadro en un evento en una galería. Los diseños responden al nombre del creador y quien lo lleva suele hablar de este para darle publicidad y renombre. (Torres, 2018).

### **1.6.3. Conceptos del Demi Couture**

Según la afirmación de Amoroso (2017), se identifican dos sub segmentos a los que denomina Alta Costura Funcional, la cual se trata de la creación de prendas que admiten portabilidad; y Alta Costura Objeto, donde las prendas tienen un carácter artístico e invitan a la reflexión. La categoría funcional correspondería a todas aquellas prendas que pueden ser utilizadas de manera habitual y dentro de los cánones del vestuario en uso, dentro de la mencionada categoría se destaca una derivación denominada como Demi Couture.

El Demi Couture, es un movimiento estético que no es tan costoso y exclusivo como la Alta Costura, pero no es tan asequible como el Fast Fashion. De hecho, se contrapone a este por plantear una forma distinta de trabajar, empleando técnicas artesanales en pequeños talleres. surge

como una alternativa para los consumidores que buscan prendas a la medida, con finas técnicas y materiales que le otorgan mayor calidad; pero también representa un gran paso hacia un cambio contundente que da un sentido más profundo al consumo de moda, el cual ya viene apuntando hacia una tendencia más inclusiva y consciente del entorno. (Terán, 2021).

Según Carolyn Aldana, fundadora y profesora del instituto cecrea en Madrid, España, indica que el demi couture se diferencia en la moda rápida principalmente debido a que la cantidad de prendas que se pueden encontrar de un modelo, son hasta cuatro repeticiones. Además, son prendas de mayor calidad pues sus materiales, detalles y complementos lo son, como también la confección que comunmente es artesanal, a diferencia de la ropa producida en serie. Aldana menciona también, la relación que existe entre la sustentabilidad y el demi couture y es que como se confeccionan y producen las prendas en pequeños talleres, disminuye el uso de maquinarias y técnicas de estampado contaminantes, se evita el sobreinventario porque no hay producción en masa, y la mano de obra tiene óptimas condiciones de trabajo.

Aunque el concepto del Demi Couture implica costos finales muy superiores en relación al Fast Fashion, es, en definitiva, una oportunidad para emprendedores de la moda y sus países pues también se genera un impacto económico positivo en las comunidades, resultando en fuentes de empleos dignos, y creando consciencia de consumo y valores relacionados con ser parte de iniciativas constructivas. Tanto en Latinoamérica como en Europa hay muchísimas marcas y diseñadores que utilizan las técnicas de Demi Couture, resaltando sus valores artesanales y creativos, que además constituyen con su trabajo una disminución del impacto ambiental que ejerce la industria de la moda. (Terán, 2021).

#### **1.6.4. Historia de la industria textil y de moda en el Ecuador**

Según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto de prendas de vestir como de textiles de hogar. Dentro del mercado textil del país se considera de gran importancia lo referente a la gestión de los canales de distribución. El canal de mayorista, es el principal medio de venta, seguido por el retail (minoristas) y finalmente por los almacenes (boutiques). Los canales más utilizados son los grandes almacenes y boutiques (60% de las preferencias). Además, entre los factores diferenciadores de estos canales se encuentra el precio 35% y la calidad 21% (Capuano, 2017).

La moda como un sector económico no cuenta con una definición claramente visible como es el caso de otras industrias como las telecomunicaciones, la energía, la banca, la educación, etcétera, ya que es una industria con extensas categorías de productos y servicios, además de tener una cadena de valor compleja con empresas especializadas en una o más fases de la misma y que manejan diversos canales de distribución (Arribas, Josa, Bravo, García, & San Miguel., 2016)

El diseño de moda es un actor poco reconocido en la realidad nacional, sin embargo, su papel en la cadena de valor de esta industria es cada vez

mayor y aporta un valor agregado indispensable para la innovación de la misma, se conoce a este actor como: “el arte de plasmar el diseño y la estética o la belleza en las prendas de vestir y sus complementos en un tiempo determinado para que estas lleguen al mercado y satisfagan los cambiantes gustos de los demandantes” (Parada, s.f.).

En el Ecuador el diseño de modas y específicamente el diseño de indumentaria todavía no llega a cuajar como práctica artística, no se lo concibe ni practica de esta manera, se tiende casi exclusivamente a promover la creación vestimentaria para el engrosamiento de la industria dirigida a fomentar el fenómeno social desde la moda desde la tendencia y el consumo masivo (Amoroso, 2017). Según Vanegas (2018) diseñador cuencano, un diseño puede considerarse alta costura cuando está hecho a mano y con poca intervención de maquinarias, ya que son el trabajo, la técnica y el nombre del diseñador, los elementos que determinarán si una prenda puede considerarse como alta costura.

Para Polo (2018), diseñadora cuencana, la alta costura se ve reflejada en aquellas prendas en las que interviene mucha mano de obra y el trabajo a mano constituye casi el 9% de su elaboración. Para ella, es posible hacer alta costura en cualquier lugar del mundo, pues lo que la define como tal es el tiempo invertido en su elaboración, el trabajo manual y su exclusividad. Considera que un sombrero de paja toquilla es alta costura por el tiempo invertido en su elaboración, al igual que un tejido de IKAT.

Según información recopilada de la revista líderes en Ecuador, no existe una difusión de la moda debido a que los diseñadores normalmente adaptan tendencias internacionales para comercializarlas dentro del país, lo que tiene su razón de ser, y es debido a que la población general, al no usar ropa de diseñador, se ve motivada por las tendencias internacionales que llegan con meses de retraso al Ecuador, existen cambios sí, pero en la materia prima. Esto no necesariamente es moda, ya que ahí se trata de innovar y crear prendas exclusivas, sin embargo, no hay un mercado para esto.



Si bien la ropa de alta costura se ha caracterizado por estar disponible solo para las clases sociales más altas, ha habido una tendencia de hacerla mucho más accesible para la población en términos de precios, exclusividad, calidad, entre otros factores, como es el caso de la Demi Couture que fue mencionada a detalle anteriormente, esto solo ratifica que el cambio acelerado también va pasando por la industria de la moda.

Como se mencionaba a lo largo del desarrollo, la dominante influencia de las modas tardías de occidente en la cultura ecuatoriana, contribuyen a que la ropa de marca o de alta costura, pueda penetrar en el mercado de la forma en que debería, a esto se le atribuye también el hecho de que no es una moda a disposición de toda la población pues su confección, acabado, cuidado del detalle, y todo lo que conlleva realizar una prenda de alta costura incrementa el costo pues se trata al final de algo de altísima calidad, por lo que no es accesible para el público en general. En el caso de la promoción, se dificulta concretar cuando la moda de alta costura está muy por debajo de la moda industrial, así que se debe enfocar los esfuerzos en el segmento de mercado que podrá ser impactado con la marca.

EVE brindará ropa de alta costura y además colecciones limitadas con variedad de tallas y diseños exclusivos, manteniendo y realzando la mano de obra artesanal ecuatoriana en todo el proceso de confección, así como una excelente atención al cliente y con los mejores insumos, telas para acabados de calidad. No solo en la producción, sino también en la difusión e imagen de la marca, se mantendrá lo mencionado como el norte a seguir.

#### **1.6.5. Insumos en la alta costura**

Para la elaboración de prendas de alta costura, es necesario contar con insumos de calidad que aseguren los resultados esperados por los clientes, esto va muy relacionado con la mano de obra utilizada en la confección puesto que, es otro de los factores que hacen a las prendas de alta costura,

más exclusivas y prestigiosas. Además de lo principal que son las telas, se requieren materiales, detalles y otros insumos para lograr el acabado perfecto de la prenda que se esté produciendo, es por ello que, apoyarse de la industria textil ecuatoriana, representaría una reducción en los precios de venta de las prendas, ya que, si es necesario importar cualquier insumo, se verá repercutido en el precio. Lo cual, ya que se tratan de prendas exclusivas, debería ser dirigido a un público objetivo capaz de costear este tipo de adicionales en la confección de su prenda.

La elaboración de trajes de este tipo de costura requiere del uso y aplicación de materiales textiles de excelente calidad, textura y apariencia que vuelven a las prendas de alto costo, pero de resultado único. Para ello, se emplean materias primas a base de fibras sintéticas o naturales siendo estas las más apreciadas en la industria de la moda (Jiménez, 2013).

Según Isa Báez, para la producción de conjuntos de alta costura, se utilizan telas de lujo denominadas telas de alta costura, las cuales varían según el tipo de tejido, diseños o contenido. La mayoría de estas, son versiones mejoradas de textiles comunes como la seda, el algodón, el lino, la lana, el encaje, entre otros. Para el trabajo manual, debe existir una importante atención a los detalles, y más allá de la mano de obra artesanal, un correcto funcionamiento de las maquinarias que aseguren el acabado perfecto para estas prendas que pertenecen a una categoría especial.

#### **1.6.6. Tipos de tela utilizadas en la alta costura**

A continuación, se identificarán algunas de las telas comúnmente utilizadas para la confección de prendas de alta costura, el tul es una tela ligera, hecha de hilos de seda, algodón o materiales sintéticos como el nylon, muy fino y delicado. (Audaces, 2020). Esta tela es mayormente utilizada en vestidos de novia y ballet, así como también en disfraces, sin embargo, puede ser utilizada en muchas más prendas de moda, por su elasticidad y

variaciones. Existen diversos tipos de tela tul, siendo las más conocidas el tul francés, americano, de seda y el microtul.

La tela satín es un tipo de tela de brillo intenso y textura suave y mantecosa. Hecha de materias primas como seda, algodón, o incluso materiales sintéticos. (Audaces, 2020). Esta tela tiene mucha historia desde hace miles de años, pero resurgió en Europa y vistió a miles de estrellas, siendo también muy conocida ya que a partir de ella se crearon las primeras lencerías. Marilyn Monroe la aclamada actriz estadounidense, utilizó muchos vestidos de tela satín, en bailes, eventos y filmaciones.

El tejido rayón, también conocido como viscosa, es resultado de la extracción de fibras de celulosa del núcleo de algunos árboles, convertidas en hilos de tela. (Audaces, 2020). Esta es una tela utilizada en muchas prendas, no solo de alta costura, gracias a la frescura y ligereza que posee, otra característica importante es que es muy maleable por lo que puede ser sometido a tratamientos como, tintes, brillos y otros procesos necesarios en la alta costura.

Según artículo del diario La Vanguardia, las fibras del terciopelo pueden estar hechas de seda o rayón y se combinan con una tela base de poliéster o nailon. (Sierra, 2016). Este material se puede combinar con muchas prendas, es por eso que es uno de los más utilizados en los últimos años en la industria de la moda.

#### **1.6.7. Insumos de alta costura en el Ecuador**

Según información proporcionada por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (ProEcuador) en su estudio publicado en el año 2012, titulado *Análisis sectorial de textiles y confecciones*. Sostiene que en el rubro de las confecciones Ecuador exporta productos fabricados con fibras de calidad: algodón, nylon y poliéster. Las mencionadas

anteriormente representan entre las principales telas que normalmente se usan para la confección de prendas de alta costura, sin embargo, esto es solo una pequeña parte de lo utilizado en el acabado final de la alta costura, donde además de esto se requieren de hilos, cintas y refuerzos, guarniciones, detalles, entre otros.

Según el proyecto de titulación de Jessica Marisol Yupa de la universidad del Azuay, titulado *experimentación con materiales alternativos como insumos para alta costura*, entre las conclusiones del proyecto indica: “después de la observación de campo en el medio local, se han observado variedades de insumos textiles como lentejuelas, pedrería, apliques, bordados, mullos, canutillos, encajes, entre otros; cada una con sus respectivas características. Todos estos insumos son importados, debido a que en medio local no existe la producción de la mayoría de los insumos”.

Según un estudio realizado por la AITE en octubre de 2010, se estimaba que el contrabando textil se sitúa entre 150 y 200 millones de dólares al año, considerando lo que es contrabando técnico (defraudación aduanera) y los productos introducidos ilegalmente por las fronteras con Perú y Colombia. Otras modalidades utilizadas con frecuencia son la falsa clasificación arancelaria y de origen, y el ingreso de productos como equipaje de viajero ya sea por aeropuertos internacionales o por las mismas fronteras.

Tomando en cuenta lo encontrado en la literatura, los costos altos de los insumos se deben principalmente a que se ofrecen productos al público de altísima calidad, y está en la esencia misma de la alta costura en ser exclusiva y de mayor precio que la ropa en general, habiendo mencionado esto, los costos se incrementan mucho más debido a que no se cuentan con la variedad de telas e insumos necesarios para el amplio catálogo de posibilidades que se puede abarcar con el diseño y la moda, por lo que, es necesario muchas veces importar al país lo que se requiera, lo cual encare más el precio.

La industria textil ecuatoriana sigue dando pasos, pero no le abre tanto el camino a la innovación y creatividad, el diseño está dejado a un lado y se enfoca más en suplir las necesidades básicas de la moda industrial. De hecho, para brindar los productos y servicios de calidad que la marca EVE pretende ofrecer, es muy probable que se tendrá que importar insumos constantemente para asegurar el éxito en cada pedido.

#### **1.6.8. Procesos de elaboración en la alta costura**

Como se ha mencionado a lo largo de la investigación, mucho depende la elaboración a mano del éxito de las prendas de alta costura, y es que este es el sello característico que las distingue de cualquier otra prenda de ropa, para esto es necesario contar con el tiempo específico en la elaboración de las mismas, todo depende del tipo de prenda de ropa ya que no es lo mismo la elaboración de un vestido de novia, que la elaboración de una blusa. Sin embargo, según información recopilada por la revista Vogue, estas requieren un mínimo de 200 horas de trabajo, 1.000 para la confección de un vestido si incluye la labor de bordado y 6.000 o más para crear los vestidos de fiesta más elaborados.

De acuerdo con Jiménez (2013) las prendas de alta costura se desarrollan teniendo en cuenta dos razones, la primera siendo un tipo de laboratorio donde se prueban y experimentan con nuevas formas de confeccionar las prendas, y la segunda es de servir como lienzo para que el diseñador pueda desplegar su creatividad. Los expertos en la mano de obra de estas prendas, deben contar con habilidades en las técnicas de confección que permitan al alcanzar el acabado ideal en los trajes.

Las prendas de alta costura deben cumplir con los máximos estándares de calidad para la elaboración de las mismas, así como con la seguridad en el profesional que está confeccionando la prenda y su atención a los detalles, es por ello que la capacitación y verificación en cada proceso de elaboración es fundamental para proporcionar al cliente, un servicio satisfactorio que cumpla con lo requerido por ellos según sea el caso. A

continuación, se señalarán las etapas de creación de una prenda exclusiva, destacando que depende mucho del tipo de prenda, el tiempo que se invertirá en la misma, los materiales, etc.

Según José Martín (2020), el proceso de confección de una prenda de alta costura empieza por la elaboración de un boceto en conjunto con el cliente, pues se plasman sus ideas y se complementan con las opiniones y recomendaciones del profesional de la moda, a partir de este momento la atención y servicio al cliente debe ser excepcional. En segundo lugar, se proceden a escoger las telas y tejidos acorde al diseño escogido, en este caso, puede cambiarse el boceto si no coincide con la tela. Posteriormente se hace la toma de medidas al cliente, para pasar a la parte de corte y patrones. A partir de esto, empieza la etapa de confección poniendo énfasis en el uso de técnicas manuales, y por último, se hacen las pruebas para realizar los cambios oportunos antes de entregar la pieza planchada y completamente lista.

En la actualidad, hay varios diseñadores tanto en el Ecuador como a nivel mundial que no pertenecen a la casa de modas y, la mayoría, no cumplen con las normas regidas de la Cámara Sindical de la Alta costura; sin embargo, las prendas son confeccionadas con la calidad artesanal, otorgando trajes de calidad, hasta convertirlos en diseños únicos. Los trajes que se realizan en Ecuador son elaborados con imitaciones de pedrería, apliques industrializados e importados, en comparación con los que se realiza en Francia, que son fabricados en el mismo país y las prendas son vendidas a personas adineradas, en sociedades influyentes que manifiestan glamour y elegancia (Bravo, 2016).

En las etapas de confección mencionadas anteriormente sobre la alta costura, los detalles y la atención al cuidado en la elaboración de las prendas es fundamental, lo cual se debe mantener como estándar a lo largo de la confección de cualquier tipo de prenda, ya sea de alta costura, Prêt-à-porter, o demi couture, es por ello que a continuación, se informará acerca de la moda Prêt-à-porter o ready to wear traducido al inglés, la cual

es muy importante ya que en el local comercial de EVE se tendrá la modalidad de comercialización de colecciones exclusivas de moda, en cantidades limitadas con tallas estandares, pero cumplen con los requisitos para ser demi couture.

#### **1.6.9. La moda prêt-à-porter**

La moda prêt-à-porter fue propuesta por el diseñador italiano Pierre Cardin nacido en el año 1922, se formó con los prestigiosos diseñadores Elsa Schiaparelli y Christian Dior, siempre destacandose por tener una creatividad e innovación adelantada a su tiempo, no solo en los diseños de los vestidos, sino tambien en el modelo de negocio que tenía en mente. En esa época de postguerra europea, la alta costura se vio grandemente afectada ya que no muchos podían costearla, fue a partir de esto que Cardin impulsó un modelo de producción por patrones en el cual los diseños se producían en serie, además, se realizaban en varias tallas y se presentaban en las tiendas.

Esta propuesta revolucionaria para su epoca, no fue muy bien acogida por los diseñadores de alta costura por diversas razones, sin embargo, lo contrario pasó con el público que fue respondiendo muy bien. A medida que pasaba el tiempo, los diseñadores se fueron sumando a combinar sus colecciones colecciones de alta costura con líneas de prêt-à-porter, también por lo que esto representaba economicamente para ellos. (Castany, 2018).

#### **1.6.10. Profesionales de moda en el Ecuador**

Según la investigación proporcionada por Justin Carrillo y More Cardona en mayo de 2021, titulada *Paisajes sobre la academia de la moda en Ecuador*, hubo aportes importantes como el de Marisol Romero, coordinadora de la mención de diseño de modas de la universidad San Francisco, indica que si bien la industria de la moda está en auge, no hay lineas establecidas dentro de la carrera de diseño de modas y esto limita el

campo de acción del diseñador, pues muchas veces no se les ve como un profesional sino como un costurero. Dentro de esta misma investigación, a partir de la entrevista a Belén Neumeister y Dómenic Ortiz, estudiantes de moda, coinciden en que el mercado ecuatoriano no valora el trabajo del diseñador.

Según la Senecyt para el primer semestre 2021, en el país solo dos universidades son las que ofertan licenciaturas relacionadas a la industria de la moda, la universidad técnica de Ambato con diseño textil e indumentaria y este año la universidad católica del Ecuador abrió dos nuevas carreras: Diseño Textil, Cuero e Indumentaria (Ambato) y Diseño Textil e Indumentaria (Ibarra). Si bien algunas universidades han aperturado carreras en esta rama, otras, como la Universidad Tecnológica Equinoccial han dejado de ofertarla. Según Carolina Abril, docente tutor de la UTE, la carrera de Diseño de Modas dejó de promocionarse a los nuevos estudiantes desde el 2018 por decisiones internas de las autoridades. (Carrillo & Cardona, 2021).

Según datos registrados en la Senecyt, para el año 2017 existían nueve mil profesionales de moda e indumentaria en sus diferentes niveles (técnico-tecnológico, licenciatura e ingeniería). Zeas afirma que el 50% de los graduados en modas de la Universidad del Azuay, cuentan con emprendimientos propios, lo que refleja la existencia de demanda de estos profesionales en el país. Si bien este porcentaje es muy alentador y anima a los futuros diseñadores, es importante saber que la realidad a la que se enfrentan luego de transcurrido su preparación académica, es otra. (Carrillo & Cardona, 2021).

Podemos hablar que la academia de la moda en Ecuador está en la capacidad de brindar el conocimiento necesario para emprender y diversificar la carrera de moda como ésta lo requiere. Sin embargo, existen problemáticas de fondo que la dejan sin bases. Desde el poco reconocimiento y valoración social hacia el diseñador, hasta la falta de



presencia en la agenda de políticas públicas en la agenda gubernamental (Carrillo & Cardona, 2021).

### **1.6.11. Modelo de negocio**

Como se mencionaba anteriormente, EVE contará con la particularidad de no solo brindar servicios de confección de prendas de alta costura, sino también tendrá su modelo de negocio ready to wear con colecciones de prendas limitadas y exclusivas, abarcando desde la talla XS a XL con diseños innovadores y siguiendo la misma línea artesanal, será una inclinación por el demi couture y el ready to wear. Es por esto que será necesaria la correcta administración de inventarios, dando paso a una nueva colección una vez que ya se hayan terminado las prendas anteriores.

Según Ehrhardt y Brigham (2007) el inventario persigue dos objetivos fundamentales: 1) garantizar con el inventario disponible, la operatividad de la empresa y 2) conservar niveles óptimos que permita minimizar los costos totales (de pedido y de mantenimiento). Un inventario bajo hace aumentar los costos de pedido, mientras que los inventarios altos incrementan los costos de mantenimiento.

Ya que del inventario surge la forma de ingresos principal de la empresa que es la comercialización de prendas, mantener un correcto control y gestión de los inventarios trae consigo las siguientes ventajas:

- Reduce altos costos financieros ocasionados por mantener cantidades excesivas de inventarios
- Reduce el riesgo de fraudes, robos o daños físicos
- Evita que dejen de realizarse ventas por falta de mercancías
- Evita o reduce pérdidas resultantes de baja de precios
- Reduce el costo de la toma del inventario físico anual. (Bamber, 2003)

El tema del inventario, es de mucha atención para la empresa EVE ya que se tratan de colecciones limitadas, por ende tendrán una rotación más rápida que debe ser suplantada a diferencia de la moda industrial donde se tienen grandes cantidades de ropa, este no será el caso pues se quiere proponer una imagen de exclusividad relacionada con la marca, que representarán un estatus para las mujeres que utilicen las colecciones. Adicionalmente, considerar el tema de la fabricación, ya que EVE confionará las colecciones, por eso se puede asegurar que serán diseños innovadores y exclusivos, los cuales en gran parte serán confeccionados de forma artesanal, manteniendo así la misma línea de un negocio de alta costura.

El impacto que genera tener una acorde rotación del inventario, y no quedarse en ningún momento sin colecciones nuevas que ofrecer, sería una ventaja muy grande para la empresa debido a que asegura la entrada de efectivo constantemente pues, las piezas de alta costura si bien es cierto que generan buenos ingresos, se tratan en épocas más esporádicas que las colecciones que constantemente se van a sacar. Por ende, este debe ser un trabajo constante en estar monitoreando todos los procesos para que estén a tiempo las prendas de las nuevas colecciones, las cuales se producirán internamente en la empresa, para asegurar la exclusividad en cada colección.

## **1.7. MARCO CONCEPTUAL**

Atelier es un taller o estudio de un pintor, de un escultor o de un modista. (RAE, 2021)

La alta costura (haute couture en francés) se ha prolongado en el tiempo como la moda hecha a mano, de forma artesanal, a medida y con tejidos de calidad, caros e inusuales (Casas, 2019).

Boceto se refiere al esquema o el proyecto que sirve de bosquejo para cualquier obra. Se trata de una guía que permite volcar y exhibir sobre un

papel una idea general antes de arribar al trabajo que arrojará un resultado final. Autores: (Porto & Merino, 2021).

Prêt-à-porter es sistema de fabricación seriada de prendas de vestir dirigidas a un público universal.

Demi couture: es un movimiento estético que no es tan costoso y exclusivo como la Alta Costura, pero no es tan asequible como el Fast Fashion. (Terán, 2020).

Stock: refiere a la cantidad de bienes o productos que dispone una organización o un individuo en un determinado momento para el cumplimiento de ciertos objetivos.

Tweed: Tejido escocés de lana, con mezcla de hilos de colores, que se usa para hacer ropa cómoda e informal. (RAE, 2021).

Ribete: Cinta o cosa análoga con que se guarnece y refuerza la orilla del vestido, calzado, etc. (RAE, 2021).

Tul: Es un tejido ligero, elaborado con hilos de seda, algodón o materiales sintéticos como el nylon, muy fino y delicado. Es un tejido que tiene cierta elasticidad y, dependiendo de su resistencia, permite realizar bordados delicados. (FundéuRAE)

Boucle: Tejido en el que el hilo puede formar desde anillos diminutos a rizos grandes debido a la diferencia de tensión entre los hilos que se combinan. (FundéuRAE)

Cachemir: Tejido fino de lana hecho con el pelo de las cabras de Cachemira en las montañas del Tíbet; se considera un material de lujo para fabricar prendas exclusivas. (FundéuRAE)

## **CAPÍTULO II: PROPUESTA COMERCIAL**

## **2.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

EVE haute couture, es una empresa que abarca los eslabones del diseño, confección, comercialización y distribución de prendas de vestir de alta costura, enfocada no solo en prendas a la medida, sino también a ofrecer colecciones exclusivas con cantidades y tallas limitadas, con la finalidad de abarcar un segmento de mercado más amplio y poder aprovechar al máximo las capacidades para generar más ingresos.

El concepto de la marca es la modernidad e innovación en los diseños, manteniendo el toque tradicional ecuatoriano que se desea recalcar. El local comercial servirá como atelier y tienda a la vez, pues estarán exhibidas prendas exclusivas para la clientela y también se podrá visualizar en la misma, la producción de las prendas que se vayan posteriormente diseñando como prendas únicas y a la medida.

EVE haute couture, está enfocada en mujeres de 18 a 50 años, la cual será caracterizada por sus diseños innovadores, la alta calidad en toda la experiencia de compra y la exclusividad de sus prendas. Aunque la ropa de alta costura es mayormente conocida y consumida entre personas de clases sociales más altas, justamente para poder diferenciarse del resto y sentir un tipo de exclusividad que los demás no tienen, se ha incluido una línea de negocio dedicada a las mujeres de clase media alta dentro del segmento de mercado, con prendas únicas e innovadoras, pero en un valor más accesible; sin perder el sentido de exclusividad.

## **2.2. VISIÓN**

Convertirse en la empresa de alta costura más reconocida de la ciudad de Guayaquil durante los próximos 5 años.

## **2.3. MISIÓN**

Garantizar a la clientela prendas exclusivas y a la medida, con diseños innovadores de excelente calidad. Manteniendo los estándares de la ropa de alta costura en cada uno de los procesos de fabricación, con el objetivo de asegurar la satisfacción del público para lograr posicionarse como una marca de prestigio.

## **2.4. VALORES**

- Innovación, para asegurar tener un factor competitivo frente a las demás marcas de ropa en el mercado.
- Creatividad, en cada miembro de la organización debido a que es lo esencial para mantenerse triunfando en la industria de la moda.
- Responsabilidad, para todos los procesos que conllevan la fabricación de una prenda y como contribuye a la imagen de la marca con los clientes.
- Colaboración, entre todos los miembros para garantizar el cumplimiento de cada requerimiento a tiempo.
- Trabajo en equipo, siendo el complemento principal de la colaboración pues los empleados deben estar alineados al cumplimiento de los mismos objetivos.

## **2.5. OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Incrementar la participación de mercado de EVE en un 10% en los próximos 3 años.

### **Objetivos específicos**

- Aumentar las ventas de las colecciones exclusivas en un 5% durante el primer año.
- Incrementar los seguidores de las redes sociales de EVE en un 27% durante los próximos dos años.
- Realizar 2 eventos semestrales para ganar posicionamiento en la industria y lograr ampliar el segmento de clientes.
- Establecer colaboraciones con 3 influencers de la ciudad de Guayaquil, que contribuyan al incremento de las ventas.
- Disminuir las quejas de los clientes en un 5% en el primer año.

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

<b>Aliados Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de insumos</li> <li>• Alianzas con celebridades, personalidades influyentes, artistas, medios de comunicación</li> <li>• Entidades bancarias</li> </ul>	<b>Actividades Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio al cliente</li> <li>• Confección de prendas de alta costura</li> <li>• Producción de colecciones de prendas limitadas</li> <li>• Diseño de prendas</li> <li>• Comercialización de prendas en el local comercial</li> </ul>	<b>Propuesta de Valor</b> <p>Producir un excelente servicio en todo el proceso de diseño, confección y comercialización de prendas de alta costura, elaborados con diseños innovadores inspirados en la elegancia de la moda ecuatoriana. Asegurando la calidad y dedicación durante toda su fabricación</p>	<b>Relación con el Cliente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de confección de prendas limitadas</li> <li>• Servicio de atelier</li> <li>• Página web</li> <li>• Comentarios, mensajes y concursos en redes sociales</li> <li>• Diseño de prendas</li> <li>• Experiencia de compra en línea</li> </ul>	<b>Segmentos de Clientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mujeres de 18 a 50 años</li> <li>• Interesadas en la moda, en actualizar su ropa constantemente</li> <li>• Celebrities, modelos, influencers, personalidades</li> <li>• Con un estatus económico medio-alto</li> <li>• Aficionadas por lucir bien</li> <li>• Con una vida social que les permita asistir a diferentes eventos</li> </ul>
	<b>Recursos Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñador de modas</li> <li>• Confeccionista</li> <li>• Telas</li> <li>• Maquinas</li> <li>• Vendedores</li> <li>• Personal capacitado</li> <li>• Local comercial</li> <li>• Patrocinios</li> </ul>		<b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Local comercial</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Página web</li> <li>• Marketing de boca a boca</li> <li>• Desfiles de moda</li> <li>• Eventos</li> </ul>	
<b>Estructura de Costes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nómina</li> <li>• Arriendo del local comercial</li> <li>• Compra de insumos y telas</li> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Publicidad</li> </ul>			<b>Estructura de Ingresos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de confección de prendas limitadas</li> <li>• Servicio de atelier</li> <li>• Comercialización de ropa de alta costura</li> </ul>	



## **1. Propuesta de valor**

La propuesta de valor de la empresa EVE haute couture propone, producir un excelente servicio en todo el proceso de diseño, confección y comercialización de prendas de alta costura, elaborados con diseños innovadores inspirados en la elegancia de la moda ecuatoriana. Asegurando la calidad y dedicación durante toda su fabricación. Siguiendo la línea de visión, misión y valores y los objetivos comerciales que se desean lograr.

## **2. Segmento de clientes**

El segmento de clientes está enfocado en las mujeres de edades que oscilan entre los 18 a 50 años. Son mujeres que se interesan por la moda, son aficionadas de ver o seguir desfiles de moda, conocer más acerca de diseñadores de talla mundial; y por supuesto, de estar actualizadas en las últimas tendencias de ropa para ellas poder actualizar su closet constantemente. Este grupo de mujeres puede pertenecer a ciertas categorías tales como celebridades, modelos, influencers, personalidades, o simplemente personas naturales con un estatus económico medio a alto.

A este segmento de mujeres, les preocupa mucho su apariencia y la imagen que muestran a los demás, son aficionadas por lucir bien y cuentan con una vida social activa, que les permita asistir a diferentes eventos donde puedan utilizar este tipo de prendas más exclusivas.

## **3. Canales**

Entre los canales que se emplearán para llegar a los clientes, y entregar los productos y servicios se encuentran, el local comercial donde se brindarán información y atención al cliente durante todo el proceso de fabricación de las prendas, asimismo, el local servirá como atelier pues es donde los clientes se toman las medidas, hacen correcciones y ven el proceso de confección de las prendas. Otro de los beneficios de contar con

el local como uno de los canales principales es poder exhibir las colecciones de prendas exclusivas, que servirán para abarcar a un público mayor.

Las redes sociales servirán como un canal esencial para conectarse con los clientes y establecer una relación, al igual que la página web, en ellos se podrán incrementar las comunidades y los productos y servicios tendrán otra ventana para ser exhibidos. El marketing de boca a boca es de gran importancia en este tipo de comercios pues se debe mucho a la reputación que la marca tenga, si está entre los objetivos comerciales, concretar alianzas con personalidades influyentes, este canal contribuirá mucho.

Los desfiles de moda y eventos serán otros canales por donde se podrá llegar a los potenciales clientes, esto no solo potenciará el posicionamiento de la marca sino también abre puertas para nuevas alianzas estratégicas.

#### **4. Relación con el cliente**

Las formas de relación con el cliente se basan en el servicio de confección de prendas limitadas, así como el servicio de atelier. Esta será la parte más importante, pues es el ingreso principal de la empresa se basa en estos servicios. Adicionalmente, la página web, comentarios, mensajes y los concursos en redes sociales, complementarán la experiencia de compra en línea.

#### **5. Fuentes de ingreso**

Entre las fuentes de ingreso principales se tiene el servicio de confección de prendas limitadas, como ha sido explicado anteriormente, se va a aumentar el segmento de clientes mediante esta modalidad. Son prendas exclusivas, con la misma esencia de la marca en cuanto a calidad, e innovación, pero se harán un mayor número de cada prenda para reducir los costos. El servicio de atelier de las piezas exclusivas y hechas a la medida, y por último la comercialización de la ropa de alta costura.

## **6. Recursos clave**

Entre los recursos clave se encuentran el diseñador de modas, confeccionistas, los ayudantes, vendedores y todo el personal capacitado para llevar a cabo la actividad y cumplir los objetivos de la empresa en su totalidad. Además de los insumos como las telas y demás materiales, así como las maquinas necesarias. El local comercial, del cual ya se profundizó anteriormente es un recurso fundamental para la empresa, y por último los patrocinios en eventos y desfiles de moda.

## **7. Actividades clave**

En ellas se encuentran el servicio al cliente, en conjunto con la confección de prendas de alta costura, como actividades principales. Otra de las actividades serán la producción de colecciones de prendas limitadas y el diseño de prendas. Por último, pero no menos importante, la comercialización de prendas en el local comercial que vienen de las colecciones limitadas.

## **8. Socios clave**

Entre los principales se pueden mencionar, los proveedores de insumos, telas y demás materiales necesarios para la confección de las prendas. También, las alianzas con celebridades, personalidades influyentes, artistas, medios de comunicación, se considera como un grupo de socios claves esenciales, debido al giro del negocio y lo que se beneficiaría de contar con estos socios. Las entidades bancarias, para el apalancamiento en cuanto sea necesario para la empresa.

## **9. Estructura de costos**

Se encuentran la nómina, el arriendo del local comercial, la compra de insumos y telas, los servicios básicos esenciales para el funcionamiento del local comercial y la publicidad para comunicar los productos y servicios de la marca.

## **2.6. ESTRATEGIA GENÉRICA Y VENTAJAS COMPETITIVAS**

La marca EVE hace énfasis en la calidad y exclusividad, es por ello que la estrategia genérica de segmentación especializada en diferenciación, es la más acorde a lo que la empresa desea enfocarse, debido a que es un segmento de mercado con un estatus alto, se hace énfasis en la calidad, más que énfasis en el precio. Este tipo de personas son capaces de costear productos considerados más costosos, siempre y cuando la calidad sea excepcional.

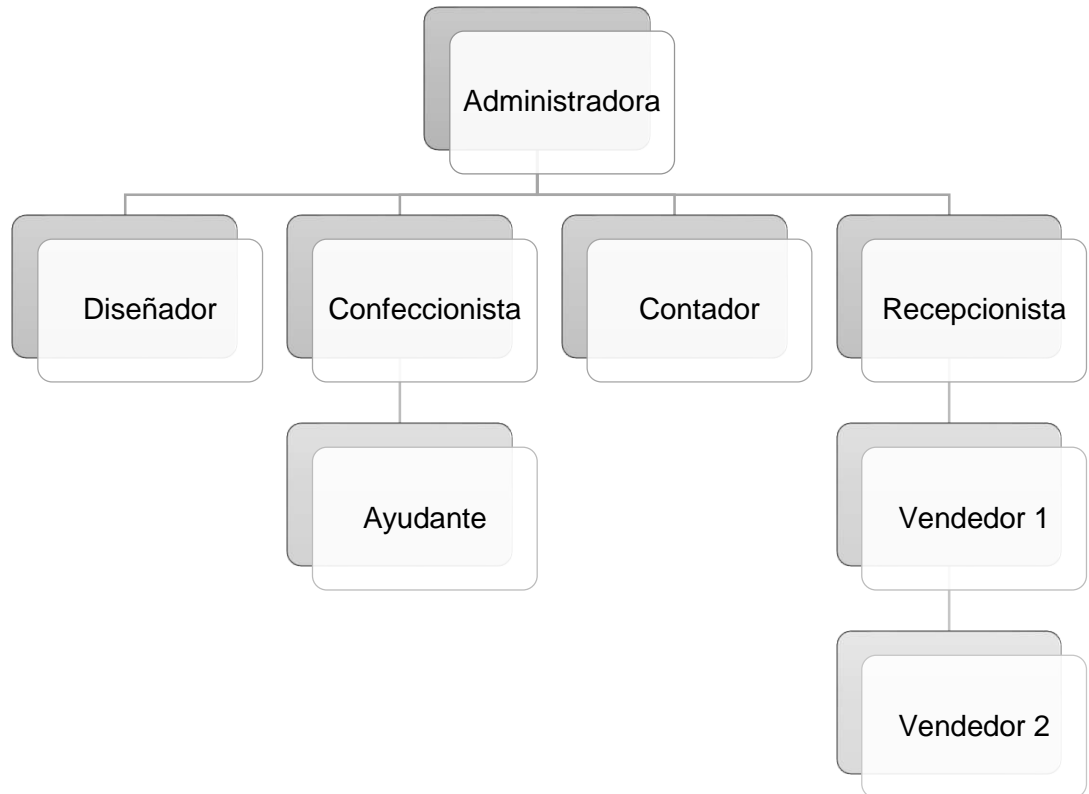
Una de las ventajas competitivas de la empresa, es que se enfoca en brindar una experiencia de compra excepcional al cliente. Su servicio pre-venta, el asesoramiento en la tienda, la confección, entrega del producto terminado y posterior servicio post-venta, contribuirán a que el cliente quiera seguir dispuesto a pagar un precio mayor. Contando con beneficios dentro de la experiencia del cliente, como toma de medidas a domicilio sin recargo adicional y entrega del producto sin recargo adicional.

Otra ventaja competitiva es el tiempo, los clientes valoran la respuesta inmediata a la hora de adquirir los productos, adicionalmente dentro del proceso de confección de las prendas se establecerán plazos los cuales se esperan cumplir mucho antes de lo establecido por el cliente.

## 2.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA DEL PROYECTO

Ilustración 1.

Organigrama.



Fuente: Investigación de Mercados  
Elaborado por: Eva Marite Mora Burgos

## **2.8. PLAN DE MARKETING**

### **2.5.1. Contexto general del mercado: factores clave y tamaño**

En la actualidad son varios los diseñadores que se dedican al rubro de la alta costura, que, aunque no pertenezcan a la Cámara Sindical de la Alta Costura, desarrollan indumentaria con criterios de alta costura, en parte debido a la aceptación a la moda y diseño en el país en comparación con años anteriores. Hoy en día es posible hablar de una industria de la moda y la confección en el Ecuador, gracias a la globalización, y a la facilidad que existe actualmente de estar comunicados a nivel mundial y poder estar al día con lo que pasa alrededor del mundo; los cambios que se viven en el Ecuador en cuanto a moda están a un clic.

Aunque aún hay mucho camino que recorrer, hoy en día son visibles grandes pasarelas en donde se pueden evidenciar el trabajo de los creativos del país; como por ejemplo, las ediciones del fashion week, y más actualmente los eventos y desfiles organizados por designer book en pro de la difusión de los diseñadores, encuentros de diseño como CROMIA en donde además de visibilizar el trabajo de los diseñadores en el país, se discuten temas de diseño, se generan espacios de asociatividad para los profesionales ecuatorianos, y se propicia la generación de políticas públicas en beneficio del desarrollo de la disciplina del diseño en el Ecuador.

Hoy en día, la presencia de modelos, bloggers, revistas y plataformas especializadas en moda que sirven de medio de comunicación y conexión con los consumidores, es extensa. Es posible además ver el surgimiento de nuevos nombres y encontrarnos con nuevos emprendimientos de indumentaria que buscan satisfacer las necesidades de la sociedad.

Según Doris Campbell, directora de operaciones de Ecuatextil, la industria textil del Ecuador representaba hasta 2019 el 1 % del PIB del país, con 1.387 millones de dólares en ventas. Sin embargo, por la pandemia bajó entre 2020 y 2021 un 36 %. Razón por la que buscan retomar el camino e

ir recuperando los 10.000 puestos de trabajo que afirma se perdieron por el COVID-19.

En total se tienen identificadas 1.085 empresas dedicadas en el país, de las cuales el 80% son de confección o de maquila, el resto son las plantas industriales fabricantes de telas, cuenta Campbell. En el tema de industria, Pichincha es la primera provincia en desarrollo textil, seguida de Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas, donde encabezan el negocio el tema de catálogo.

En el mercado ecuatoriano las marcas europeas de moda ganan posiciones, Bershka, Zara, Pull&Bear, Mango, Stradivarius, siendo otra vertiente dentro del mercado ya que su especialización es el retail, pero cabe destacarlas debido a que son las que mayor porción de mercado representan en el Ecuador, también las firmas ecuatorianas como De Prati y ETAFASHION abarcan mucho mercado dentro del retail.

La competencia directa para EVE está determinada por otros diseñadores ecuatorianos, tales como: Teresa Valencia, Melissa Murtinho, Melissa Klein y en menor impacto, Nino Touma, Fabricio Celleri, y Tatiana Torres, ya que por su trayectoria sus precios establecidos para sus diseños son demasiado altos. Por otra parte, la competencia indirecta está determinada por las tiendas de venta de ropa de marca que se encuentran en la zona, como es el caso de Mango, Fulgore y Dear One.

### **2.5.2. Perfil del cliente**

El perfil del cliente de la empresa EVE haute couture, está enfocado en mujeres con edades que oscilan entre los 18 a 50 años, a este segmento de mercado lo constituyen personas de un estatus social alto, que tengan posibilidades económicas de poder costear cada prenda y además, pensando en su utilidad, que tengan ocasiones a la altura de lo que una prenda de alta costura se refiere; por lo tanto, las mujeres deben ser socialmente activas, con grupos grandes de personas a su alrededor, que

asistan a eventos con frecuencia durante el año, y que sientan atracción por vestir prendas exclusivas para diferenciarse del resto. Este tipo de personas no se limita en lo que consume, se guía por la calidad y acabado de sus prendas. Normalmente, compra en tiendas de ropa de marca, pero se interesa por ir más allá con lo que utiliza.

Son mujeres que se interesan por la moda, son aficionadas de ver o seguir desfiles de moda, conocer más acerca de diseñadores de talla mundial; y por supuesto, de estar actualizadas en las últimas tendencias de ropa para ellas poder actualizar su closet constantemente. Este grupo de mujeres puede pertenecer a ciertas categorías tales como celebridades, modelos, influencers, personalidades, o simplemente personas naturales que puedan costear este tipo de prendas.

Otro segmento de mercado que la empresa desea abarcar es a las mujeres del mismo rango de edad, pero pertenecientes a un estatus social medio alto, debido a que se desea abarcar más porción de mercado y satisfacer igualmente sus necesidades, manteniendo la misma esencia de diseños exclusivos e innovadores, pero con colecciones que permitan crear un número limitado de prendas, que, a su vez, disminuye el precio final y así hacerlo exequible para este público objetivo. Este grupo de personas, se caracteriza por seguir las tendencias de moda y actualizarse con prendas, cada vez que pueda.

### **2.5.3. Estrategia de Producto**

EVE haute couture se dedicará al diseño, confección y comercialización de prendas de alta costura, por lo tanto, el giro del negocio abarcará desde la venta de productos, como el ofrecimiento de servicios mediante la atención personalizada de los requerimientos de prendas únicas y exclusivas de alta costura, las cuales pueden ser desde: vestidos, conjuntos de blusa y pantalones, blusa y falda, blusa y shorts; y prendas por separado.



Ya que la comercialización es de prendas exclusivas, mucho influyen los gustos y preferencias de los clientes. Sin embargo, las prendas se caracterizarán por diseños únicos con esencia ecuatoriana, ropa fresca, colorida, siguiendo las tendencias de moda del momento. Los vestidos podrán ser de noche, tipo coctel, de gala y de novia. Las blusas podrán ser variadas en estilos según la ocasión que requiera el cliente, al igual que los pantalones y shorts con los diferentes tipos de telas que se ofrecerán.

En cuanto al servicio que se ofrecerá a los clientes, se trata del proceso completo de fabricación de la prenda. Comienza con el diseño de la prenda que el cliente desea, en donde se intercambian las opiniones de los expertos con lo que el cliente desee, posterior a este paso, se comienza con la selección de las telas en donde también el cliente juega un papel fundamental, y así sucesivamente hasta que la prenda esté completamente terminada y el cliente dé el visto bueno.

#### **2.5.4. Estrategia de Precio**

Ya que se ofrecen diseños a la medida y exclusivos, cada pieza será diferente y, por lo tanto, el tiempo empleado en su fabricación, así como la cantidad de material, la calidad del mismo, entre otros factores. A continuación, se mostrará una lista referencial de precios en los que se basa el servicio de atelier, en cuanto a las colecciones limitadas, los precios de venta al público serán diferentes debido a la cantidad de prendas que se realicen.

**Tabla 1.**  
**Lista de Precios.**

<b>Lista referencial de precios</b>	
Vestidos	\$200,00
Conjuntos de pantalón y blusa	\$300,00
Conjuntos de shorts/faldas y blusa	\$250,00
<b>Prendas por separado:</b>	
Blusas	\$80
Pantalones	\$90
Shorts	\$80
Faldas	\$80

Fuente: Investigación de Mercados  
Elaborado por: Eva Marite Mora Burgos

Se ofrecerán facilidades de pago a través de tarjeta de crédito, cheque, transferencia bancaria o efectivo. Adicionalmente, se otorgarán descuentos por temporadas o días especiales, con la finalidad de incrementar las ventas.

### **2.5.5. Estrategia de Distribución**

Entre los canales que se emplearán para llegar a los clientes, y entregar los productos y servicios se encuentran, el local comercial donde se brindarán información y atención al cliente durante todo el proceso de fabricación de las prendas, asimismo, el local servirá como atelier pues es donde los clientes se toman las medidas, hacen correcciones y ven el proceso de confección de las prendas. Otro de los beneficios de contar con el local como uno de los canales principales es poder exhibir las colecciones de prendas exclusivas, que servirán para abarcar a un público mayor.

Las redes sociales servirán como un canal esencial para conectarse con los clientes y establecer una relación, al igual que la página web, en ellos se podrán incrementar las comunidades y los productos y servicios tendrán otra ventana para ser exhibidos. El marketing de boca a boca es de gran importancia en este tipo de comercios pues se debe mucho a la reputación que la marca tenga, si está entre los objetivos comerciales, concretar alianzas con personalidades influyentes, este canal contribuirá mucho.

Los desfiles de moda y eventos serán otros canales por donde se podrá llegar a los potenciales clientes, esto no solo potenciará el posicionamiento de la marca sino también abre puertas para nuevas alianzas estratégicas.

#### **2.5.6. Estrategia de Promoción**

La publicidad que se utilizará para la empresa serán los medios online, a través de las redes sociales. Haciendo gran uso de las publicidades pagas que ofrecen mejores resultados, debido a la segmentación de clientes. Adicionalmente, la alianza con influencers, celebridades y personalidades influyentes será importante para la reputación de la marca, en este punto se combinan los medios online, con las estrategias de relaciones públicas como los eventos y desfiles de moda.

Showrooms, los cuales consisten en exhibiciones de las prendas creadas por la diseñadora, dentro del atelier, donde se incluirán desfiles con modelos y personajes de televisión quienes vestirán sus diseños. Se invitarán a diseñadores de moda, zapatos y accesorios, reconocidos en el medio. Se organizarán dos eventos similares dentro del primer año, presentando los cambios de temporada y nuevas tendencias de la moda.

Debido al auge de los intercambios entre las marcas, se hará uso de estas estrategias para ganar posicionamiento en el mercado. Así como lograr vestir a personas influyentes con prendas de la marca EVE, con el propósito de aumentar las ventas e incrementar el número de fidelización de clientes.

La empresa, cuenta con un local comercial en el cual se exhibirán las prendas de las colecciones limitadas en temporadas específicas, de esta manera, como siempre habrá existencia de inventario se contará con un personal de ventas que trabaje dentro del local y pueda promover y asesorar a las mujeres que vayan personalmente al mismo.

### **2.5.7. Estrategia de Personas**

En primer lugar el administrador de la empresa debe estar alineado con la misión visión y valores para poder transmitirlo a los demás empleados, para esta persona en cuanto al conocimiento técnico que debe tener en su puesto, será el manejo del personal, el constante seguimiento para el cumplimiento de objetivos, la contratación de personas, y adicionalmente debe tener conocimientos acerca de compra de insumos, pues se necesitará su colaboración en cuanto a la adquisición de las de las telas y otros materiales, y poder concretar estas transacciones con los proveedores.

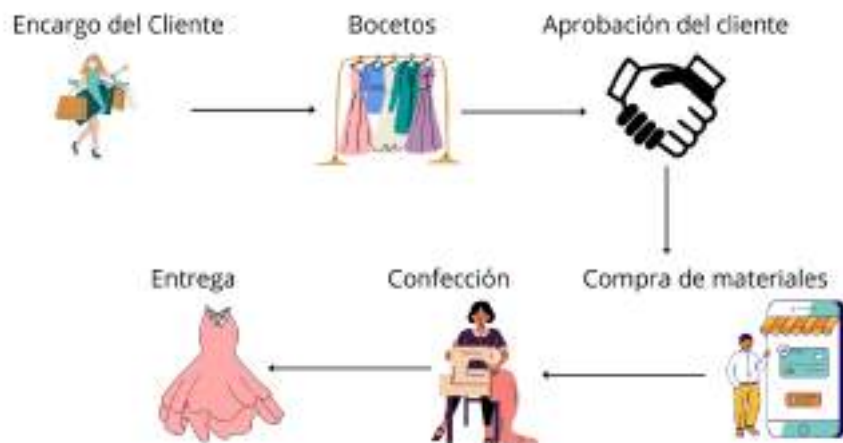
Entre otro punto en cuanto a la parte operativa, refiriéndose al diseñador, confeccionistas y ayudantes, debe ser un personal capacitado para asegurar la calidad en las prendas las cuales son hechas a mano, por lo tanto, requieren de tiempo y precisión del profesional de moda. Deben ser personas dispuestas a trabajar en equipo para cumplir con los tiempos acordados por los clientes, además de ser eficientes y eficaces.

Los valores que deben tener son principalmente la innovación y creatividad, pues de esto se basa el éxito de la empresa, así como responsabilidad puntualidad y asertividad también para poder mejorar en todo lo que se necesite.

### 2.5.8. Procesos

Uno de los procesos fundamentales para la empresa, es la elaboración y confección de las prendas exclusivas y a la medida, para proporcionar al cliente un servicio satisfactorio y que cumpla con la calidad que ellos esperan, se debe seguir el siguiente proceso, teniendo en cuenta que la confección de cada prenda es diferente, por lo cual el tiempo invertido no será el mismo, así como los materiales, insumos, entre otros.

**Ilustración 2.**  
**Flujograma.**



Fuente: Investigación de Mercados  
Elaborado por: Eva Marite Mora Burgos

Para el proceso de confección de una prenda de alta costura, se empieza por el boceto con las ideas que tiene el cliente y con las recomendaciones del profesional, luego se escogen las telas y tejidos y posteriormente se realiza la toma de medidas al cliente. La siguiente etapa es el corte y patrones, donde comienza la etapa de confección, por último, se hacen más pruebas y medidas para finalizar la prenda tal como el cliente lo requiera.

El proceso de venta de EVE, comienza con la necesidad del cliente buscando una prenda de alta costura, en este punto puede preguntar a conocidos o familiares acerca de recomendación o por el contrario revisa

las redes sociales, para tener el primer acercamiento con la empresa. Luego se comunica y decide si asistir o no al local comercial, en base al servicio proporcionado, los precios, la calidad y la reputación que tenga la marca. A partir comienza el proceso de confección, en donde ya se habra abonado una parte del requerimiento y finalizara, al momento de ser entregado.

### **2.5.9. Estrategia de Evidencia Física**

El logo de la marca EVE, mantiene la esencia de la ropa de alta costura la cual se base en la elegancia y exclusividad. A su vez tiene un toque de estilo y sobriedad que se desea reflejar en todos los diseños, pero sin perder el enfoque hacia la elegancia ecuatoriana. Los colores negro y blanco son los escogidos para la identidad de la marca, debido a que sigue con el estilo y con la reputación que se desea construir.

#### **Ilustración 3.**

##### **Logo.**



Fuente: Investigación de Mercados  
Elaborado por: Eva Marite Mora Burgos

#### Ilustración 4.

##### Logo.



Fuente: Investigación de Mercados  
Elaborado por: Eva Marite Mora Burgos

A continuación, se muestra una imagen de la página de instagram de EVE, en donde se exhibirán los diseños terminados de la ropa de alta costura, así como también las colecciones exclusivas que se comercializarán en el local comercial. La idea de las redes sociales, tanto de la página web es dar a conocer a la marca y también colaborar con personalidades influyentes que puedan contribuir al aumento de seguidores y posterior incremento de la comunidad.

**Ilustración 5.**  
**Instagram.**



Fuente: Investigación de Mercados  
Elaborado por: Eva Marite Mora Burgos

En cuanto a la papelería de EVE, se notará a continuación la tarjeta de presentación que ayudará a dar formalidad a la empresa y poder utilizarla en sitios estratégicos. Adicionalmente, se mostrará la camiseta que portaran los empleados en el local comercial, que lleva relación con los colores de la marca y en la que también se encuentra el logo de la misma.



### Ilustración 6.

#### Tarjeta de Presentación.



Fuente: Investigación de Mercados  
Elaborado por: Eva Marite Mora Burgos

Como último punto, referente al local comercial, la iluminación tiene que aportar a la correcta confección y calidad de las prendas que se fabrican, es por ello que debe ser estar perfectamente iluminado. Adicionalmente, ya que se enfoca en un segmento de mercado con estatus alto, para este público la comodidad debe ser clave, puesto a que son personas que aprecian cada servicio y pueden costear este tipo de productos.

### Ilustración 7.

#### Atelier.



Fuente: Investigación de Mercados  
Elaborado por: Eva Marite Mora Burgos

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

## 2.9. PLAN DE ACCIÓN

Aumentar las ventas de las colecciones exclusivas en un 5% durante el primer año.						
MEDIOS (estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo vamos a medir?
			INICIO	FIN		
PARTICIPAR EN EVENTOS O DESFILES DE MODA PARA DAR A CONOCER LA MARCA	GANAR RECONOCIMIENTO DE MI MERCADO POTENCIAL	MKT/ADM	15/1/2023	20/1/2024	\$. PERSONAL CAPACITADO, TIEMPO, ESPACIO	NUMERO DE EVENTOS ORGANIZADOS, NUM DE EVENTOS ASISTIDOS/DESFILES DE MODA
CAPACITAR A LOS EMPLEADOS	BRINDAR UN SERVICIO DE EXCELENCIA	ADM	1/7/2023	PERMANENTE	\$. FACILITADOR, SALAS, EQUIPOS ELC, TIEMPO	% DE SATISFACCIÓN / # DE CLIENTES SATISFECHOS
DISEÑAR UN PLAN DE MARKETING A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES	AUMENTAR LAS VENTAS	MKT/ADM	ene-23	feb-23	PERSONAL DE MKT, EQUIPOS DE COMPUTO, \$, TIEMPO	# LIKES, # DE ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN. NUMERO DE SEGUIDORES, \$ VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS
ESTABLECER UN PROGRAMA DE BENEFICIOS PARA LOS CLIENTES	FIDELIZAR A LOS CLIENTES	MKT/ADM	may-23	ago-23	TIEMPO, \$, PERSONAL	# DE VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, # PROGRAMAS, % INCREMENTO EN VENTAS
INCORPORAR REVISIONES DE CALIDAD A CADA PROCESO DE CONFECCION DE LAS PRENDAS	SATISFACER AL CLIENTE	ADM/OP	ene-23	PERMANENTE	MPO, PERSONAL CAPAC	% DE CLIENTES SATISFECHOS

Incrementar los seguidores de las redes sociales de EVE en un 27% durante los próximos dos años.						
MEDIOS (estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo vamos a medir?
			INICIO	FIN		
ESTABLECER COLABORACIONES CON CELEBRIDADES/INFLUENCERS	AUMENTAR SEGUIDORES	MKT	1/2/2023	1/7/2023	\$. TIEMPO, PERSONAL	# DE SEGUIDORES, # DE LIKES
IMPLEMENTAR CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EN LAS RRSS	GANAR RECONOCIMIENTO DE MI MERCADO POTENCIAL	MKT	2/11/2022	2/11/2023	\$. EQUIPO COMP, DISEÑADOR, SOCIAL MEDIA MANAGER	# LIKES, # DE ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN
ORGANIZAR EVENTOS, DESFILES DE MODA	ESTABLECER ALIANZAS ESTRATEGICAS	ADM	11/4/2023	5/1/2024	\$. TIEMPO, PERSONAL	% DE EMPRESAS FIDELIZADAS, # EVENTOS
MEJORAR LA VELOCIDAD DE RESPUESTAS	BRINDAR UN MEJOR SERVICIO	MKT	6/6/2023	7/9/2023	COMUNNITY MANAGER, EQUIPO DE COMP, TIEMPO	INCREMENTO DE INTERACCIONES
POTENCIAR LA PAGINA WEB DE LA MARCA	GANAR VISIBILIDAD	MKT	7/3/2023	18/5/2023	PROGRAMADOR, \$, TIEMPO, EQUIPO DE COMPUTO	VISITAS A LA PAGINA WEB, # DE COMENTARIOS

**PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Realizar 2 eventos semestrales para ganar posicionamiento en la industria y lograr ampliar el segmento de clientes.						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
PRODUCIR PRENDAS EXCLUSIVAS PARA ESTOS EVENTOS	GANAR RECONOCIMIENTO DEL PÚBLICO	OP	feb-23	feb-24	\$, TIEMPO, PERSONAL CAPACITADO, SALAS, MATERIAL	COMENTARIOS POSITIVOS EN REDES SOCIALES, INCREMENTO DE SEGUIDORES
ESTABLECER COLABORACIONES CON CELEBRIDADES/INFLUENCERS	AUMENTAR INTERÉS EN LOS EVENTOS	MKT	1/4/2023	3/7/2023	\$, TIEMPO, PERSONAL CAPACITADO	# DE COLABORACIONES, INCREMENTO DE SEGUIDORES
IDENTIFICAR EMPRESAS ALIADAS	INCREMENTAR REPUTACION DE LA MARCA	MKT	feb-23	PERMANENTE	\$, TIEMPO, PERSONAL	# DE ALIADOS NUEVOS, INCREMENTO DE LOS ALIADOS TOTALES
DISEÑAR ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE	AUMENTAR LA VISIBILIDAD DE LA MARCA	MKT	15/6/2023	20/7/2024	\$, TIEMPO, PERSONAL CAPACITADO	# LIKES, AUMENTO DEL ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN
DESARROLLAR CONCURSOS EN LAS REDES SOCIALES	GANAR MÁS SEGUIDORES	MKT	28/7/2023	19/11/2023	COMUNITY MANAGER, DISEÑADOR, \$	NUMERO DE VISITAS, ME GUSTAS E INTERACCIONES

Establecer colaboraciones con 3 influencers de la ciudad de Guayaquil, que contribuyan al incremento de las ventas.						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
			INICIO	FIN		
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?					¿Cómo vamos a medir?
DISEÑAR UN PLAN DE MARKETING A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES	INCREMENTAR SEGUIDORES	MKT/ADM	ene-23	feb-23	PERSONAL DE MKT, EQUIPOS DE COMPUTO, \$, TIEMPO	# LIKES, # DE ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN. NUMERO DE SEGUIDORES, \$ VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS
ORGANIZAR EVENTOS, DESFILES DE MODA	ESTABLECER ALIANZAS ESTRATEGICAS	ADM	11/4/2023	5/1/2024	\$, TIEMPO, PERSONAL	% DE EMPRESAS FIDELIZADAS, # EVENTOS
DISEÑAR UN PLAN DE INCENTIVO PARA LAS CELEBRIDADES	FIDELIZAR A LOS ALIADOS	MKT/ADM	feb-23	mar-23	\$, TIEMPO, PERSONAL CAPACITADO, MATERIAL	INCREMENTO DE SEGUIDORES, NUMERO DE ALIADOS ESTRATÉGICOS
IMPLEMENTAR NUEVA SECCIÓN CON INFLUENCERS EN LAS REDES SOCIALES	AUMENTAR LA VISIBILIDAD DE LA MARCA	MKT	20/5/2023	20/5/2024	\$, TIEMPO, PERSONAL CAPACITADO	# LIKES, AUMENTO DEL ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN, # DE SEGUIDORES
DESARROLLAR CONCURSOS EN LAS REDES SOCIALES	GANAR MÁS SEGUIDORES	MKT	30/7/2023	19/10/2023	COMUNITY MANAGER, DISEÑADOR, \$	NUMERO DE VISITAS, ME GUSTAS E INTERACCIONES

**PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>Disminuir las quejas de los clientes en un 5% en el primer año</b>						
<b>MEDIOS (estrategias)</b> ¿Cómo?	<b>RESULTADO ESPERADO</b> ¿Por qué o para qué?	<b>EQUIPO</b>	<b>F E C H A</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>INDICADOR DE GESTIÓN</b> ¿Cómo vamos a medir?
			<b>INICIO</b>	<b>FIN</b>		
<b>CAPACITAR A LOS COLABORADORES</b>	<i>BRINDAR UN SERVICIO DE EXCELENCIA</i>	<b>ADM</b>	1/9/2023	PERMANENTE	\$, FACILITADOR, SALAS, EQUIPOS ELC, TIEMPO	% DE SATISFACCIÓN / # DE CLIENTES SATISFECHOS
<b>IMPLEMENTAR NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN</b>	<i>AUMENTAR LA SATISFACCIÓN</i>	<b>ADM</b>	13/3/2023	17/6/2024	\$, EQUIPO COMP, SALA, TIEMPO	# DE CLIENTES SATISFECHOS
<b>MEJORAR EL SERVICIO POST VENTA</b>	<i>INCREMENTAR LA REPUTACIÓN</i>	<b>ADM</b>	15/1/2023	PERMANENTE	TIEMPO, \$, PERSONAL, MATERIAL	% DE SATISFACCIÓN, NUEVOS CLIENTES, AUMENTO EN LAS VENTAS
<b>DESARROLLAR ENCUESTAS PARA LOS CLIENTES</b>	<i>LOGRAR MEJOR CONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES</i>	<b>ADM</b>	9/7/2023	29/7/2023	\$, TIEMPO, EQUIPO COM, PERSONAL	% SATISFACCIÓN AL CLIENTE
<b>DISEÑAR UN PLAN DE REVISIÓN DE CALIDAD EN LOS PROCESOS DE CONFECCIÓN</b>	<i>DISMINUIR QUEJAS O RECLAMOS</i>	<b>ADM</b>	feb-23	PERMANENTE	\$, TIEMPO, EQUIPO COM, PERSONAL, SALA, CONOCIMIENTOS	# DE COMENTARIOS NEGATIVOS, DISMINUCIÓN O INCREMENTO DE QUEJAS

## **CAPÍTULO III: ANÁLISIS FINANCIERO**

### **3.1. Supuestos Financieros**

Dentro del análisis financiero se han utilizado un conjunto de supuestos con el fin de poder tener una mirada más realista del panorama general del proyecto durante los próximos 5 años. Los salarios básicos comienzan con un monto de \$425 en el año 1 y para el año 5 serán de \$525. Como se observa en la Tabla No. 1 los salarios sufren un incremento de \$25 anuales, determinados así por el presidente del Ecuador para los siguientes cinco años.

Otro rubro dentro de los supuestos financieros es el incremento anual de sueldos, estos se mantendrán constantes durante los 5 años de estudio del proyecto en un 5,50% anual, lo que se relaciona directamente con el monto total de los salarios básicos para que, de manera porcentual, el incremento sea el mismo.

El comportamiento esperado es de 2% durante los próximos cinco años, siendo una cantidad determinada de forma conservadora, considerando que la demanda de este tipo de productos no es una necesidad primaria dentro de la población, añadiendo otros factores como la situación política y económica del país que influyen en la variación de este porcentaje. Dicho rubro es igual para todas las prendas que se comercializan ya que son productos que se pueden usar durante todo el año en la región Costa que es donde se llevará a cabo el proyecto. En cuanto al comportamiento de los gastos se ha determinado 1,50% para los 5 años siguientes.

**Tabla No. 2**  
**Supuestos Financieros**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Salarios básicos proyectados	425,00	450,00	475,00	500,00	525,00
Incremento anual de sueldos		5,5%	5,5%	5,5%	5,5%
Comportamiento de la demanda esperada		2%	2%	2%	2%
Comportamiento de los gastos		1,5%	1,5%	1,5%	1,5%

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

### **3.1.1. Inversión del Proyecto**

La inversión requerida para poner en marcha las operaciones del negocio es de \$40.735,00. La lista de inversión consta de un capital de trabajo de \$30.000,00 para hacer frente a las obligaciones a corto plazo, específicamente de los primeros meses de la puesta en marcha para adquirir todos los insumos necesarios para desarrollar la actividad principal de la empresa. Los gastos pre-operativos tienen un monto de \$3.250,00 que corresponden a las patentes de marca y las instalaciones y reforma del local. El valor restante de \$7.485,00 corresponde a la inversión en la lista de activos fijos necesarios para el correcto funcionamiento del local comercial y las actividades de la empresa. Entre ellos se encuentran, los equipos de oficina y equipos de trabajo para el atelier.



**Tabla No. 3**

**Lista de Inversión Inicial**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
CAPITAL DE TRABAJO	1		\$30.000,00
GASTOS PRE-OPERATIVOS	1		\$3.250,00
COMPUTADORAS	2	400	\$800,00
IMPRESORAS	1	250	\$250,00
ESCRITORIOS	2	100	\$200,00
SILLAS DE OFICINA	4	80	\$320,00
ANAQUELES	6	70	\$420,00
MESAS DE TRABAJO	3		\$0,00
ACONDICIONADOR DE AIRE	1	350	\$350,00
MAQUINA DE COSER	1	530	\$530,00
MAQUINA OVERLOCK	1	800	\$800,00
MUEBLES DE COSTURA	3	150	\$450,00
CORTADOR DE TELA	2	400	\$800,00
BASE DE CORTE	10	8	\$80,00
PLANCHA	2	110	\$220,00
SILLAS DEL TALLER	4	70	\$280,00
TELÉFONO	1	300	\$300,00
ESTANTES	8	100	\$800,00
VITRINAS	2	300	\$600,00
CLOSETS	3	95	\$285,00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			<b>40.735,00</b>

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

### 3.2. Financiamiento del Proyecto

Para llevar a cabo las operaciones de la empresa, se ha escogido un financiamiento mixto con aportes propios y externos. Mientras que los aportes de terceros serán de un 40% con un valor de \$16.294,00. Dicho valor será proporcionado por un préstamo del Banco del Pacífico con una tasa de 11,23% en un plazo de 5 años lo cual fue establecido para fines prácticos académicos.

**Tabla No. 4**  
**Financiamiento**

<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Aportes propios	\$24.441,00	60%
Aportes de terceros (Bancos)	\$16.294,00	40%
<b>Total financiamiento</b>		
Tasa a pagar	11,23%	
Plazo de deuda (años)	5	

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

#### 3.1.2. Proyecciones de Sueldos

La empresa contará con tres colaboradores apoyando en la parte administrativa, cuya proyección de gastos mensual para el año 1 será de \$2.425,55. Los cargos de administrador, contador y recepcionista son los principales para cumplir con las actividades comerciales de la empresa, sus sueldos de \$850, \$650 y \$425 respectivamente más las proyecciones de los beneficios sociales, estarán reflejados a detalle en el [Anexo No.1.](#)

Para llevar a cabo el proceso de confección y elaboración de las prendas que se comercializarán, la empresa contará con un diseñador, confeccionista y asistente de costura. El detalle de los sueldos correspondientes a cada colaborador, junto con los beneficios sociales, se verá reflejado en el [Anexo No. 2.](#)

### 3.1.3. Demanda Esperada Anual

Para la proyección de demanda esperada en los 5 años que se desarrollará el proyecto se han tomado en consideración 12 prendas esenciales para la comercialización, los cuales se detallan en la tabla No. 4.

**Tabla No. 5**

#### **Demanda Esperada Anual**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
PANTALON DE VESTIR	200	378	522	666	810
SHORT DE VESTIR	185	240	240	240	240
VESTIDO DE NOVIA	60	96	96	96	96
VESTIDO DE GALA	120	156	156	156	156
VESTIDO DE NOCHE	146	180	180	180	180
VESTIDO COCTEL	184	378	522	666	810
VESTIDO CASUAL	233	438	582	726	876
BLUSA CASUAL	300	438	582	726	876
BLUSA FORMAL	317	498	642	786	966
BLUSA DE NOCHE	241	402	546	690	834
ENTERIZO FORMAL	153	240	240	240	240
CHAQUETA	96	120	120	120	120
<b>TOTAL</b>	<b>2.235</b>	<b>3.564</b>	<b>4.428</b>	<b>5.292</b>	<b>6.204</b>

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

En el [Anexo No. 3](#) se refleja el detalle del comportamiento de la demanda esperada de forma mensual para los siguientes 5 años, enfocándose en la variación que tiene la demanda de mes a mes por cualquier factor externo como días festivos, navidad, año nuevo, entre otros; los cuales repercuten directamente en la demanda de este tipo de prendas.

### 3.1.4. Proyecciones de Ventas

Las proyecciones de ventas se han realizado con una estimación de precios de ventas individuales, identificados en la tabla No. 5. Los precios experimentan una variación de año a año que oscila entre \$2 a \$5 por prenda, sin embargo, esta estimación está sujeta a cambios en la realidad.

**Tabla No. 6**  
**Precios de venta individuales**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
PANTALON DE VESTIR	100,00	102,00	105,00	106,00	108,00
SHORT DE VESTIR	75,00	78,00	79,00	80,00	82,00
VESTIDO DE NOVIA	750,00	760,00	775,00	780,00	800,00
VESTIDO DE GALA	170,00	172,00	175,00	178,00	180,00
VESTIDO DE NOCHE	120,00	125,00	127,00	128,00	130,00
VESTIDO COCTEL	92,00	93,00	94,00	95,00	96,00
VESTIDO CASUAL	83,00	84,00	85,00	86,00	87,00
BLUSA CASUAL	58,00	60,00	61,00	62,00	65,00
BLUSA FORMAL	58,00	60,00	61,00	62,00	65,00
BLUSA DE NOCHE	58,00	60,00	61,00	62,00	65,00
ENTERIZO FORMAL	120,00	122,00	123,00	124,00	125,00
CHAQUETA	130,00	131,00	132,00	135,00	136,00

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

En la siguiente tabla se refleja la proyección de ventas totales de forma anual. Para el año 1 las ventas totales representan \$233.666,00 de ingresos para la empresa. En el año 2 asciende el valor a \$376.794,00 y se mantiene en la misma tendencia de crecimiento para el año 3 con un valor de \$450.198,00. Al término del año 4 el valor de las ventas totales será de

\$523.674,00 y en el año 5 de \$609.672,00. En el [Anexo No. 4](#) se mostrará el desglose de cada venta proyectada de forma mensual.

**Tabla No. 7**

**Ventas totales**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
PANTALON DE VESTIR	20.000,00	38.556,00	54.810,00	70.596,00	87.480,00
SHORT DE VESTIR	13.875,00	18.720,00	18.960,00	19.200,00	19.680,00
VESTIDO DE NOVIA	45.000,00	72.960,00	74.400,00	74.880,00	76.800,00
VESTIDO DE GALA	20.400,00	26.832,00	27.300,00	27.768,00	28.080,00
VESTIDO DE NOCHE	17.520,00	22.500,00	22.860,00	23.040,00	23.400,00
VESTIDO COCTEL	16.928,00	35.154,00	49.068,00	63.270,00	77.760,00
VESTIDO CASUAL	19.339,00	36.792,00	49.470,00	62.436,00	76.212,00
BLUSA CASUAL	17.400,00	26.280,00	35.502,00	45.012,00	56.940,00
BLUSA FORMAL	18.386,00	29.880,00	39.162,00	48.732,00	62.790,00
BLUSA DE NOCHE	13.978,00	24.120,00	33.306,00	42.780,00	54.210,00
ENTERIZO FORMAL	18.360,00	29.280,00	29.520,00	29.760,00	30.000,00
CHAQUETA	12.480,00	15.720,00	15.840,00	16.200,00	16.320,00
<b>TOTAL</b>	<b>233.666,00</b>	<b>376.794,00</b>	<b>450.198,00</b>	<b>523.674,00</b>	<b>609.672,00</b>

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

### 3.1.5. Proyecciones de Costos

En la siguiente tabla No. 7 se muestran los costos de ventas individuales de cada producto que se comercializará para los siguientes 5 años del periodo establecido para el presente trabajo de investigación.

**Tabla No. 8**

**Proyecciones de costos**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
PANTALON DE VESTIR	60,00	61,20	63,00	63,60	64,80
SHORT DE VESTIR	45,00	46,80	47,40	48,00	49,20
VESTIDO DE NOVIA	450,00	456,00	465,00	468,00	480,00
VESTIDO DE GALA	102,00	103,20	105,00	106,80	108,00
VESTIDO DE NOCHE	72,00	75,00	76,20	76,80	78,00
VESTIDO COCTEL	55,20	55,80	56,40	57,00	57,60
VESTIDO CASUAL	49,80	50,40	51,00	51,60	52,20
BLUSA CASUAL	34,80	36,00	36,60	37,20	39,00
BLUSA FORMAL	34,80	36,00	36,60	37,20	39,00
BLUSA DE NOCHE	34,80	36,00	36,60	37,20	39,00
ENTERIZO FORMAL	72,00	73,20	73,80	74,40	75,00
CHAQUETA	78,00	78,60	79,20	81,00	81,60

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

Los costos de ventas totales se verán en la siguiente tabla No. 8, para el año 1 los costos totales representan \$161.354,35 de egresos para la empresa. En el año 2 asciende el valor a \$249.849,58 y se mantiene en la misma tendencia de crecimiento para el año 3 con un valor de \$295.200,26. Al término del año 4 el valor de los costos totales será de \$340.661,96 y en

el año 5 de \$393.708,43. En el [Anexo No. 5](#) se mostrará el desglose de cada costo proyectado de forma mensual.

**Tabla No. 9**

**Costos totales**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
PANTALON DE VESTIR	12.000,00	23.133,60	32.886,00	42.357,60	52.488,00
SHORT DE VESTIR	8.325,00	11.232,00	11.376,00	11.520,00	11.808,00
VESTIDO DE NOVIA	27.000,00	43.776,00	44.640,00	44.928,00	46.080,00
VESTIDO DE GALA	12.240,00	16.099,20	16.380,00	16.660,80	16.848,00
VESTIDO DE NOCHE	10.512,00	13.500,00	13.716,00	13.824,00	14.040,00
VESTIDO COCTEL	10.156,80	21.092,40	29.440,80	37.962,00	46.656,00
VESTIDO CASUAL	11.603,40	22.075,20	29.682,00	37.461,60	45.727,20
BLUSA CASUAL	10.440,00	15.768,00	21.301,20	27.007,20	34.164,00
BLUSA FORMAL	11.031,60	17.928,00	23.497,20	29.239,20	37.674,00
BLUSA DE NOCHE	8.386,80	14.472,00	19.983,60	25.668,00	32.526,00
ENTERIZO FORMAL	11.016,00	17.568,00	17.712,00	17.856,00	18.000,00
CHAQUETA	7.488,00	9.432,00	9.504,00	9.720,00	9.792,00
SUELDOS	21.154,75	23.773,18	25.081,46	26.457,56	27.905,23
<b>TOTAL</b>	<b>161.354,35</b>	<b>249.849,58</b>	<b>295.200,26</b>	<b>340.661,96</b>	<b>393.708,43</b>

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

### 3.1.6. Proyecciones de Gastos

Los gastos en los que incurrirá la empresa se reflejan a continuación, siendo los rubros más representativos los sueldos del personal administrativo (administrador, contador y recepcionista de la empresa). El alquiler del local, por la segmentación de mercados a la que está dirigida la

actividad comercial de la empresa, tiene que estar ubicado en un lugar donde se manejen personas de un estatus social medio - alto. Y por último, entre los rubros más importantes se encuentra la publicidad que es uno de los pilares fundamentales para el éxito de la marca. En el [Anexo No. 6](#) se mostrará el desglose de cada gasto proyectado de forma mensual.

**Tabla No. 10**

**Proyecciones de gastos**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
SUELDOS	29.106,65	32.742,45	34.544,04	36.440,59	38.437,32
ALQUILER	10.200,00	10.353,00	10.508,30	10.665,92	10.825,91
LIMPIEZA	3.600,00	3.654,00	3.708,81	3.764,44	3.820,91
SERVICIOS BÁSICOS	6.000,00	6.090,00	6.181,35	6.274,07	6.368,18
SEGURIDAD	7.200,00	7.308,00	7.417,62	7.528,88	7.641,82
PUBLICIDAD	9.600,00	9.744,00	9.890,16	10.038,51	10.189,09
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	300,00	304,50	309,07	313,70	318,41
MOVILIZACIÓN	2.400,00	2.436,00	2.472,54	2.509,63	2.547,27
SUMINISTROS DE OFICINA	900,00	913,50	927,20	941,11	955,23
COMISIONES	11.683,30	11.858,55	12.036,43	12.216,97	12.400,23
<b>TOTAL</b>	<b>80.989,95</b>	<b>85.404,00</b>	<b>87.995,51</b>	<b>90.693,83</b>	<b>93.504,36</b>

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

**3.1.7. Préstamo Bancario**

Para el financiamiento de las operaciones de la empresa, se cuenta con un préstamo bancario proporcionado por el Banco del Pacífico con una tasa anual de 11,23% las cuales se irán cubriendo en un plazo de deuda durante 5 años. El préstamo bancario será por un monto de \$16.294,00 que representa el 40% de la inversión inicial necesaria. En la tabla No. 10 se refleja la información primordial acerca del préstamo bancario.



**Tabla No. 11**

**Préstamo Bancario**

<b>Préstamo</b>	\$16.294,00
<b>Tasa anual</b>	11,23%
<b>Pagos por año</b>	12
<b>Tasa por período</b>	0,94%
<b>Plazo Deuda (años)</b>	5
<b>Cuotas (número)</b>	60
<b>Dividiendo</b>	\$356,14

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

<b>Periodos anuales</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Interés</b>		\$1.700,02	\$1.395,64	\$1.055,27	\$674,64	\$249,00
<b>Capital Pagado</b>		\$2.573,70	\$2.878,07	\$3.218,45	\$3.599,07	\$4.024,71
<b>Dividendos</b>		\$4.273,71	\$4.273,71	\$4.273,71	\$4.273,71	\$4.273,71
<b>Saldo</b>	\$16.294,00	\$13.720,30	\$10.842,23	\$7.623,79	\$4.024,71	\$0,00

### 3.3. Análisis de Estados Financieros

#### 3.3.1. Balance general

A continuación, se refleja el balance general de la empresa donde se puede concluir, que la liquidez de la empresa es favorable ya que cuenta con efectivo suficiente durante los 5 años e incluso va incrementando de año a año, esto afecta positivamente los demás rubros y se observa como el patrimonio de la empresa va incrementando.

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

Tabla No. 12

Balance General

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		1	2	3	4	5
EFFECTIVO	30.000,00	17.047,99	54.314,69	102.810,99	167.269,98	252.554,96
A/F NETOS	10.735,00	9.851,50	8.968,00	8.084,50	7.201,00	6.317,50
<b>ACTIVOS</b>	<b>40.735,00</b>	<b>26.899,49</b>	<b>63.282,69</b>	<b>110.895,49</b>	<b>174.470,98</b>	<b>258.872,46</b>
CTAS.DOC. X PAGAR		-	14.232,21	23.585,51	32.900,52	43.980,93
PRÉSTAMO BCARIO.	16.294,00	13.720,30	10.842,23	7.623,79	4.024,71	0,00
<b>PASIVOS</b>	<b>16.294,00</b>	<b>13.720,30</b>	<b>25.074,44</b>	<b>31.209,29</b>	<b>36.925,24</b>	<b>43.980,93</b>
CAPITAL SOCIAL	24.441,00	24.441,00	24.441,00	24.441,00	24.441,00	24.441,00
RESERVA LEGAL		-	2.502,91	6.650,70	12.436,66	20.171,23
UTILIDADES RETENIDAS		- 11.261,82	11.264,34	48.594,50	100.668,09	170.279,29
<b>PATRIMONIO</b>	<b>24.441,00</b>	<b>13.179,18</b>	<b>38.208,24</b>	<b>79.686,20</b>	<b>137.545,74</b>	<b>214.891,52</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>40.735,00</b>	<b>26.899,49</b>	<b>63.282,69</b>	<b>110.895,49</b>	<b>174.470,98</b>	<b>258.872,46</b>

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

### 3.3.2. Estado de resultados

La utilidad del ejercicio en el año 1 es negativa, pero comienza a tener una tendencia en crecimiento desde el año 2 hasta el año 5. Comenzando con una utilidad negativa de \$11.261,82 y terminando con una utilidad de \$69.611,20.

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

**Tabla No. 13**

**Estado de resultados**

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>		233.666,0 0	376.794,0 0	450.198,0 0	523.674,0 0	609.672,00
<b>- Costo de Ventas</b>		161.354,3 5	249.849,5 8	295.200,2 6	340.661,9 6	393.708,43
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>		72.311,65	126.944,4 2	154.997,7 4	183.012,0 4	215.963,57
<b>- Gastos desembolsables</b>		80.989,95	85.404,00	87.995,51	90.693,83	93.504,36
<b>- Gastos no desembolsables</b>		883,50	883,50	883,50	883,50	883,50
<b>Utilidad Operacional</b>		- 9.561,80	40.656,92	66.118,73	91.434,71	121.575,71
<b>- Gastos financiamiento</b>		1.700,02	1.395,64	1.055,27	674,64	249,00
<b>+/- Ing/Eg. No operacionales</b>						
<b>Utilidad antes de Reparto a Trabajadores</b>		- 11.261,82	39.261,27	65.063,46	90.760,07	121.326,71
<b>- 15% Reparto Ut. Trabajadores</b>		-	5.889,19	9.759,52	13.614,01	18.199,01
<b>Utilidad antes de Impuesto Renta</b>		- 11.261,82	33.372,08	55.303,94	77.146,06	103.127,71
<b>- 25% Impuesto Renta</b>		-	8.343,02	13.825,99	19.286,51	25.781,93
<b>Utilidad antes de Reserva Legal</b>		- 11.261,82	25.029,06	41.477,96	57.859,54	77.345,78
<b>- 10% Reserva Legal</b>		-	2.502,91	4.147,80	5.785,95	7.734,58
<b>Utilidad del ejercicio</b>		- <b>11.261,82</b>	<b>22.526,16</b>	<b>37.330,16</b>	<b>52.073,59</b>	<b>69.611,20</b>

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

### 3.4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

#### 3.4.1. Indicadores Económicos

Los indicadores económicos son de particular ayuda debido a que permiten determinar la factibilidad de implementación del proyecto de forma porcentual, monetaria y temporal. Por ello, se calcula la Tasa Interna de Retorno cuyo total es de 77,69% valor favorable, el Valor Actual Neto es positivo y mayor a 0 con un valor de \$63.094,29 y el payback se recupera a los 2 años y 6 meses, lo que sirve para concluir en que el proyecto es factible para llevarlo a cabo en la realidad.

**Tabla No. 14**

#### **Indicadores Económicos**

<b>TIR</b>	77,69%
<b>VAN</b>	\$ 63.094,29
<b>PAYBACK</b>	2 años y 6 meses

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

#### 3.4.2. Punto de Equilibrio

Según Weston y Brigham (1994, p. 415) es una técnica de carácter analítico que es utilizado con el propósito de observar la relación que existe entre: costos fijos, costos variables, volumen de ventas y utilidades. A continuación, se muestra el punto de equilibrio de la empresa.

**Tabla No. 15**

**Punto de Equilibrio**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COSTO FIJO	\$ 83.573,47	\$ 87.683,15	\$ 89.934,28	\$ 92.251,97	\$ 94.636,86
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 72.311,65	\$ 126.944,42	\$ 154.997,74	\$ 183.012,04	\$ 215.963,57
<b>% Equilibrio</b>	<b>116%</b>	<b>69%</b>	<b>58%</b>	<b>50%</b>	<b>44%</b>
VENTAS	\$ 233.666,00	\$ 376.794,00	\$ 450.198,00	\$ 523.674,00	\$ 609.672,00
COSTOS VARIABLES	\$ 161.354,35	\$ 249.849,58	\$ 295.200,26	\$ 340.661,96	\$ 393.708,43
COSTOS FIJOS	\$ 83.573,47	\$ 87.683,15	\$ 89.934,28	\$ 92.251,97	\$ 94.636,86
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ -11.261,82</b>	<b>\$ 39.261,27</b>	<b>\$ 65.063,46</b>	<b>\$ 90.760,07</b>	<b>\$ 121.326,71</b>

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

El porcentaje de equilibrio en el año 1 es de 116% mientras que en los próximos años va disminuyendo hasta llegar a un 44% en el año 5. Lo que quiere decir que la empresa tiene que esforzarse menos en poder lograr producir la cantidad exacta de prendas para lograr el punto de equilibrio.

### 3.5. Ratios Financieros

Tabla No. 16

#### Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>RAZÓN CORRIENTE</b>		\$ 3,82	\$ 4,36	\$ 5,08	\$ 5,74
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 17.047,99	\$ 40.082,48	\$ 79.225,49	\$ 134.369,46	\$ 208.574,02
<b>ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL</b>	8,69	5,95	4,06	3,00	2,36
<b>ENDEUDAMIENTO</b>	51%	40%	28%	21%	17%
<b>LEVERAGE TOTAL</b>	104%	66%	39%	27%	20%
<b>COBERTURA PASIVO FINANCIERO</b>	0,06	0,03	0,02	0,01	0,00
<b>COBERTURA GASTO FINANCIERO</b>	-5,62	29,13	62,66	135,53	488,26
<b>MARGEN BRUTO</b>	31%	34%	34%	35%	35%
<b>MARGEN OPERATIVO</b>	-4%	11%	15%	17%	20%
<b>MARGEN NETO</b>	-4,8%	6,0%	8,3%	9,9%	11,4%
<b>ROA</b>	-42%	36%	34%	30%	27%
<b>ROE</b>	-85%	59%	47%	38%	32%

Fuente: Investigación de Mercados  
Realizado por: Eva Mora

La empresa cuenta con una razón corriente favorable durante los 5 años estudiados, en el año 5 es de \$5,74 lo que quiere decir que la empresa tiene solvencia suficiente para cubrir las obligaciones a corto plazo. El capital de trabajo es otro de los rubros que al pasar el tiempo va incrementando hasta llegar a los \$208.574,02 en el año 5.

El ratio de endeudamiento que permite observar cuanto porcentaje corresponden al capital de terceros, en el año 1 es 51% y en el año 5 se espera que la empresa disminuya a un endeudamiento de 17%. El margen bruto se mantiene entre 31% y 35% durante los periodos estudiados.

# Conclusiones

A partir de la información recopilada durante toda la investigación, se concluye en que la moda en el Ecuador es un diamante en bruto con mucho potencial para ser desarrollado. El sector de textiles es un mercado que se ha ido recuperando lentamente después de la pandemia, pero con la correcta dirección puede contribuir en gran forma a que surjan nuevos negocios de moda como el mencionado en el presente proyecto.

Actualmente, la moda es un mercado que si se enfoca correctamente hay muchos canales de comunicación para impactar al público objetivo. Con el surgimiento de los influencers, la moda alcanza nuevos horizontes y se encamina a impactar a un público mayor con las estrategias de comunicación adecuadas.

Como se ha revisado en la literatura, han surgido nuevas alternativas que contribuyan a disminuir costos para los procesos de confección de las prendas de alta costura, sus precios por la calidad de los insumos son altos en comparación a la ropa común. Todas estas oportunidades de innovación representarán un avance en el mercado de la alta costura, para que sean más accesibles en un futuro.



# Recomendaciones

Los altos costos de los insumos para la confección de prendas de alta costura condicionan este tipo de negocios, por lo que una indagación más profunda de los mismos, contribuiría a que el desempeño del negocio sea mucho mejor y disminuye la posibilidad de potenciales pérdidas en los años futuros.

La preparación de los profesionales de moda en Ecuador es un aspecto importante que se recomienda analizar a profundidad ya que a partir de la investigación han surgido ciertas líneas que pueden ser estudiadas y contribuyen con la mejora en la formación de actores importantes en la cadena de alta costura.

Se recomienda ahondar en el tema de los inventarios para este tipo de negocios de ropa exclusiva y de alta costura. Pues si bien, se trabaja bajo pedido, una de las modalidades es también ofrecer prendas exclusivas limitadas que requieren de un mayor control en el inventario.

# Bibliografía

Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE).  
<https://www.aite.com.ec/industria.html>

Escribano, L. (2019). ¿Qué es un atelier?  
<https://www.lauraescribano.com/atelier/que-es-un-atelier#:~:text=La%20palabra%20atelier%20significa%20taller,Un%20estudio%2Dtaller.>

Torres, A. (2018). Diseño de alta costura | ¿Qué es la alta costura y qué la hace especial. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenomoda/disenodealta-costura-que-es-la-alta-costura-y-que-la-hace-especial>

Andrade, M. (2018). *Innovación de la Alta Costura mediante la técnica textil del Afieltrado*. [Trabajo de graduación previo a la obtención del título de: diseñadora de textil y moda]. Universidad del Azuay.

Arribas, V., Josa, E., Bravo, S., García, I., & San Miguel, P. (2016). *El Sector de la Moda en España: Retos y desafíos*. ISEM.

Martínez, N. (2019). *Análisis del Entorno de la Industria de la Moda en el Ámbito Textil en Ecuador*. [Trabajo de titulación previo a la obtención del título de ingeniera empresarial]. Escuela Politécnica Nacional.

Yupa, J. (2021). *Experimentación con materiales alternativos como insumos para la alta costura*. [Trabajo de titulación previo a la obtención del título de diseñador de textiles y de moda]. Universidad del Azuay.

Auquilla, D. (2019). *Análisis del impacto que han tenido las salvaguardias implementadas en el año 2015 en las Pymes Manufactureras en la ciudad de Quito*. Maestría en Dirección de Empresas. Universidad Anida Simón Bolívar.

Báez, I. (2022). *Historia de las telas de alta costura*.  
<https://isafabrics.com/es/historia-de-las-telas-de-alta-costura-isa/>

Audaces. (2021). *Viscosa: Todo sobre este tipo de tela*.  
<https://audaces.com/es/viscosa-todo-sobre-este-tipo-de-tela/>

Sierra, C. (2016). Terciopelo. <https://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/20161102/411466173932/terciopelo-temporada-tendencia-consejos.html#foto-1>

Espinoza, C., Sorhegui, R. (2016). *Análisis del sector textil ecuatoriano 2009-2013*. Universidad Tecnológica ECOTEC.

Martín, J. (2020). Proceso creativo.  
<https://josemartinaltacoburgos.com/proceso-creativo/>

Castany, C. (2021). *Elie Saab, la elegancia atemporal del diseñador que vino de Líbano*. [https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/moda/2018-11-26/elie-saab-esencia-moda-oriente\\_1643743/](https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/moda/2018-11-26/elie-saab-esencia-moda-oriente_1643743/)

Carrillo & Cardona. (2021). *Paisajes sobre la academia de la moda en Ecuador*. <https://lifestylekiki.com/moda-estilo-tendencias-cultura-ecuador/moda-ecuador-5/>

Durán, Y. (2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Visión gerencial*, (1), 55-78.

Casas, S. (2019). Qué es alta costura: el club 'secreto' de la moda.  
<https://www.modaes.com/back-stage/que-es-alta-costura-el-club-secreto-de-la-moda>

# Anexos

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

Anexo No. 1

Proyección de sueldos administrativos

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$850,00	\$70,83	\$35,42		\$103,28	\$1.059,53
Contador	\$650,00	\$54,17	\$35,42		\$78,98	\$818,56
Recepcionista	\$425,00	\$35,42	\$35,42		\$51,64	\$547,47
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.925,00</b>	<b>\$160,42</b>	<b>\$106,25</b>		<b>\$233,89</b>	<b>\$2.425,55</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$896,75	\$74,73	\$37,50	\$74,70	\$108,96	\$1.192,63
Contador	\$685,75	\$57,15	\$37,50	\$57,12	\$83,32	\$920,84
Recepcionista	\$448,38	\$37,36	\$37,50	\$37,35	\$54,48	\$615,07
<b>Total mensual</b>	<b>\$2.030,88</b>	<b>\$169,24</b>	<b>\$112,50</b>	<b>\$169,17</b>	<b>\$246,75</b>	<b>\$2.728,54</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$946,07	\$78,84	\$39,58	\$78,81	\$114,95	\$1.258,25
Contador	\$723,47	\$60,29	\$39,58	\$60,26	\$87,90	\$971,50
Recepcionista	\$473,04	\$39,42	\$39,58	\$39,40	\$57,47	\$648,92
<b>Total mensual</b>	<b>\$2.142,57</b>	<b>\$178,55</b>	<b>\$118,75</b>	<b>\$178,48</b>	<b>\$260,32</b>	<b>\$2.878,67</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$998,11	\$83,18	\$41,67	\$83,14	\$121,27	\$1.327,36
Contador	\$763,26	\$63,60	\$41,67	\$63,58	\$92,74	\$1.024,84
Recepcionista	\$499,05	\$41,59	\$41,67	\$41,57	\$60,63	\$684,51
<b>Total mensual</b>	<b>\$2.260,41</b>	<b>\$188,37</b>	<b>\$125,00</b>	<b>\$188,29</b>	<b>\$274,64</b>	<b>\$3.036,72</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$1.053,00	\$87,75	\$43,75	\$87,71	\$127,94	\$1.400,16
Contador	\$805,24	\$67,10	\$43,75	\$67,08	\$97,84	\$1.081,00
Recepcionista	\$526,50	\$43,88	\$43,75	\$43,86	\$63,97	\$721,95
<b>Total mensual</b>	<b>\$2.384,74</b>	<b>\$198,73</b>	<b>\$131,25</b>	<b>\$198,65</b>	<b>\$289,75</b>	<b>\$3.203,11</b>

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

**Anexo No. 2**

**Proyección de sueldos operativos**

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador	\$500,00	\$41,67	\$35,42		\$60,75	\$637,83
Confeccionista	\$450,00	\$37,50	\$35,42		\$54,68	\$577,59
Asistente de Costura	\$425,00	\$35,42	\$35,42		\$51,64	\$547,47
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.375,00</b>	<b>\$114,58</b>	<b>\$106,25</b>		<b>\$167,06</b>	<b>\$1.762,90</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador	\$527,50	\$43,96	\$37,50	\$43,94	\$64,09	\$716,99
Confeccionista	\$474,75	\$39,56	\$37,50	\$39,55	\$57,68	\$649,04
Asistente de Costura	\$448,38	\$37,36	\$37,50	\$37,35	\$54,48	\$615,07
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.450,63</b>	<b>\$120,89</b>	<b>\$112,50</b>	<b>\$120,84</b>	<b>\$176,25</b>	<b>\$1.981,10</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador	\$556,51	\$46,38	\$39,58	\$46,36	\$67,62	\$756,45
Confeccionista	\$500,86	\$41,74	\$39,58	\$41,72	\$60,85	\$684,76
Asistente de Costura	\$473,04	\$39,42	\$39,58	\$39,40	\$57,47	\$648,92
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.530,41</b>	<b>\$127,53</b>	<b>\$118,75</b>	<b>\$127,48</b>	<b>\$185,94</b>	<b>\$2.090,12</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador	\$587,12	\$48,93	\$41,67	\$48,91	\$71,34	\$797,96
Confeccionista	\$528,41	\$44,03	\$41,67	\$44,02	\$64,20	\$722,33
Asistente de Costura	\$499,05	\$41,59	\$41,67	\$41,57	\$60,63	\$684,51
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.614,58</b>	<b>\$134,55</b>	<b>\$125,00</b>	<b>\$134,49</b>	<b>\$196,17</b>	<b>\$2.204,80</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador	\$619,41	\$51,62	\$43,75	\$51,60	\$75,26	\$841,64
Confeccionista	\$557,47	\$46,46	\$43,75	\$46,44	\$67,73	\$761,85
Asistente de Costura	\$526,50	\$43,88	\$43,75	\$43,86	\$63,97	\$721,95
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.703,38</b>	<b>\$141,95</b>	<b>\$131,25</b>	<b>\$141,89</b>	<b>\$206,96</b>	<b>\$2.325,44</b>



PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023

Anexo No. 3

Proyección de la demanda

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
PANTALON DE VESTIR	15	16	14	12	15	14	14	20	12	18	19	20	25	200
SHORT DE VESTIR	13	18	13	19	13	13	16	13	15	15	17	20	185	
VESTIDO DE NOVIA	3	5	5	3	5	5	5	4	4	6	7	8	60	
VESTIDO DE GALA	10	11	8	8	7	11	16	8	8	8	12	13	120	
VESTIDO DE NOCHE	10	10	11	13	12	11	18	12	10	11	13	15	146	
VESTIDO COCTEL	11	12	13	15	12	10	17	15	15	19	20	25	184	
VESTIDO CASUAL	19	17	11	10	15	15	26	25	20	20	25	30	233	
BLUSA CASUAL	20	26	13	15	15	19	27	30	30	35	40	30	300	
BLUSA FORMAL	22	21	25	19	20	17	29	33	32	30	34	35	317	
BLUSA DE NOCHE	21	25	19	18	17	20	15	13	20	21	25	27	241	
ENTERIZO FORMAL	10	15	10	11	12	13	15	11	10	12	14	20	153	
CHAQUETA	5	4	3	4	5	10	11	13	12	10	9	10	96	
<b>TOTAL</b>	<b>159</b>	<b>180</b>	<b>145</b>	<b>147</b>	<b>148</b>	<b>158</b>	<b>215</b>	<b>189</b>	<b>194</b>	<b>206</b>	<b>236</b>	<b>258</b>	<b>2.235</b>	

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PANTALON DE VESTIR	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	378
SHORT DE VESTIR	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
VESTIDO DE NOVIA	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96
VESTIDO DE GALA	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	156
VESTIDO DE NOCHE	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
VESTIDO COCTEL	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	378
VESTIDO CASUAL	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	438
BLUSA CASUAL	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	438
BLUSA FORMAL	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	498
BLUSA DE NOCHE	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	402
ENTERIZO FORMAL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
CHAQUETA	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>270</b>	<b>276</b>	<b>282</b>	<b>288</b>	<b>294</b>	<b>300</b>	<b>306</b>	<b>312</b>	<b>318</b>	<b>324</b>	<b>330</b>	<b>3.564</b>

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PANTALON DE VESTIR	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	522
SHORT DE VESTIR	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
VESTIDO DE NOVIA	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96
VESTIDO DE GALA	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	156
VESTIDO DE NOCHE	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
VESTIDO COCTEL	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	522
VESTIDO CASUAL	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	582
BLUSA CASUAL	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	582
BLUSA FORMAL	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	642
BLUSA DE NOCHE	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	546
ENTERIZO FORMAL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
CHAQUETA	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>	<b>342</b>	<b>348</b>	<b>354</b>	<b>360</b>	<b>366</b>	<b>372</b>	<b>378</b>	<b>384</b>	<b>390</b>	<b>396</b>	<b>402</b>	<b>4.428</b>

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PANTALON DE VESTIR	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	666
SHORT DE VESTIR	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
VESTIDO DE NOVIA	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96
VESTIDO DE GALA	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	156
VESTIDO DE NOCHE	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
VESTIDO COCTEL	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	666
VESTIDO CASUAL	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	726
BLUSA CASUAL	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	726
BLUSA FORMAL	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	786
BLUSA DE NOCHE	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	690
ENTERIZO FORMAL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
CHAQUETA	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
<b>TOTAL</b>	<b>408</b>	<b>414</b>	<b>420</b>	<b>426</b>	<b>432</b>	<b>438</b>	<b>444</b>	<b>450</b>	<b>456</b>	<b>462</b>	<b>468</b>	<b>474</b>	<b>5.292</b>

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PANTALON DE VESTIR	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	810
SHORT DE VESTIR	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
VESTIDO DE NOVIA	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96
VESTIDO DE GALA	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	156
VESTIDO DE NOCHE	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
VESTIDO COCTEL	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	810
VESTIDO CASUAL	67	68	69	70	71	72	73	74	75	77	79	81	876
BLUSA CASUAL	67	68	69	70	71	72	73	74	75	77	79	81	876
BLUSA FORMAL	72	73	74	75	77	79	81	83	85	87	89	91	966
BLUSA DE NOCHE	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	834
ENTERIZO FORMAL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
CHAQUETA	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
<b>TOTAL</b>	<b>480</b>	<b>486</b>	<b>492</b>	<b>498</b>	<b>505</b>	<b>512</b>	<b>519</b>	<b>526</b>	<b>533</b>	<b>542</b>	<b>551</b>	<b>560</b>	<b>6.204</b>





**PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ROPA DE ALTA COSTURA EN GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023**

### Anexo No. 6

## Proyección de gastos totales

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 1**

GASTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS	2.425,55	2.425,55	2.425,55	2.425,55	2.425,55	2.425,55	2.425,55	2.425,55	2.425,55	2.425,55	2.425,55	2.425,55	29.106,65
ALQUILER	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	10.200,00
LIMPIEZA	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
SERVICIOS BÁSICOS	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
SEGURIDAD	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
PUBLICIDAD	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00
PERMISOS FUNCION	300,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	300,00
MOVILIZACIÓN	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
SUMINISTROS DE O	150,00	-	150,00	-	150,00	-	150,00	-	150,00	-	150,00	-	900,00
COMISIONES	11.683,30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11.683,30
<b>TOTAL</b>	<b>17.808,85</b>	<b>5.675,55</b>	<b>5.825,55</b>	<b>5.675,55</b>	<b>5.825,55</b>	<b>5.675,55</b>	<b>5.825,55</b>	<b>5.675,55</b>	<b>5.825,55</b>	<b>5.675,55</b>	<b>5.825,55</b>	<b>5.675,55</b>	<b>80.989,95</b>

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 2**

GASTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
SUELDOS	2.728,54	2.728,54	2.728,54	2.728,54	2.728,54	2.728,54	2.728,54	2.728,54	2.728,54	2.728,54	2.728,54	2.728,54	32.742,45
ALQUILER	862,75	862,75	862,75	862,75	862,75	862,75	862,75	862,75	862,75	862,75	862,75	862,75	10.353,00
LIMPIEZA	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	3.654,00
SERVICIOS BÁSICOS	507,50	507,50	507,50	507,50	507,50	507,50	507,50	507,50	507,50	507,50	507,50	507,50	6.090,00
SEGURIDAD	609,00	609,00	609,00	609,00	609,00	609,00	609,00	609,00	609,00	609,00	609,00	609,00	7.308,00
PUBLICIDAD	812,00	812,00	812,00	812,00	812,00	812,00	812,00	812,00	812,00	812,00	812,00	812,00	9.744,00
PERMISOS FUNCION	304,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	304,50
MOVILIZACIÓN	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	2.436,00
SUMINISTROS DE O	152,25	-	152,25	-	152,25	-	152,25	-	152,25	-	152,25	-	913,50
COMISIONES	11.858,55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11.858,55
<b>TOTAL</b>	<b>18.342,59</b>	<b>6.027,29</b>	<b>6.179,54</b>	<b>6.027,29</b>	<b>6.179,54</b>	<b>6.027,29</b>	<b>6.179,54</b>	<b>6.027,29</b>	<b>6.179,54</b>	<b>6.027,29</b>	<b>6.179,54</b>	<b>6.027,29</b>	<b>85.404,00</b>

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 3**

GASTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	2.878,67	2.878,67	2.878,67	2.878,67	2.878,67	2.878,67	2.878,67	2.878,67	2.878,67	2.878,67	2.878,67	2.878,67	34.544,04
ALQUILER	875,69	875,69	875,69	875,69	875,69	875,69	875,69	875,69	875,69	875,69	875,69	875,69	10.508,30
LIMPIEZA	309,07	309,07	309,07	309,07	309,07	309,07	309,07	309,07	309,07	309,07	309,07	309,07	3.708,81
SERVICIOS BÁSICOS	515,11	515,11	515,11	515,11	515,11	515,11	515,11	515,11	515,11	515,11	515,11	515,11	6.181,35
SEGURIDAD	618,14	618,14	618,14	618,14	618,14	618,14	618,14	618,14	618,14	618,14	618,14	618,14	7.417,62
PUBLICIDAD	824,18	824,18	824,18	824,18	824,18	824,18	824,18	824,18	824,18	824,18	824,18	824,18	9.890,16
PERMISOS FUNCION	309,07	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	309,07
MOVILIZACIÓN	206,05	206,05	206,05	206,05	206,05	206,05	206,05	206,05	206,05	206,05	206,05	206,05	2.472,54
SUMINISTROS DE O	154,53	-	154,53	-	154,53	-	154,53	-	154,53	-	154,53	-	927,20
COMISIONES	12.036,43	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12.036,43
<b>TOTAL</b>	<b>18.726,93</b>	<b>6.226,90</b>	<b>6.381,43</b>	<b>6.226,90</b>	<b>6.381,43</b>	<b>6.226,90</b>	<b>6.381,43</b>	<b>6.226,90</b>	<b>6.381,43</b>	<b>6.226,90</b>	<b>6.381,43</b>	<b>6.226,90</b>	<b>87.995,51</b>

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 4**

GASTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	3.036,72	3.036,72	3.036,72	3.036,72	3.036,72	3.036,72	3.036,72	3.036,72	3.036,72	3.036,72	3.036,72	3.036,72	36.440,59
ALQUILER	888,83	888,83	888,83	888,83	888,83	888,83	888,83	888,83	888,83	888,83	888,83	888,83	10.665,92
LIMPIEZA	313,70	313,70	313,70	313,70	313,70	313,70	313,70	313,70	313,70	313,70	313,70	313,70	3.764,44
SERVICIOS BÁSICOS	522,84	522,84	522,84	522,84	522,84	522,84	522,84	522,84	522,84	522,84	522,84	522,84	6.274,07
SEGURIDAD	627,41	627,41	627,41	627,41	627,41	627,41	627,41	627,41	627,41	627,41	627,41	627,41	7.528,88
PUBLICIDAD	836,54	836,54	836,54	836,54	836,54	836,54	836,54	836,54	836,54	836,54	836,54	836,54	10.038,51
PERMISOS FUNCION	313,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	313,70
MOVILIZACIÓN	209,14	209,14	209,14	209,14	209,14	209,14	209,14	209,14	209,14	209,14	209,14	209,14	2.509,63
SUMINISTROS DE O	156,85	-	156,85	-	156,85	-	156,85	-	156,85	-	156,85	-	941,11
COMISIONES	12.216,97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12.216,97
<b>TOTAL</b>	<b>19.122,70</b>	<b>6.435,17</b>	<b>6.592,02</b>	<b>6.435,17</b>	<b>6.592,02</b>	<b>6.435,17</b>	<b>6.592,02</b>	<b>6.435,17</b>	<b>6.592,02</b>	<b>6.435,17</b>	<b>6.592,02</b>	<b>6.435,17</b>	<b>90.693,83</b>

**GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 5**

GASTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
SUELDOS	3.203,11	3.203,11	3.203,11	3.203,11	3.203,11	3.203,11	3.203,11	3.203,11	3.203,11	3.203,11	3.203,11	3.203,11	38.437,32
ALQUILER	902,16	902,16	902,16	902,16	902,16	902,16	902,16	902,16	902,16	902,16	902,16	902,16	10.825,91
LIMPIEZA	318,41	318,41	318,41	318,41	318,41	318,41	318,41	318,41	318,41	318,41	318,41	318,41	3.820,91
SERVICIOS BÁSICOS	530,68	530,68	530,68	530,68	530,68	530,68	530,68	530,68	530,68	530,68	530,68	530,68	6.368,18
SEGURIDAD	636,82	636,82	636,82	636,82	636,82	636,82	636,82	636,82	636,82	636,82	636,82	636,82	7.641,82
PUBLICIDAD	849,09	849,09	849,09	849,09	849,09	849,09	849,09	849,09	849,09	849,09	849,09	849,09	10.189,09
PERMISOS FUNCION	318,41	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	318,41
MOVILIZACIÓN	212,27	212,27	212,27	212,27	212,27	212,27	212,27	212,27	212,27	212,27	212,27	212,27	2.547,27
SUMINISTROS DE O	159,20	-	159,20	-	159,20	-	159,20	-	159,20	-	159,20	-	955,23
COMISIONES	12.400,23	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12.400,23
<b>TOTAL</b>	<b>19.530,38</b>	<b>6.652,54</b>	<b>6.811,75</b>	<b>6.652,54</b>	<b>6.811,75</b>	<b>6.652,54</b>	<b>6.811,75</b>	<b>6.652,54</b>	<b>6.811,75</b>	<b>6.652,54</b>	<b>6.811,75</b>	<b>6.652,54</b>	<b>93.504,36</b>