

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:
DESARROLLO DE MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

TEMA

DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:

RENEWAL CHIC

PRESENTADO POR:

BACHILLER Crespín Crespín, Aleen Rosibel L10804

BACHILLER Méndez González, Andrea Beatriz L10804

BACHILLER Portillo Euceda, Kennedy Gaspar L10804

MARZO 2022

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTRO AMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADÉMICO PhD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
SECRETARIO GENERAL: ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: LIC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
SECRETARIA: LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
COORDINADOR GENERAL
DE PROCESOS DE GRADUACIÓN: LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADORA DE PROCESO
DE GRADUACIÓN: LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS
DOCENTE ASESOR: MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ
MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. OSCAR ERNESTO CRUZ ESQUIVEL
LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTÍNEZ CRUZ
MARZO 2022

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradecerle inmensamente a Dios por la oportunidad de culminar uno de los logros más importantes en mi vida. A mí madre Sandra Isabel y a mis hermanas, que sin ellas nada de esto habría sido posible. A la Universidad de El Salvador y a mis catedráticos, por haberme dejado grandes enseñanzas que voy a poner en práctica. A mis compañeros de especialización, por dar siempre lo mejor de sí en este proceso. Por último, a todas aquellas personas que desde un principio estuvieron para mí y creyeron en mí.

Aleen Rosibel Crespín Crespín

Agradezco a Dios principalmente por permitirme culminar mi carrera universitaria y cumplir uno de mis mayores anhelos, el cual dedico a mis padres hasta el cielo. A mi familia, por el apoyo incondicional que siempre me ha brindado; asimismo, a todos aquellos que me han apoyado de principio a fin, especialmente a mi equipo de especialización, por todo ese esfuerzo. Finalmente, a mi alma máter “Universidad de El Salvador” por ser mi casa de estudio y permitir formarme profesionalmente con el apoyo de excelentes docentes.

Andrea Beatriz Méndez González

En primer lugar, quiero agradecerle a Dios por darme fuerza y sabiduría para obtener la satisfacción de un anhelo cumplido al finalizar este trabajo. A mis padres Gaspar y Armida, mis hermanos, por apoyarme incondicionalmente a no decaer cuando todo era complicado y parecía ser imposible, por siempre ser el motor de mi vida personal y profesional. A mis compañeras de grupo, que he sido privilegiado de ser su compañero y culminar esta etapa.

Kennedy Gaspar Portillo Euceda

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	1
1.1. Nombre del Negocio	1
1.2. Proceso de legalización	2
1.3. Integrantes	4
1.4. Información general de la Institución Educativa	4
2. MARCO ESTRATÉGICO	4
2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha)	6
2.2. Descripción de los productos o servicios	6
2.3. Estrategias a implementar	7
2.4. Ventaja competitiva	7
2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)	8
3. PLAN ORGANIZACIONAL	9
3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's)	9
3.2. Estructura organizativa de la empresa	9
3.3. Organización de gestión	10
3.4. Proceso de mercadeo y ventas	12
3.5. Proceso administrativo	13
3.6. Proceso de producción	14
3.7. Procesos de recursos humanos	15
3.8. Identificación y características de proveedores	16
3.9. Distribución en planta	16
3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo	17
4. PLAN DE MERCADEO	18
4.1. Resultados de la investigación de mercado	18
4.2. Análisis de situación	20

5. PLAN DE VENTAS	33
5.1. Ciclo de Ventas	33
5.2. Proyección de Ventas	37
6. PLAN FINANCIERO	40
6.1. Plan de Inversión	40
6.2. Estructura de costos	41
6.3. Flujo de efectivo	42
6.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio	43
6.5. Estado de Resultados Proyectado	44
7. PLAN DE TRABAJO	45
8. PLAN DE CONTINGENCIA	46
CONCLUSIÓN	51
BIBLIOGRAFÍA	52
ANEXOS	55
ANEXO 1: Detalle y cálculos de costo variables unitarios y totales	55
ANEXO 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales	57
ANEXO 3: Costo(s) Unitario(s)	57
ANEXO 4: Cálculo del punto de equilibrio	58
ANEXO 5: Catálogo del negocio	59
ANEXO 6: Fotografía de los integrantes	61
ANEXO 7: Cronograma de actividades y KPI'S	62
ANEXO 8: Fotografías	63
ANEXO 9: Documentación requerida para inscribirse como persona natural	64
Índice de Tablas	
Tabla 1 Integrantes de Renewal Chic	4
Tabla 2 Análisis FODA	8
Tabla 3 Características de los Emprendedores Personales	9
Tabla 4 Organización de gestión	10

Tabla 5 Identificación y Características de Proveedores	16
Tabla 6 Requerimientos Generales de Maquinaria y Equipo	17
Tabla 7 Análisis de la Competencia	22
Tabla 8 Descripción de Productos y Servicios a Ofrecer	23
Tabla 9 Perfil del Consumidor por Renewal Chic	24
Tabla 10 Fortalezas y Oportunidades de los Productos y Servicios	25
Tabla 11 Objetivos de mercadeo de Renewal Chic	26
Tabla 12 Metas de Renewal Chic	27
Tabla 13 Mix de Marketing	28
Tabla 14 Asignación de tareas y encargados	33
Tabla 15 Contacto con los Clientes	34
Tabla 16 Proyección de Ventas Primer Año en Unidades	37
Tabla 17 Proyección de Ventas Primer Año en Dólares	38
Tabla 18 Plan de Inversión	40
Tabla 19 Plan de Inversión Capital de Trabajo	41
Tabla 20 Total de Inversión	41
Tabla 21 Costos variables unitarios	41
Tabla 22 Costos totales de un año de operación	42
Tabla 23 Flujo de Efectivo	42
Tabla 24 Rentabilidad y Punto de Equilibrio	43
Tabla 25 Estado de Resultado Proyectado	44
Tabla 26 Plan de Trabajo	45
Tabla 27 Plan de Acción basado en Plan de Contingencia	50

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Estructura organizativa	9
<i>Figura 2.</i> Proceso de Mercadeo y Ventas	12
<i>Figura 3.</i> Proceso Administrativo	13
<i>Figura 4.</i> Proceso de Producción	14
<i>Figura 5.</i> Proceso de Recursos Humanos	15
<i>Figura 6.</i> Distribución de Planta	16
<i>Figura 7.</i> Conservar Prendas	18
<i>Figura 8.</i> Interés en Diseñar Prendas y Precio Dispuestas a Pagar	18
<i>Figura 9.</i> Consumo del Servicio	19
<i>Figura 10.</i> Compra de Prendas Diseñadas por Renewal Chic	19
<i>Figura 11.</i> Competencia	20
<i>Figura 12.</i> Cinco fuerzas de Michael Porter	30

RESUMEN EJECUTIVO

Renewal Chic, surge con la intención de cubrir una demanda insatisfecha por parte del rubro textil y confección. La industria de la moda se ha convertido en la segunda más contaminante del mundo, debido a los millones de toneladas de ropa sin uso; es por ello que, la actividad principal radica en el rediseño y personalización de prendas antiguas, con el fin de contribuir al desarrollo sostenible. Bajo un modelo de negocio Business to Consumer, se pretende brindar una atención altamente personalizada en la creación de estilos y diseños únicos.

Cabe mencionar que, la ejecución del negocio es a través de una tienda en línea, con presencia en plataformas digitales, tales como Instagram, Facebook y Whatsapp; las cuales permiten llevar a cabo las ventas correspondientes con métodos de pago en línea y en efectivo. Por otro lado, se programan una serie de actividades enfocadas en la publicidad, implementando estrategias de Inbound Marketing y de Marketing Digital, esto, con la finalidad de obtener un mayor alcance y llegar a un mercado más amplio.

Con respecto a lo antes mencionado, es importante destacar que se tiene como mercado objetivo el sector femenino, dado que, la producción de prendas para ese mercado se puede realizar con un bajo costo, en comparación al sector masculino. Es por ello que, el buyer persona se centra en una mujer universitaria y con empleo, amante y seguidora de las tendencias de moda, con altas intenciones de aportar al cuidado del medio ambiente.

Actualmente, el proyecto se encuentra en la fase de penetración; debido a que, recientemente se ha dado a conocer el enfoque del negocio y el servicio del mismo a través de redes sociales.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en un mecanismo tecnológico imprescindible al momento de crear, desarrollar y operar una empresa, es por ello que, cualquier negocio que se quiera establecer y posicionar tiene que estar presente en diferentes plataformas digitales, con el fin de, ahorrar tiempo y recursos para cumplir los objetivos; por lo tanto, las estrategias a implementar y la ejecución de las mismas pueden tener mayor efectividad.

Desde hace muchos años, las empresas se han dedicado a la producción y venta de productos que contaminan el medio ambiente de manera proporcional durante su uso, o posterior al mismo. Es por ello que, el rediseño de prendas para mujeres es un mercado potencial que se genera a raíz de la reutilización de las mismas, debido a que son las que usualmente acumulan mayor cantidad en su guardarropa, esto permite que se obtengan artículos desfasados y en desuso para aplicarles un diseño en tendencia, dándoles una nueva oportunidad de uso y disminuyendo la contaminación producida por la industria de la moda.

Según el sondeo realizado y mediante la observación, se identifica que la mayoría de la población femenina usa sus prendas durante un período de tiempo corto, dado que los diseños y tendencias son muy cambiantes. Una moda al pasar 5 años se considera antigua; sin embargo, los consumidores suelen ir acumulando dichas prendas con la intención de utilizarlas cuando esta regrese, pero eso toma alrededor de 20 o más años, es por ello que, la idea principal de este negocio digital es crear nuevas tendencias mediante la vanguardia de la moda, donde se pueda apreciar un artículo totalmente renovado teniendo como recurso principal las prendas recicladas.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Renewal Chic, surge con la idea de disminuir la acumulación de prendas sin uso y la contaminación ambiental producida por la industria de la moda. Por lo que, se pretende crear un modelo de negocio digital enfocado específicamente al E-commerce, a través de una tienda en línea dirigida al sector femenino; la cual está enfocada al rediseño y personalización de prendas antiguas, asimismo a la creación de accesorios complementarios que contribuyan a mejorar aspectos tales como: la apariencia de conjuntos y el cuidado del medio ambiente.

Cabe mencionar que, las empresas que contribuyen al cuidado del medio ambiente generan un valor agregado a la sociedad. Reinhardt (1998) afirma “las prácticas medioambientales constituyen un atributo de la oferta de las empresas cada vez más valorado por los consumidores y, por ello, pueden contribuir a la creación de una imagen diferenciada y atractiva para el mercado”.

1.1. Nombre del Negocio

- Nombre del negocio: Renewal Chic.
- Nombre del representante de la empresa: Andrea Beatriz Méndez González.
- Giro del negocio:
 - Primaria: Fabricación de prendas de vestir.
 - Secundaria: Venta al por menor de prendas de vestir y accesorios de vestir.
- Ubicación: Emprendimiento digital, con planta de producción ubicada en Residencial El Paraíso, Polígono R, apartamento # 5B, Santa Tecla, La Libertad.

1.2. Proceso de legalización

La legalización de la empresa se conforma por medio de Persona Natural, ya que, no se requiere de un capital alto para invertir, además de ello el costo de trámites legales es reducido, de esta forma poder facturar legalmente.

A continuación, se mencionan los pasos a seguir para operar de forma legal en el país como Persona Natural.

1.2.1. Base legal.

Para la Inscripción como Contribuyente de IVA Persona Natural, se basa en el Artículo 28 Ley de IVA; 86 Código Tributario.

1.2.2. Entidades involucradas.

- Emisor: Dirección General de Impuestos Internos.
- Unidad Organizativa responsable: Centro de Atención Exprés Central y Grandes Contribuyentes.

1.2.3. Requisitos.

- DUI, NIT o carnet de residencia (si es extranjero)
- Recibo de agua, luz o teléfono que confirme la dirección de notificación, en original y fotocopia.

Inscripción o Restitución:

- Contrato(s) de arrendamiento de local.
- Activo de \$2,286.00 a \$12,000.00, presentar detalle del Activo, firmado únicamente por contribuyente. Art. 28 Ley de IVA, Art. 437 Código de Comercio. Activo mayor de \$12,000.00, presentar Balance Inicial, firmado por contribuyente y contador.

- Contrato por prestación de servicios o venta de bienes.
- Constancia o carta de clientes que solicitan el servicio o los bienes, con sello de la empresa.
- Fianza de cumplimiento entre Aseguradora y Gestor de Encomienda.
- Título profesional extendido por Universidad, Certificado o Diploma que acredite la ocupación u oficio. Si el DUI se encuentra consignada la profesión, ocupación u oficio, no será necesario presentar la documentación antes relacionada.
- Tarjeta de Circulación del vehículo, el vehículo debe ser de trabajo, o documento de compra venta (si la tarjeta de circulación no está a su nombre), o contrato de arrendamiento del vehículo, si aplica.
- Autorización o permiso extendido por el Viceministerio de Transporte (VMT) para traslado de personas (Prestaciones de servicios).
- Inscripción del negocio en la Alcaldía.
- Carta de compra/venta de reses emitida por Alcaldía Municipal.
- Contrato de compra/venta de cosecha.
- Si posee otra documentación comprobatoria de la actividad económica a desarrollar, diferente a la detallada, presentarla para ser valorada para su inscripción.

Importante: Si no se posee ninguno de los documentos anteriores, presentar al momento de la Inscripción un escrito detallando que está por iniciar operaciones.

Actualmente, Renewal Chic no cuenta con alguno de los documentos mencionados anteriormente; a pesar de que uno de los integrantes posee habilidades de costura no cuenta con una certificación; sin embargo, a medida vaya creciendo el negocio se considera la contratación de personal especializado en el rubro. Hasta la fecha, se presenta la solicitud de inscripción como persona natural indicando que es a causa de inicio de operaciones.

1.3. Integrantes

Tabla 1

Integrantes de Renewal Chic

Nombre Completo	Sexo		Fecha de nacimiento	Domicilio	Teléfono	E-mail	Especialidad
	F	M					
Crespín Crespín, Aleen Rosibel	X		3/10/1997	San Salvador	75103342	aleencrespín@gmail.com	Modelo de Negocios Digitales
Méndez González, Andrea Beatriz	X		17/7/1996	San Salvador	71895922	andreamendezg@gmail.com	Modelo de Negocios Digitales
Portillo Euceda, Kennedy Gaspar		X	21/11/1997	San Miguel	76963436	kennedyportillo9777@gmail.com	Modelo de Negocios Digitales

Fuente: Autoría propia.

1.4. Información general de la Institución Educativa

- **Nombre de la Institución:** Universidad de El Salvador.
- **Especialidad:** Desarrollo de Modelo de Negocios Digitales.
- **Municipio:** San Salvador.
- **Departamento:** San Salvador.

2. MARCO ESTRATÉGICO

- **MISIÓN:**

Brindar calidad mediante el rediseño y personalización de prendas de ropa antigua, contribuyendo a la sostenibilidad del planeta para las actuales y nuevas generaciones.

- **VISIÓN:**

Ser una marca líder en el rediseño de prendas, que marque tendencia en la región centroamericana en busca de promover el cuidado del medio ambiente.

- **OBJETIVOS:**

- Ser especialistas en el rediseño y personalización de prendas antiguas, ofreciendo la más alta calidad y mejor servicio.
- Posicionar la marca en el mercado salvadoreño con diseños únicos y en tendencia para tener socios en territorios internacionales a largo plazo.
- Tener presencia a través de las plataformas digitales con mayor tráfico de usuarios dando paso a la creación de una aplicación móvil a largo plazo.

- **METAS:**

- Crecer mensualmente un 5% en las ventas.
- Aumentar el número de seguidores en Instagram en un 65% mensualmente.
- Reciclar más de 50 prendas cada trimestre.

- **VALORES:**

- **Responsabilidad ambiental:** Mejorar las condiciones de nuestro hábitat.
- **Calidad:** Ofrecer el mejor de los productos.
- **Honestidad:** Ser completamente transparente con las clientes.

- **PRINCIPIOS:**

- **Eficiencia:** Aprovechamiento máximo de recursos para lograr objetivos.
- **Adaptación:** Actualizar y cambiar según lo exija el mercado.
- **Mejora continua:** Identificar procesos y crear cambios significativos que mejoren el negocio.

2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha)

Renewal Chic, es una tienda en línea enfocada en la personalización y rediseño de prendas antiguas, atribuyéndoles una segunda oportunidad de uso con nuevos estilos, mejorando los guardarropas de mujeres que les gusta estar en tendencia y a la moda sin gastar tanto. Así mismo, reduce el desperdicio y uso irresponsables de materiales contaminantes que afectan al planeta, se pretende abarcar la parte del mercado que no está satisfecha con los actuales precios en el rubro de ropa, ya que, se les entregará una prenda completamente nueva en cuanto a diseño con precios más accesibles.

De acuerdo a un estudio de la Fundación Ellen MacArthur, es importante mencionar que, la industria textil se ha convertido en la segunda más contaminante del mundo; de los millones de toneladas que se desperdician durante el año solamente se recicla 1%.

La industria textil sea prenda de moda o no, opera a expensas del medio ambiente y ciertos factores sociales: se utilizan importantes cantidades de energía eléctrica y agua (dos de los factores de mayor preocupación en el mundo) además de generar residuos afluentes de contaminación (Gardetti, M. Á., & Luque, M. L. D., 2018).

2.2. Descripción de los productos o servicios

Servicio de sastrería/confección: rediseño y personalización de prendas con estilos antiguos, desde camisas formales, faldas, pantalones, blusas hasta vestidos, con el fin de convertirlos en piezas completamente nuevas y en tendencia del rubro de la moda, de los cuales se pueden obtener hasta dos piezas por prendas. Cabe mencionar que, el diseño a realizar depende en gran medida del tamaño de la prenda inicial.

2.3. Estrategias a implementar

- Estrategia integrativa: Integración horizontal.

Esta estrategia consiste en la búsqueda de oportunidad para ofrecer los productos o servicios en diferentes mercados, aprovechando los recursos con los que cuenta. En este caso, para la idea de negocio, se está tomando ventaja del recurso humano, debido a que se cuenta con expertos en el área para el rediseño y personalización de prendas en desuso, en donde, a su vez se está abarcando un segmento desatendido y con un alto potencial.

- Estrategia intensiva: Desarrollo de producto.

La estrategia intensiva, consiste en la maximización de las ventas a través de la mejoría de los productos o servicios. Para el desarrollo del negocio, la aplicación de esta estrategia es fundamental, debido a que la idea principal es cambiar completamente un producto inicial y con alta demanda en el mercado. Se inicia con un producto terminado, al cual se le realizan cambios drásticos como nuevas versiones, desde convertir un pantalón en una camisa, o una camisa en falda, hasta convertir un vestido en dos prendas diferentes como un top y un short. Cabe mencionar que, para la realización de estos cambios, se realiza una investigación previa para saber cuáles son los rediseños que se pueden crear según el tipo de prenda.

2.4. Ventaja competitiva

Propuesta de diseños en tendencia con atención personalizada y precios asequibles al mercado objetivo, brindando un seguimiento durante todo el proceso de compra del consumidor (pre-compra, compra y post-compra), asimismo identificar gustos y preferencias, para entregar “productos extras”, los cuales pueden ser accesorios, desde diademas de tela, hasta monederos que combinen con la prenda actual y otros conjuntos. Cabe mencionar que, el cliente tiene la certeza de la calidad del producto, ya que son los proveedores directos de la materia prima inicial.

2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Tabla 2

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Apoyo para mantener la sostenibilidad del planeta.	Apoyo y aceptación social por contribuir a disminuir los desperdicios de materiales contaminantes.	Margen de utilidad bajo por ser ropa reutilizable.	Se puede copiar la idea.
Enfocado a cumplir con los gustos y preferencias de las clientas.	Optimización de espacio en los hogares.	Tiempos de entrega considerables, según cambios a realizar en las prendas.	Aumento en los precios de la materia prima.
Amigable con el medio ambiente.	Bajas tarifas en adquisición de materia prima.	Dependerá del tamaño de las prendas los cambios que se puedan realizar.	La calidad se puede ver afectada por el estado inicial de la prenda a rediseñar.

Fuente: Autoría propia.

3. PLAN ORGANIZACIONAL

3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's)

Tabla 3

Características de los Emprendedores Personales

N°	NOMBRE DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO	Búsqueda de Información	Creatividad	Toma de Decisiones	Toma de Riesgos	Motivación y Liderazgo	Redes de Apoyo	Planificación y Organización	Perseverancia	Cumplimiento de metas	Comunicación
1	Aleen Rosibel Crespín Crespín	Mucho	Medio	Medio	Poco	Mucho	Medio	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho
2	Andrea Beatriz Méndez Gonzalez	Mucho	Medio	Mucho	Mucho	Mucho	Medio	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho
3	Kennedy Gaspar Portillo Euceda	Mucho	Poco	Mucho	Mucho	Mucho	Poco	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho

Fuente: Autoría propia.

3.2. Estructura organizativa de la empresa

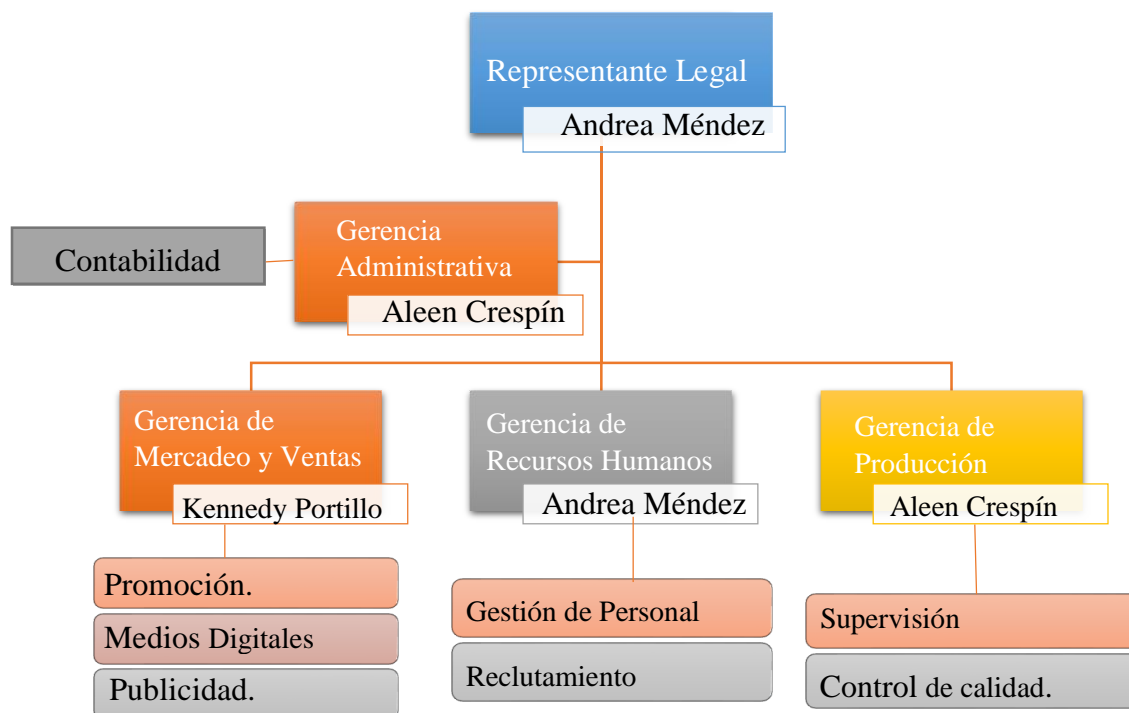


Figura 1. Estructura organizativa.

3.3. Organización de gestión

Tabla 4

Organización de gestión

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	Cantidad de personas	¿Quién lo hará?
Representante Legal	Asumir a título personal todas las obligaciones y responsabilidades del negocio. Llevar un control de todo lo que se realiza. Cumplir con todas las deudas y obligaciones contraídas.	Liderazgo, responsabilidad, alto cumplimiento de obligaciones, compromiso y organización.	1	Andrea Méndez
Mercadeo y Ventas	Gestionar todas las estrategias de Mercadeo y Ventas, generar ganancias y satisfacer los requerimientos del cliente. Establecer metas de ventas para cumplir los objetivos de crecimiento financiero.	Liderazgo, uso de redes sociales, proactivo, creatividad, trabajo en equipo. Compromiso en cuanto al cumplimiento de metas.	1	Kennedy Portillo

Administración y finanzas	Manejar las finanzas de la empresa, realizar pagos y evaluar todas las estrategias ante las innovaciones o alternativas que se presenten en el mercado. Informar a los demás integrantes del equipo acerca de la situación financiera del negocio.	Gestionar finanzas y pagos de administración, toma de decisiones, uso acertado del tiempo. Analizar resultados, realizar proyecciones financieras.	1	Aleen Crespín
Recursos Humanos	Gestión Administrativa de personal, reclutamiento, selección, desarrollo y formación profesional.	Gestión de talento humano, capacidad de entrevistar y escuchar, gestión de equipo, analizar y evaluar.	1	Andrea Méndez
Producción	Creación de los diseños nuevos e innovadores de las prendas antiguas y sin ningún uso, manejar todo el equipo para la producción de las mismas.	Creatividad, responsabilidad, confección, desarrollo de diseños.	1	Aleen Crespín

Fuente: Autoría propia.

3.4. Proceso de mercadeo y ventas

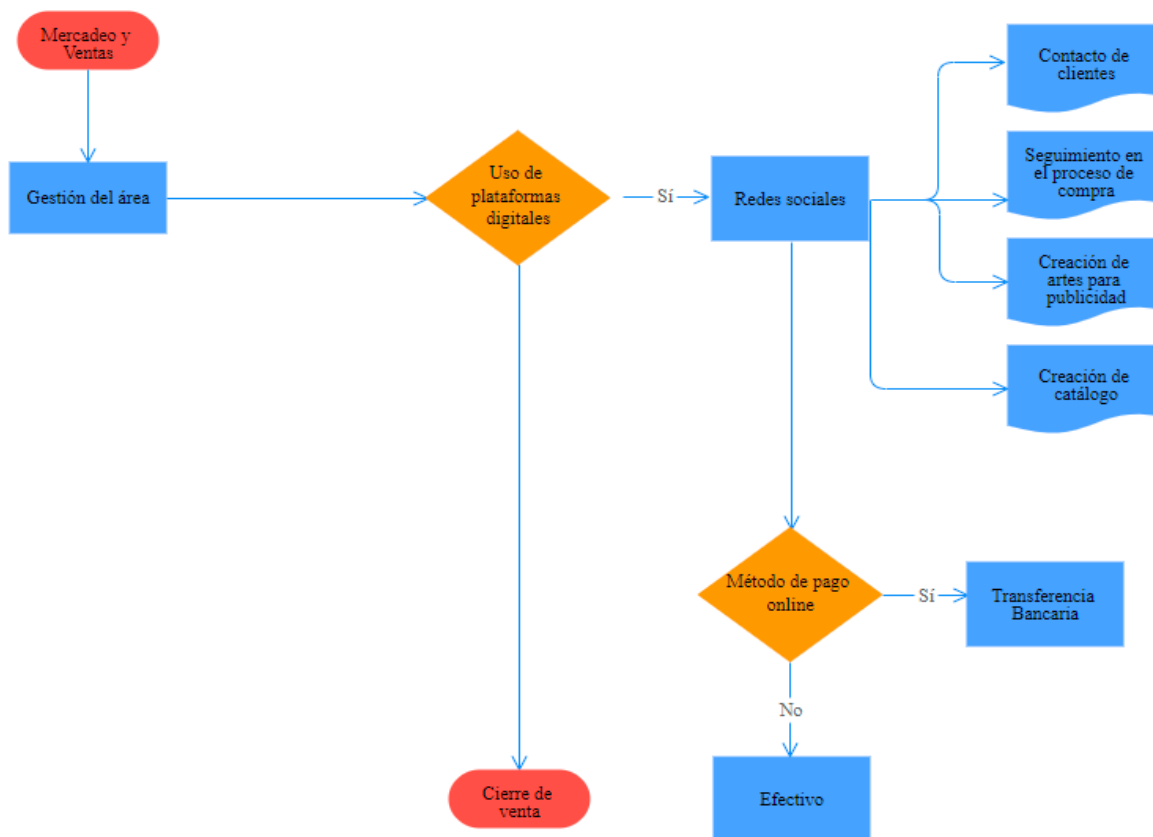


Figura 2. La figura representa el proceso de Mercadeo y Ventas

Mercadeo de plataformas únicamente digitales: Instagram, Facebook y Whatsapp Business.

Ventas: El departamento de ventas está conformado por 3 personas, quienes se encargan de brindar un seguimiento al cliente; cada vendedor es responsable de una red social en específico, con el fin de brindar atención más eficaz y cerrar la venta satisfactoriamente.

Métodos de pago: Por medio de transferencias bancarias y efectivo.

Publicidad digital: Se realiza a través de canales digitales y se desglosa de la siguiente manera:

- Instagram: Se postean fotos del producto terminado, reels de mujeres modelando la prenda, historias con el antes y después de las modificaciones realizadas en la ropa, además de utilizar o crear Trends de moda.
- Facebook: Creación de publicaciones con fotos de las prendas en stock, utilización de grupos en donde se compartan los últimos diseños, videos interactivos.
- Whatsapp: Catálogo de los diferentes diseños que se pueden crear con prendas iniciales de mayor uso. en tendencia y stock.

3.5. Proceso administrativo

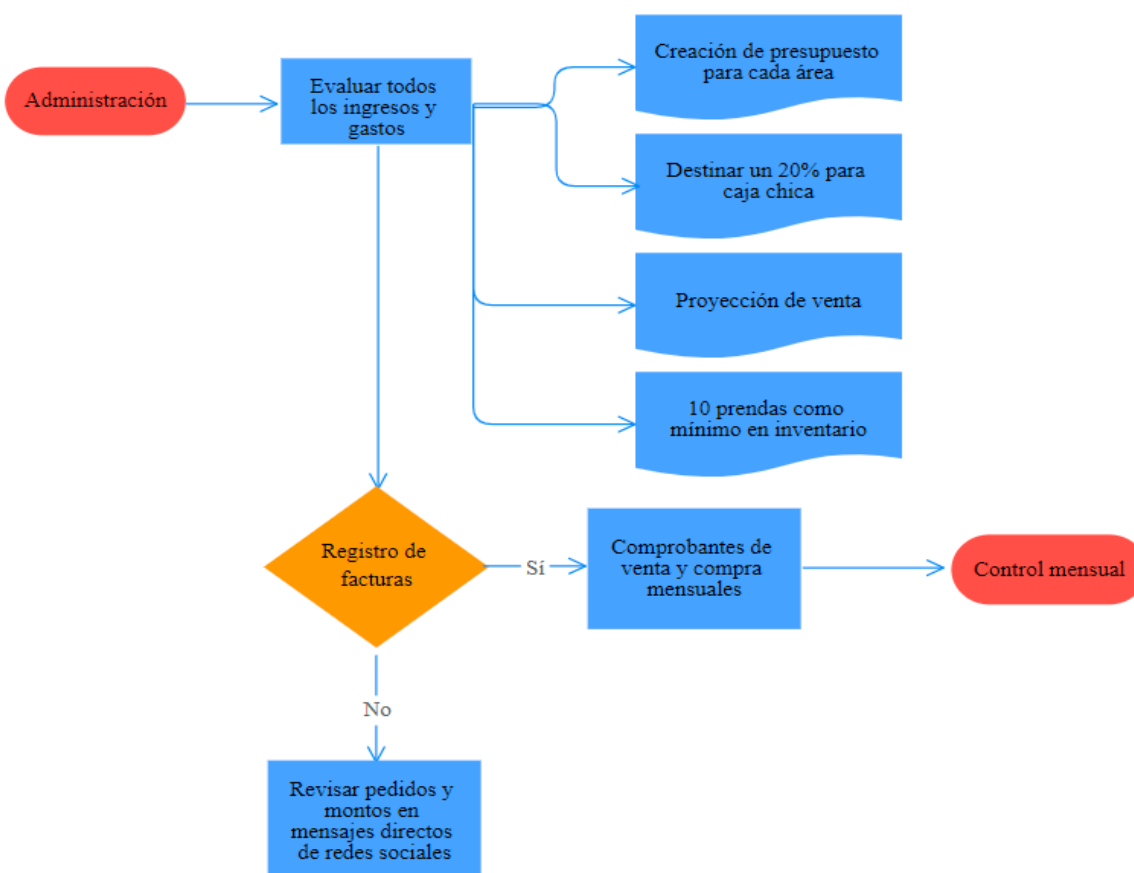


Figura 3. La figura representa el proceso administrativo.

Creación de un presupuesto: para cubrir todos los costos y gastos de cada 30 días.

Registro de facturas de la materia prima: llevar un control de los costos que se utilizaran para la realización del producto.

Destinar un porcentaje para caja chica: 20% del capital de la sociedad será destinado a caja chica para solventar cualquier emergencia que se presente.

3.6. Proceso de producción

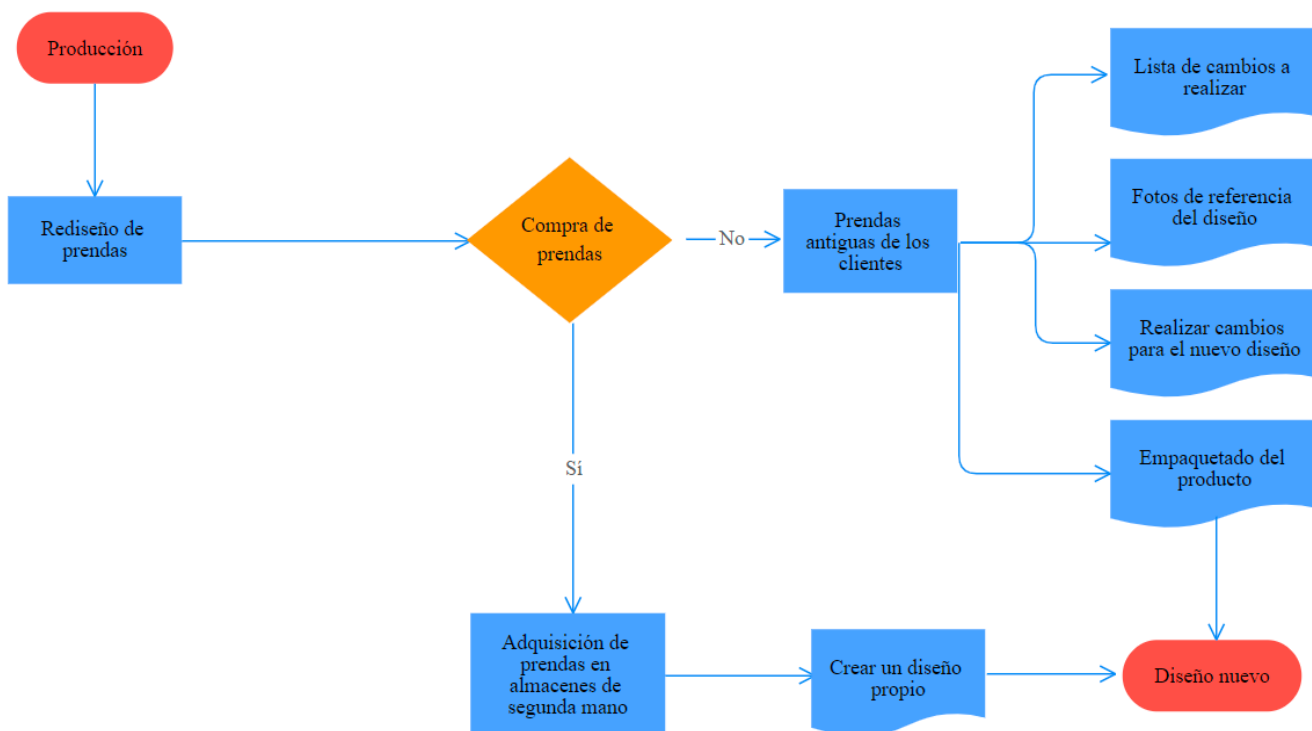


Figura 4. Representa el proceso de producción para el rediseño de prendas.

El proceso de producción parte de obtener una prenda inicial, ya sea que el cliente entregue la prenda a modificar o bien, se adquiera en un almacén de segunda mano; la cual se entrega como un producto totalmente renovado, de acuerdo a las modificaciones solicitadas por la cliente.

3.7. Procesos de recursos humanos

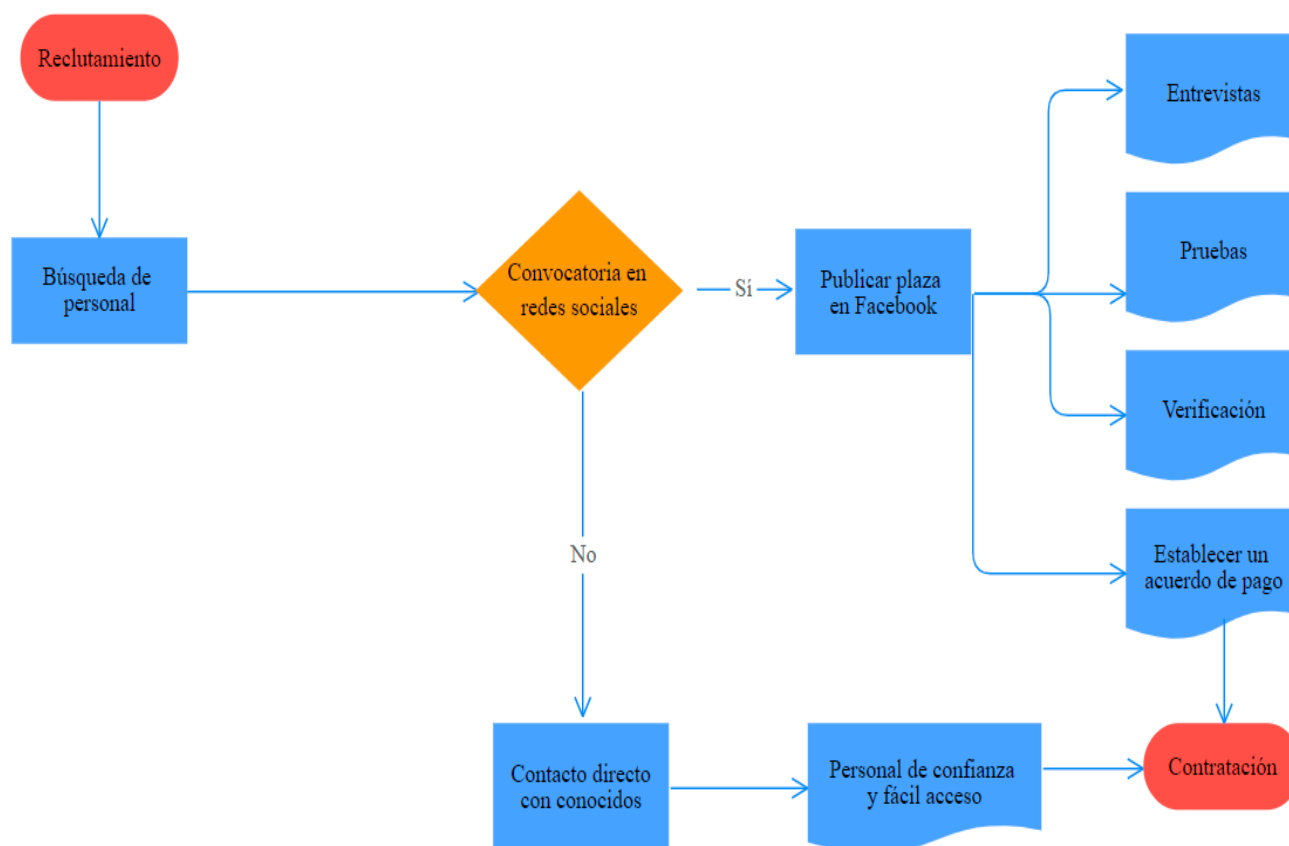


Figura 5. Representación del proceso de Recursos Humanos.

1. Definición de la plaza para realizar una convocatoria a través de redes sociales.
2. Evaluar las expectativas, experiencia, competencias de costura y creatividad.
3. Revisar prendas de muestra con un diseño sugerido.
4. Validación de referencias personales y laborales.
5. Establecer las políticas del acuerdo para proceder a la firma del mismo.

3.8. Identificación y características de proveedores

Tabla 5

Identificación y Características de Proveedores

Nombre del proveedor	Producto/Servicio que provee	Teléfono	Dirección	Forma de pago	Forma y plazo de entrega
Shopping Center	Prendas de segunda mano	2282 2226	11 av sur y 4ta Calle Poniente, Carr.Panamericana, Santa Tecla	Efectivo	Al contado
Imperio USA	Prendas de segunda mano	2207 4207	Blvr. Walter Thilo deiningger	Efectivo	Al contado
Distribuidora El Ángel	Tienda de accesorios de moda	7225 3583	2a Calle Ote., San Salvador	Efectivo	Al contado

Fuente: Autoría propia.

3.9. Distribución en planta

La planta de producción está ubicada en Santa Tecla, lugar de residencia del representante del negocio. La distribución es acorde al espacio disponible dentro del hogar, por lo que, se han asignado las siguientes áreas.



Figura 6. Ilustración de la planta de producción

- Baños: Espacio utilizado para desinfectar y sanitizar todos los materiales.
- Confección: Lugar de trabajo, en el cual se encuentra toda la maquinaria y materia prima para realizar todos los rediseños solicitados.
- Prendas disponibles: En este espacio está ubicado un perchero, en el cual, se colocan todas las prendas terminadas.
- Entregas: Se colocan las prendas empaquetadas con fecha de entrega más próxima.
- Oficina: Registro de prendas a rediseñar y listado de productos terminados con los datos personales correspondientes a cada clienta.

3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo

Tabla 6

Requerimientos Generales de Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Valor Depreciado (US\$)	Inversión Inicial (US\$)
Computadoras	3	\$900.00	
Celulares	4	\$624.00	
Impresora	1	\$65.00	
Máquina de coser plana	1	\$135.00	
Silla	1		\$50.00
Mesa	2		\$120.00
Fileteadora Industrial	1		\$150.00
Perchero	1		\$49.00
Total		\$1,724.00	\$369.00

Fuente: Autoría propia

4. PLAN DE MERCADEO

4.1. Resultados de la investigación de mercado

Los siguientes gráficos representan los datos más relevantes obtenidos del sondeo realizado.

- Conservar prendas

¿Aún conservas prendas que ya no utilizas? ¿Por qué motivo?

45 respuestas

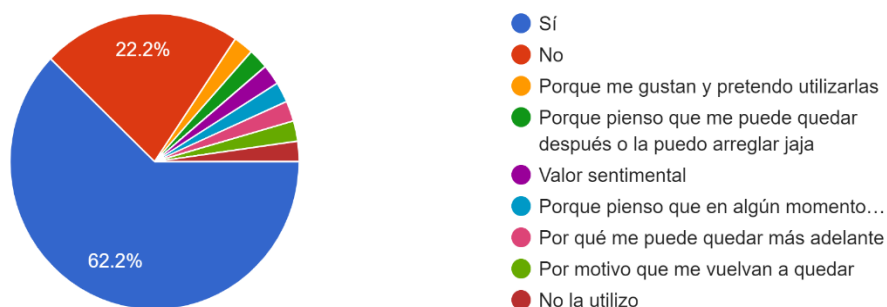


Figura 7. El gráfico ilustra el porcentaje de las personas encuestadas que aún conservan sus prendas

- Interés en diseñar prendas y precio dispuestas a pagar

¿Alguna vez has pensado en rediseñar tus prendas?

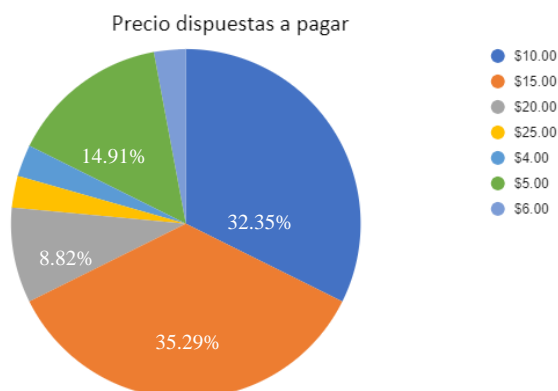
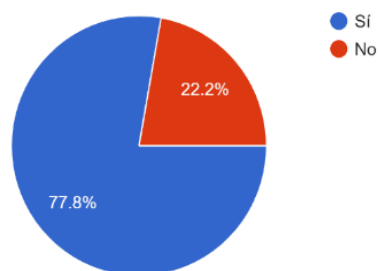


Figura 8. Representa el porcentaje de personas que están interesadas en rediseñar sus prendas y la cantidad monetaria dispuesta a pagar por el servicio.

- Consumo del Servicio

¿Cada cuánto estarías dispuesto a consumir el servicio?

45 respuestas

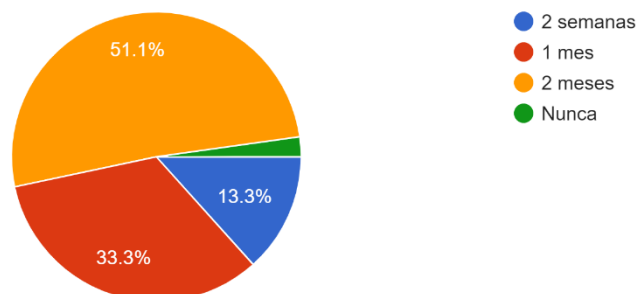


Figura 9. Se muestra la cantidad de veces que es solicitado el servicio por la mayoría de personas encuestadas.

- Compra de Prendas Diseñadas por Renewal Chic

¿Compraría prendas con diseños sugeridos por Renewal Chic?

45 respuestas

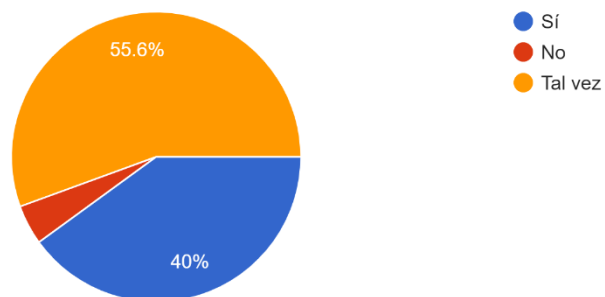


Figura 10. Cantidad de personas dispuestas a comprar diseños sugeridos por Renewal Chic.

- Competencia

¿Conoces una tienda en línea que te brinde el servicio de rediseño de prendas?

26 respuestas

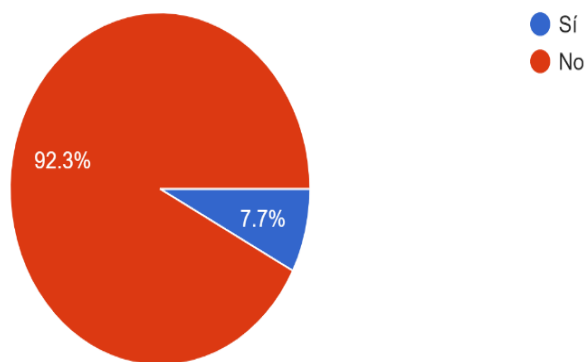


Figura 11. Posicionamiento de la competencia en el mercado meta.

4.2. Análisis de situación

Según los datos obtenidos, primeramente, es importante hacer énfasis en que los resultados más relevantes de las 45 personas encuestadas fueron chicas de edades entre 18 a 30 años en el área metropolitana de San Salvador. Entre las primeras preguntas se hace referencia al tiempo que se toman al revisar su guardarropa y la cantidad de prendas que aún almacenan en él, puede notarse que ambas preguntas tuvieron un porcentaje alto (47% y 63%) lo que indica que el segmento al cual está dirigido el negocio, cuenta con una cantidad considerable de mujeres que almacenan y cuentan con diseños que pueden ser reutilizados y rediseñados, por lo que Renewal Chic, puede ser rentable por la cantidad de prendas que las damas almacenan, siempre y cuando el diseño sea compatible con las prendas en cuanto a tamaño y las preferencias de cada clienta.

En cuanto a la tercera pregunta, más del 77% de las personas encuestadas han pensado en rediseñar sus prendas para darle un nuevo estilo y una nueva vida, sin embargo, el 66% de las personas indican que no se atreven a rediseñar porque no tienen conocimientos en diseño y habilidades de costura, por lo que, teniendo en consideración este aspecto, Renewal Chic, puede ser posicionada en el mercado, ya que, al tener los conocimientos de costura y rediseño pueden atreverse a confiar sus prendas en el negocio y así mismo, hacer rentable el emprendimiento. Sin embargo, en la encuesta se ha hablado de números y precios por lo que las personas encuestadas indican que los precios que estarían dispuestas a pagar oscilan entre \$10.00 y \$15.00 dólares estadounidenses lo que se apega a un precio real basado en los costos de producción, distribución y ganancia, de esa manera el precio dispuesto a pagar no está lejos de la realidad debido a que son precios que ya se habían estimados para ofrecer al público.

No obstante, un detalle importante a mencionar es que el tiempo en el que las personas están dispuestas a consumir el producto es de 2 meses (51%) lo que ralentizará en cierta medida la rotación en inventarios. Cabe destacar que las personas estarían utilizando el servicio con base en la calidad (82%) y no tanto por el precio u otros factores comunes. Por los índices de respuestas según la muestra encuestada, indica que el negocio tendría su posicionamiento de manera lenta, sin embargo, una cantidad considerable de personas indican que estarían dispuestos a consumir el producto, por ende, la rentabilidad será a mediano plazo.

- **Análisis de la competencia**

Según el sondeo, las personas encuestadas, la mayoría no está familiarizada con negocios enfocados en el rediseño o personalización de prendas, por lo que llevar a cabo un negocio de este tipo, puede traer consigo grandes beneficios si se administra de la manera correcta, y se entregan prendas de acuerdo a lo que pide la clienta además de la calidad que asegura el emprendimiento.

Además, en el rubro de confección, la mayoría de empresas trabajan de manera presencial, por lo que Renewal Chic mantiene una ventaja al entregar las prendas con las medidas exactas, con los diseños elegidos exclusivamente por las clientas y por cuidar del medio ambiente.

Tabla 7

Análisis de la Competencia

Competencia	Descripción general
1. Fix & Fit	Es una empresa que brinda el servicio de confección, su función es el rediseño, reparación, creación y ajustes de todo tipo de prendas y accesorios con materiales de alta calidad.
2. Confecciones Angy	Es una empresa en línea que se encarga de la fabricación y rediseño de ropa con varios estilos para dama a la medida y con diseños a la moda para dama con todo tipo de prendas.
3. Gris Sánchez Confección	Es una empresa que se encarga del diseño y la fabricación de todo tipo de prendas para dama hecho en El Salvador.
4. Oh clothes	Es una tienda en línea que confecciona todo tipo de prendas para dama con diseños exclusivos y con precios accesibles.

Fuente: Autoría propia.

- **Productos o servicios a ofrecer**

Tabla 8*Descripción de Productos y Servicios a Ofrecer*

Producto	Uso o aplicación	Precio de venta estimado
Blusas Off Shoulder:	Son combinadas con diferentes tipos de calzado, jeans, faldas, shorts, entre otros.	\$8.99
Crop Tops.	Mayormente utilizado con jeans tiro alto o mom jeans.	\$7.99
Conjuntos (Blusas/Short o Falda):	Perfectos para cualquier evento social.	\$11.99
Blusas Fruncidas:	Utilizadas para diferentes ocasiones, en su mayoría casuales o citas.	\$8.99
Blusas con escote en espalda:	Uso cotidiano con diversos accesorios. Se puede lucir con el cabello recogido.	\$7.99

Fuente: Autoría propia.

El servicio que se ofrece es el rediseño de prendas, a las cuales se les puede dar un estilo totalmente diferente y exclusivo, además de ofrecer accesorios creados con los sobrantes o retazos de tela de las prendas modificadas, consiste en que las clientes tengan la plena confianza de entregarnos sus prendas antiguas para transformarlas en un estilo totalmente diferente, con personas profesionales que se encarguen de darle ese diseño único, con materiales de buena calidad. En cuanto a las transformaciones o modificaciones que se pueden crear, está desde convertir blusas, hasta vestidos básicos en diseños únicos; la versatilidad de estos productos dependerá del estilo que el cliente prefiera. Cabe destacar que, los precios de venta estimados dependen de las modificaciones realizadas en el estilo y tipo de prenda que se solicite.

- **Mercado objetivo**

Consumidor Final.

Consumidor final: La tienda en línea de Renewal Chic, tiene la capacidad de atender clientes y ofrecerles productos únicos y de calidad según la capacidad instalada, por lo que, se pretende llegar hasta el mercado objetivo, el cual está dirigido a mujeres entre los 17 a 35 años de edad, que tengan la intención de rediseñar sus prendas.

- **Perfil del consumidor o cliente**

Tabla 9

Perfil del Consumidor por Renewal Chic

Aspecto	Descripción
Edad	17-35 años de edad
Sexo	Femenino
Estatus económico	Clase media – baja Clase media – media
Estudios	Universitarias
Lugar de residencia	San Salvador, El Salvador

Fuente: Autoría propia.

- **Fortaleza y oportunidades de los productos y servicios**

Tabla 10*Fortalezas y Oportunidades de los Productos y Servicios*

Aspecto	Productos	Servicios
Fortaleza	Prendas personalizadas y a la medida, según las necesidades de los clientes.	Se dispone de todos los materiales y equipo necesario para las modificaciones solicitadas.
Fortaleza	Material reutilizable en pro del medio ambiente.	Asequible para el mercado objetivo con respecto al costo.
Oportunidades	Diseños exclusivos y a bajo costo con respecto a la competencia.	Asesoría a través de los medios digitales.
Oportunidades	Prendas modernas basadas en diseños y estilos en tendencia.	Personas con alto grado de conocimiento y habilidades de confección sin estabilidad laboral.

Fuente: Autoría propia.

- **Objetivos y metas de mercadeo**

Tabla 11*Objetivos de mercadeo de Renewal Chic*

Objetivos	Descripción
Indagar constantemente en la Industria de la Moda:	Identificar nuevas tendencias, demandas y necesidades de los clientes, teniendo ventaja ante la competencia.
Incrementar las ventas en un 30% anualmente:	Garantizar el aumento de las ventas en el tiempo proyectado, de acuerdo a la realidad del mercado.
Mantener el crecimiento de la marca:	Establecer estrategias de fidelización que generen relaciones largas y duraderas con los clientes, y posteriormente, posicionar la marca.
Establecer los precios de los productos de acuerdo a la realidad económica:	Gestionar precios acordes al salario mínimo del mercado objetivo.

Fuente: Autoría propia.

Tabla 12*Metas de Renewal Chic*

Metas	Descripción
Captar y fidelizar nuevos clientes:	<p>Proporcionar atención y productos personalizados que permitan la satisfacción deseada en las clientas, para que sigan consumiendo la marca constantemente.</p> <p>Las estrategias que se pueden utilizar para atraer nuevos clientes y que se interesen por el producto, lo adquieren y de esa manera sigan consumiendo.</p>
Reconocimiento de la marca	<p>Brindar un producto con un servicio exclusivo y de calidad, que permita posicionar la marca a través del marketing boca a boca.</p>
Aumentar la presencia digital.	<p>Crear estrategias de marketing digital para sumar presencia en las plataformas digitales más representativas.</p>

Fuente: Autoría propia.

- **Mix de mercadeo (producto, precio, promoción y plaza)**

Tabla 13*Mix de Marketing*

Producto	Precio
<p>Producto: Prendas con un estilo pasado de moda transformadas a un diseño totalmente nuevo y en tendencia.</p> <p>Nivel de producto: Producto potencial.</p> <p>Servicio: Personalización de vestimenta femenina.</p>	<p>Según costos: Precios personalizados según modificaciones en el producto y la materia prima requerida en su respectiva transformación.</p>
Plaza (distribución)	Promoción
<p>Plataformas digitales: Presentación y venta de productos en redes sociales (Facebook, Instagram, Whatsapp); los cuales son entregados por medio de encomiendas o entregas personalizadas.</p>	<p>Publicidad: Crear contenido informativo y persuasivo en las diferentes plataformas digitales (Redes sociales, Email Marketing).</p> <p>Promoción de ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descuento de un 15% en la primera prenda. • Tarjeta de cliente frecuente: Servicio gratuito en la sexta compra. • Propaganda: Marketing boca a boca a través de familiares y amigos.

Personas	Procesos
----------	----------

Atención al cliente: Brindar atención y asesoría personalizada para informar a las clientas acerca de promociones, actualización de catálogo, lanzamiento de nuevos diseños, entre otros aspectos; con el propósito de generar una grata experiencia durante el proceso de compra, logrando una relación cercana y duradera.

Mensajería: Mantener un nivel de respuesta alto en mensajería de redes sociales o correos que surgen a raíz de las campañas, con el fin de solventar dudas o inquietudes de las clientas.

Presencia

Redes sociales: Generar confianza a través de una tienda online innovadora con contenido atractivo para las clientas. En donde cada publicación o foto tenga la calidad máxima, los mejores diseños y el tamaño adecuado según la plataforma, manteniendo un “feed” organizado.

Fuente: Autoría propia.

- **Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter**

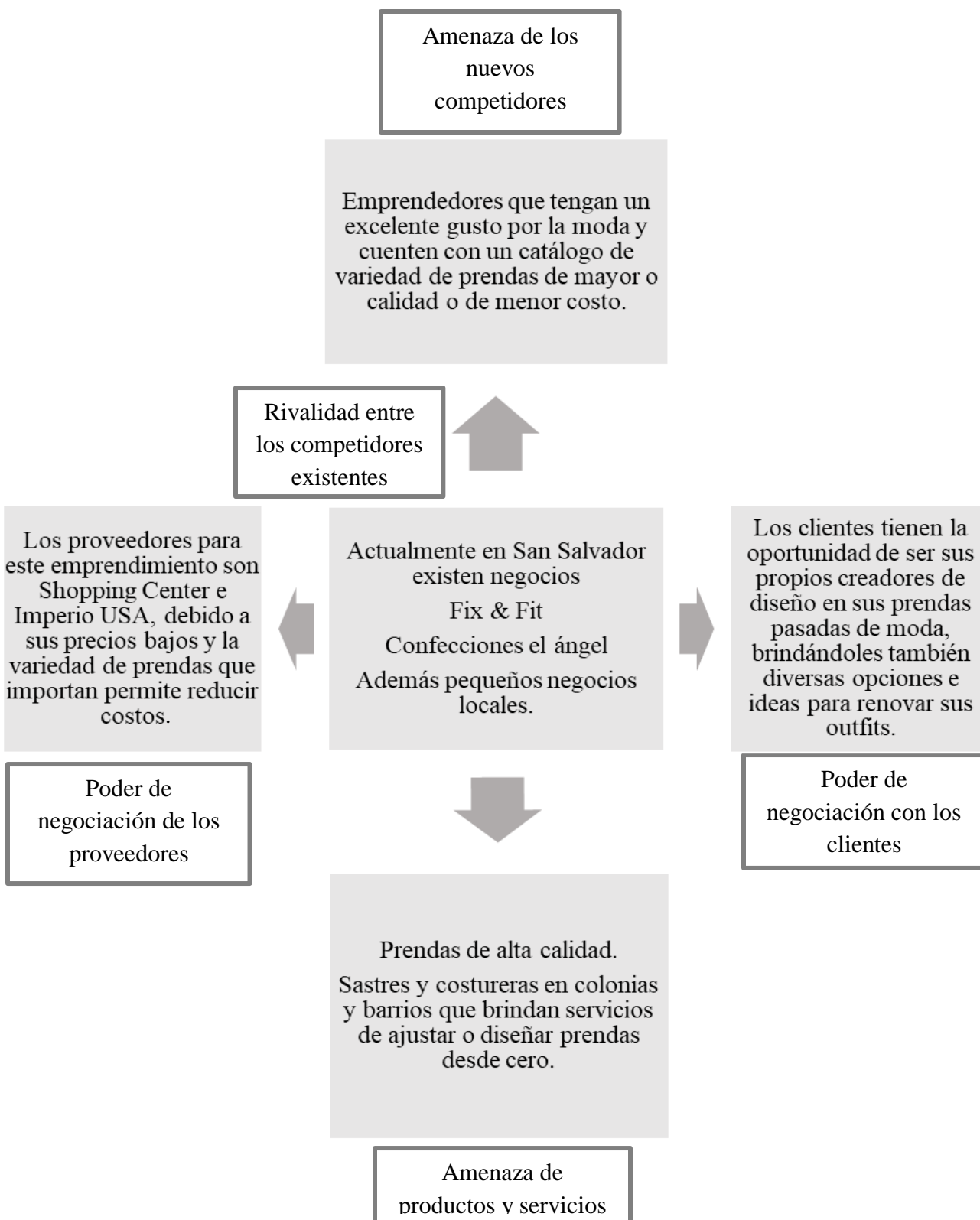


Figura 12. Representa las 5 fuerzas de Michael Porter

- **Imagen Corporativa**

Logo de la empresa:



Slogan: *“Be trending”*

- **Estrategia de Marketing**

- ❖ “Estrategia de Marketing Digital” Uso de redes sociales (Instagram, Facebook, Whatsapp) para dar a conocer el servicio al mercado.
- ❖ “Inbound o marketing de contenidos” Generación de contenido dinámico para atraer la mayor cantidad de clientes posibles.

- **Tácticas de mercadeo**

1. Creación de contenido visual e interactivo para las redes sociales (Facebook, Instagram).
2. Pautar promociones o productos en stock para llamar la atención de las clientas.
3. Interacción social, en donde se pretende lograr un engagement con los clientes, para tener relaciones sólidas y duraderas.
4. Fidelizar a las clientas a través de un nivel de respuesta alto al momento de interactuar en las redes, además de lanzar promociones exclusivas, entre otros.

- **Ejecución y control**

- ❖ Ejecución.

Publicaciones de fotografías: Semanalmente se estará mostrando el producto antes y después de los cambios realizados.

Historias en Instagram: Dos veces por semana se publicarán historias de entregas a clientas.

Recomendaciones a clientas: Cada 2 semanas se publicarán recomendaciones para rediseñar las prendas.

Reels: 2 veces por mes acerca del proceso de transformación de la prenda.

Tips: Mensualmente se darán consejos para crear combinaciones con los accesorios entregados por la marca.

Rebajas: La primera quincena de cada mes se establecerán rebajas de diseños disponibles y con baja rotación.

Descuentos y promociones, envíos sin costos: Según cronograma, se establecerán descuentos y promociones en fechas específicas.

❖ **Control**

Estadísticas proporcionadas por las plataformas digitales de Facebook e Instagram.

Instagram:

- Número de personas alcanzadas.
- Visitas al perfil
- Número de compartidas
- Cantidad de “likes”
- Nuevos seguidores

5. PLAN DE VENTAS

Tabla 14

Asignación de tareas y encargados

Administración de ventas	Numero de vendedores	Responsabilidades
Kennedy Gaspar Portillo Euceda	1. Aleen Rosibel Crespín Crespín	Creación de contenido para redes sociales Registro de ingresos y egresos del negocio
	2. Andrea Beatriz Méndez González	Creación de contenido para redes sociales Planificación de publicaciones
	3. Kennedy Gaspar Portillo Euceda	Definir estrategias digitales y de ventas

Fuente: Autoría propia.

5.1. Ciclo de Ventas

1. Prospección

- Identificación de clientes potenciales

Se realizará a través de una campaña de presentación de producto, en donde se mostrará el servicio con el resultado del producto terminado. Primeramente, los diseños serán mostrados a amigos, familiares, pareja y conocidos. Cada prenda, será modelada y mostrada con diferentes combinaciones de outfits, esto con el fin de captar la atención y demostrar que la prenda ha quedado incluso mejor que el diseño inicial.

- Método para determinar los intereses de los clientes: Referidos

Debido a que es un emprendimiento reciente, este método es el que más se adecúa al plan de negocios. Inicialmente, se busca entre familiares y personas cercanas el apoyo para el crecimiento del mismo, con el fin de rediseñar sus prendas y posteriormente ser recomendados a través de ellos y llegar a más personas.

2. Contacto con los clientes

Tabla 15

Contacto con los Clientes

	¿Quién contactará a los potenciales clientes?	¿Quién contactará a los clientes actuales?
Contacto	1. Aleen Rosibel Crespín Crespín	1. Aleen Rosibel Crespín Crespín
	2. Andrea Beatriz Méndez González	2. Andrea Beatriz Méndez González
	3. Kennedy Gaspar Portillo Euceda	3. Kennedy Gaspar Portillo Euceda

Fuente: Autoría propia.

Prospectar y contactar clientes potenciales a partir del 08 de octubre del año 2021, a través de redes sociales, ya sea a través de mensajes directos o bien, unirse a grupos de Facebook en los cuales emprendedores publican acerca de sus productos y servicios; otra forma de llegar a más personas es por medio de familiares y amigos, a quienes se les comparta información esencial para ser referidos.

3. Reunión o Presentación

- ¿Cuántos mensajes directos debe mandar cada vendedor?

Para la presentación del producto y que el cliente tenga conocimiento, se debe mandar como mínimo 30 mensajes directos por cada vendedor, en donde se mostrará el catálogo con los diseños que se pueden realizar según los estilos de prendas que se tengan.

- ¿A quién se le reportará la información sobre potenciales y actuales clientes?

A los vendedores y administradores de las plataformas digitales.

4. Manejo de objeciones

- ¿Cómo se manejan las objeciones para los clientes?

Primeramente, se empezará con escuchar la versión de la clienta acerca de sus disgustos e inconformidades para poder tener una respuesta a cada pregunta que ella tenga. Además de ello, ofrecer alternativas para complacer al cliente, con el propósito de generar una grata experiencia y lograr que olvide el disgusto.

- ¿Se tiene un plan de apoyo para que no se caiga la venta?

Sí, a través de descuentos en compras a partir de la segunda prenda en adelante. Es decir, si la cliente, decide rediseñar o comprar prendas previamente establecidas por Renewal Chic, la primera la cancela a precio normal, mientras que la segunda y tercera, recibe un descuento que vaya en descenso. Otra forma de evitar que se pierda la venta en proceso, es escuchar las condiciones o disgustos del cliente para comprender mejor la situación y analizar la manera que más se adecuó a satisfacer la necesidad y finalmente se decida por Renewal Chic.

5. Cierre de ventas

- ¿Cuáles son las metas de ventas? ¿Se tiene personas con experiencia en cierre de ventas?

Cada vendedor debe reportar como mínimo 5 prendas rediseñadas el primer mes y cada trimestre se aumentarán 5 prendas por vendedor. Los integrantes ya han trabajado anteriormente en ventas, por lo que, está en constante capacitación para el desarrollo de esta habilidad y con el tiempo adquirir más experiencia en el área. Además de ello, es importante lograr mantener una relación con el cliente a largo plazo.

6. Servicio post venta

- ¿Quién contactará al cliente luego de haber realizado la venta?

Cada vendedor debe crear y mantener su cartera de clientes, por lo que, tiene la responsabilidad de brindar un seguimiento a través de la plataforma digital en la que se ha realizado la venta. A medida crezca el negocio y se busca diversificar el catálogo de productos, es responsabilidad de los vendedores poner a disposición de los clientes los nuevos productos o servicios con los que se cuenten, con el fin de ir mejorando el servicio, mantener al cliente satisfecho y aumentar las ventas.

- ¿Qué otros productos o servicios se pueden ofrecer al cliente para futuras ventas?
 - ✓ Aretes y pulseras de tela.
 - ✓ Accesorios para el cabello.
 - ✓ Asesoría e ideas de diseños en tendencias, para realizar cambios en futuras prendas.

5.2. Proyección de Ventas

Se presenta la planificación de ventas que se generarán durante el primer año de operación de la empresa, se ha considerado la estacionalidad de acuerdo al giro de la empresa y el crecimiento previsto en la puesta en marcha.

Tabla 16

Proyección de Ventas Primer Año en Unidades

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Precio Unitario	Año 1												
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1	Blusas off shoulder	Unidades	\$ 8.99	7	7	7	12	12	12	18	18	18	23	23	23	180
2	Crop tops	Unidades	\$ 7.99	2	2	2	4	4	4	7	7	7	10	10	10	69
3	Conjunto (Blusas/Short o Falda)	Unidades	\$ 11.99	1	1	1	3	3	3	5	5	5	7	7	7	48
4	Blusas fruncidas	Unidades	\$ 8.99	3	3	3	6	6	6	8	8	8	11	11	11	84
5	Blusas con escote en espalda	Unidades	\$ 7.99	2	2	2	5	5	5	7	7	7	9	9	9	69

Fuente: Autoría propia.

Porcentaje de Incremento Anual Estimado	30.0%
--	-------

Tabla 17*Proyección de Ventas primer año en dólares*

No.	Producto o Servicio	Ventas del Año 1 (\$)												TOTAL
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
1	Blusas off shoulder	\$ 62.93	\$ 62.93	\$ 62.93	\$ 107.88	\$ 107.88	\$ 107.88	\$ 161.82	\$ 161.82	\$ 161.82	\$ 206.77	\$ 206.77	\$ 206.77	\$ 1,618
2	Crop tops	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 31.96	\$ 31.96	\$ 31.96	\$ 55.93	\$ 55.93	\$ 55.93	\$ 79.90	\$ 79.90	\$ 79.90	\$ 551
3	Conjunto (Blusas/Short o Falda)	\$ 11.99	\$ 11.99	\$ 11.99	\$ 35.97	\$ 35.97	\$ 35.97	\$ 59.95	\$ 59.95	\$ 59.95	\$ 83.93	\$ 83.93	\$ 83.93	\$ 576
4	Blusas fruncidas	\$ 26.97	\$ 26.97	\$ 26.97	\$ 53.94	\$ 53.94	\$ 53.94	\$ 71.92	\$ 71.92	\$ 71.92	\$ 98.89	\$ 98.89	\$ 98.89	\$ 755
5	Blusas con escote en espalda	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 39.95	\$ 39.95	\$ 39.95	\$ 55.93	\$ 55.93	\$ 55.93	\$ 71.91	\$ 71.91	\$ 71.91	\$ 551
Total de Ventas Mensuales		\$ 133.85	\$ 133.85	\$ 133.85	\$ 269.70	\$ 269.70	\$ 269.70	\$ 405.55	\$ 405.55	\$ 405.55	\$ 541.40	\$ 541.40	\$ 541.40	
													Total de Ventas Anuales =	\$ 4,052

Fuente: Autoría propia.

Comente cómo han sido estimadas sus ventas, en qué información están basadas y a qué fuentes de información recurrió:

La información está basada en datos verídicos, porque se han realizado presupuestos a partir de la evaluación de costos de maquinaria y costo de materia prima ofrecido por los diferentes proveedores del mercado, además se consideraron otros aspectos relevantes e influyentes como el conocimiento de una especialista en el área de confección, además de realizar la respectiva investigación a través de fuentes secundarias, tales como el internet, el conocimiento de emprendedores posicionados en el mercado y asesorías de amigos cercanos.

Las fuentes de información han sido de apoyo para poder estimar los precios para el negocio, dado que, se realizaron comparaciones con tiendas similares de ropa en línea. La proyección de venta en unidades fue estimada a partir de un sondeo de mercado, con base a eso, se consideraron la cantidad de prendas a rediseñar mes a mes teniendo en cuenta el número de veces que podría ser solicitado el servicio.

Para obtener el precio de venta estimado, se evaluaron aspectos como los precios de la competencia, los precios del mercado y la capacidad adquisitiva de los potenciales clientes; para esta última, se hizo uso de los datos recolectados por el sondeo de mercado. Luego de analizar la situación, se estableció un margen de ganancia del 35% y esto permite proyectar las ventas en cantidades monetarias para el primer año de la puesta en marcha del proyecto, sin embargo, por estar en la fase de introducción los costos superan las ganancias, por lo que, los primeros meses se generan pérdidas. Cabe mencionar que, a largo plazo, y según los datos proyectados, se pretende aumentar en pequeños porcentajes año con año el margen de ganancia, con el fin de obtener utilidad para el final de los próximos años.

6. PLAN FINANCIERO

6.1. Plan de Inversión

Presupuesto de Equipo y Herramientas, Honorarios de abogado y contador público.

Tabla 18

Plan de Inversión

Recursos	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Lugar de Compra
Equipos y Herramientas	Sillas	Unidades	1	\$50.00	\$50.00	Marketplace
	Perchero	Unidades	1	\$49.00	\$49.00	Marketplace
	Fileteadora Industrial	Unidades	1	\$150.00	\$150.00	Marketplace
	Mesa	Unidades	2	\$120.00	\$120.00	Marketplace
SUBTOTAL					\$369.00	
Costos de Legalización	Emisión de tarjeta NIT	Tarjeta	1	\$1.67	\$1.67	Ministerio de Hacienda
	Talonario de Facturas	Talonarios	2	\$25.00	\$50.00	Imprenta y Sellos de Hule “Gaby”
SUBTOTAL					\$51.97	
TOTAL DE EQUIPO Y HERRAMIENTAS, COSTOS DE LEGALIZACIÓN					\$420.67	

Fuente: Autoría propia.

Inversión Capital de Trabajo

ACTIVO	BALANCE INICIAL	
<i>Activo Corriente</i>		
<u>EFFECTIVO Y EQUIVALENTES</u>		\$ 231.00
Caja chica	\$ 100.00	
Caja general	\$ 50.00	
<u>BANCOS</u>		
Banco	\$ 81.00	
<i>Activo no Corriente</i>		
<u>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</u>		\$ 369.00
Mobiliario y equipo de oficina	\$ 219.00	
Maquinaria	\$ 150.00	
Total activo		\$ 600.00
PATRIMONIO		
<u>CAPITAL</u>		\$ 600.00
Andrea Beatriz Méndez González	\$ 600.00	
Total patrimonio		\$ 600.00

Fuente: Autoría propia.

Tabla 20

Total de la inversión.

Inversión total del proyecto	
Inversión en concepto de Equipo y Herramientas + Costos de Legalización	\$420.67

Fuente: Autoría propia.

6.2. Estructura de costos

Tabla 21

Costos variables unitarios.

PRODUCTO O SERVICIO	Costo de materia prima unitario	Costo de mano de obra unitario	Costo Fijo unitario	COSTO TOTAL UNITARIO
Rediseño de prendas	\$1.58	\$2.40	\$2.35	\$6.33

Cuadro detallado de cálculos de costeo en anexo 1.

Fuente: Autoría propia.

Tabla 22*Costos totales de un año de operación*

- **Costos totales de un año de operación.**

Producto o Servicio	Total de Costos Variables	Total de Costos Fijo	Costos Totales
Rediseño de prendas	\$18.96	\$28.80	\$47.76

Detalle de costeo en anexo 1

Fuente: Autoría propia.

6.3. Flujo de efectivo**Tabla 23***Flujo de efectivo mensual para el año 1*

	Flujo de efectivo proyectado para el primer año de operaciones											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo del periodo anterior		\$ 17.93	\$ 35.86	\$ 53.79	\$ 181.31	\$ 308.83	\$ 436.35	\$ 673.11	\$ 909.87	\$ 1,146.63	\$ 1,493.02	\$ 1,839.41
Ingresos												
Ingresos por venta	\$ 133.85	\$ 133.85	\$ 133.85	\$ 269.70	\$ 269.70	\$ 269.70	\$ 405.55	\$ 405.55	\$ 405.55	\$ 541.40	\$ 541.40	\$ 541.40
Total de ingresos	\$ 133.85	\$ 151.78	\$ 169.71	\$ 323.49	\$ 451.01	\$ 578.53	\$ 841.90	\$ 1,078.66	\$ 1,315.42	\$ 1,688.03	\$ 2,034.42	\$ 2,380.81
Egresos												
Egresos por gastos de operación	\$ 90.08	\$ 90.08	\$ 90.08	\$ 90.08	\$ 90.08	\$ 90.08	\$ 90.08	\$ 90.08	\$ 90.08	\$ 90.08	\$ 90.08	\$ 90.08
Egresos por gastos de materia prima y mano de obra	\$ 25.84	\$ 25.84	\$ 25.84	\$ 52.10	\$ 52.10	\$ 52.10	\$ 78.71	\$ 78.71	\$ 78.71	\$ 104.93	\$ 104.93	\$ 104.93
Total de egresos	\$ 115.92	\$ 115.92	\$ 115.92	\$ 142.18	\$ 142.18	\$ 142.18	\$ 168.79	\$ 168.79	\$ 168.79	\$ 195.01	\$ 195.01	\$ 195.01
Flujo de efectivo proyectado	\$ 17.93	\$ 35.86	\$ 53.79	\$ 181.31	\$ 308.83	\$ 436.35	\$ 673.11	\$ 909.87	\$ 1,146.63	\$ 1,493.02	\$ 1,839.41	\$ 2,185.80

Fuente: Autoría propia.

En el flujo de efectivo proyectado para el primer año de operaciones, muestra la diferencia del total de ingresos y egresos para Renewal Chic, dando como resultado un flujo positivo desde el primer mes hasta el último; siendo la razón principal el hecho de no contar con un pago de préstamos, ya que, se ha iniciado con fondos propios. Las ganancias se ven reflejadas durante los doce meses, finalizando con un flujo positivo de \$2,185.80 dólares en el año 1 de puesta en marcha del proyecto.

6.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio

Tabla 24

Rentabilidad y Punto de Equilibrio

Análisis de la rentabilidad	
Periodo de Reintegro de Inversión (PRI)	2 años aproximadamente
Valor Actual Neto (VAN)	\$12,723.49
Tasa Interna de Retorno (TIR)	77.69%
Retorno Sobre Inversión (RSI o TRC)	102.51%
Índice de Rentabilidad (IR o RBC)	6

Fuente: Autoría propia.

- PRI: El reintegro de la inversión se verá reflejado después de los 2 años de operación.
- VAN: El valor actualizado de los pagos futuros de la inversión a la tasa de descuento elegida, genera beneficios.
- TIR: La TIR es mayor a la tasa mínima de rentabilidad, por lo que, es aceptable la inversión.
- RSI: La inversión es rentable, ya que, el indicador es mayor a cero.
- IR o RBC: Es una inversión aceptable, debido a que, tiene un valor superior a la unidad.

De acuerdo a los datos obtenidos y al análisis realizado, se concluye que el proyecto es rentable, ya que, cada uno de ellos refleja una inversión aceptable.

Punto de equilibrio en Unidades y Monto

Productos/Servicios	En unidades	En Valor (\$)
Rediseño de prendas	289.59	\$2,607.32

Fuente: Autoría propia.

El punto de equilibrio, representa el volumen mínimo de unidades a producir y vender para seguir operando sin generar pérdidas; en este caso es de 289.59, de lo cual se obtendría un ingreso total de \$2,607.32 en unidades monetarias; de esta manera se compensan con exactitud los costos totales; evitando que estos sean mayores al ingreso. Este análisis sirve para establecer metas de ventas, las cuales pueden ser alcanzadas a través de una excelente implementación de estrategias de venta.

6.5. Estado de Resultados Proyectado

Tabla 25

Estado de Resultado Proyectado

Estado de Pérdidas y Ganancias		Año 1
Ventas	\$	4,051.50
Costo de los Bienes Vendidos	\$	784.74
Utilidad Bruta	\$	3,266.76
Salarios	\$	1,081.50
Mantenimiento	\$	149.91
Agua, gas, electricidad	\$	48.00
Promoción y Publicidad	\$	240.00
Pasajes y viáticos	\$	133.70
Depreciación	\$	449.20
Total Gastos Generales y de Administración	\$	2,102.31
Utilidad Neta	\$	1,164.45

Fuente: Autoría propia.

7. PLAN DE TRABAJO

A continuación, se describe en el siguiente cronograma las actividades necesarias para la puesta en marcha del negocio, considerando permisos, capacitaciones, gestiones con instituciones entre otros durante un periodo de un año.

Tabla 26

Plan de Trabajo

N°	Objetivo	Acciones	Responsable	Inicio	Fin	Recursos
1	Satisfacer un mercado desatendido.	Lluvia de ideas.	Propietarios	12 de abril	13 de abril	Observación y fuentes secundarias.
		Búsqueda de información en internet.	Propietarios	12 de abril	15 de abril	Internet
		Evaluación e identificación de la necesidad.	Propietarios	12 de abril	15 de abril	Fuentes secundarias
		Elección de idea de negocio	Propietarios	5 de mayo	5 de mayo	Uso de plataformas digitales.
2	Solicitar asesoría	Preguntas anteproyecto	Asesor	2 de junio	2 de junio	Vía Meet
		Aclarar dudas sobre Wordpress	Asesor	5 de julio	5 de julio	Vía Meet
		Aclarar dudas sobre Hosting	Asesor	10 de julio	10 de julio	Vía Meet
		Presentación sobre el plan de negocios	Asesor	23 de agosto	23 de agosto	Vía Meet
		Aclaración de dudas sobre el plan de negocios	Asesor	1 de septiembre	1 de septiembre	Vía Meet
		Propuesta para elegir la idea de negocio	Asesor	5 de mayo	5 de mayo	Vía Meet
		Elegir la idea de negocio	Asesor	15 de mayo	15 de mayo	Vía Meet
Aclaración de dudas sobre Plan de Mercadeo	Asesor	14 de septiembre	14 de septiembre	Vía Meet		
3	Crear modelo de negocio	Determinar propuesta de valor	Propietarios	21 de agosto	21 de agosto	Material didáctico de clases
		Segmentar clientes	Propietarios	21 de agosto	21 de agosto	Material didáctico de clases
		Consideración de posibles distribuidores/proveedores.	Propietarios	11 septiembre	20 de agosto	Redes sociales personales y muestras físicas de los trabajos que realizan.
		Definir ventaja competitiva	Propietarios	21 de agosto	16 de octubre	Material didáctico de clases
4	Crear un plan de negocios	Descripción del negocio	Propietarios	5 de junio	15 de junio	Material didáctico de clases
		Definir el marco estratégico	Propietarios	5 de junio	15 de junio	Fuentes secundarias
		Desarrollo de planes	Propietarios	15 de junio	16 de octubre	Material didáctico de clases y fuentes secundarias
5	Registro de marca	Solicitar información en el CNR	Propietarios	1 de junio	5 de junio	Internet
		Llenar solicitud de registro	Propietarios	3 de junio	3 de junio	Internet
		Compilar todos los requisitos necesarios	Propietarios	1 de junio	5 de junio	Internet

Fuente: Autoría propia.

8. PLAN DE CONTINGENCIA

El Plan de Contingencia está basado en la probabilidad de no cumplir las ventas proyectadas.

Medidas generales de prevención

- Implementar un sistema de entrega de prenda, en el cual se sanciona al cliente pagando con un \$1.00 de casillero en Metro-galerías al no cumplir con el retiro del producto en la fecha establecida.
- Verificar la identidad de las cuentas que soliciten el servicio, revisando minuciosamente el contenido de cada una de sus redes sociales, así como su información personal.
- Recibir un pago de anticipo del 50%, con el fin de tener la certeza que el cliente utilizará por completo el servicio; el porcentaje restante se cancelará al momento de recibir la prenda.
- Recompensar al cliente con accesorios extras, tales como: aretes, pulseras, coletas, vinchas, etc., si en dado caso se presentará un inconveniente que prolongue el lapso de entrega.
- Establecer restricciones que limiten recibir prendas en mal estado o tamaño inadecuado de la misma, con la finalidad de evitar malas reseñas del servicio.
- Contar con una lista de contactos que contenga al menos dos encomenderos por departamento que se trasladen entre los diferentes puntos del país, en dado caso surja un pedido fuera de San Salvador.

Acciones preventivas

- Recurrir a un financiamiento en caso de no cubrir en su totalidad las demandas del negocio realizado con los fondos propios.
- Mantener en inventario al menos 5 prendas rediseñadas disponibles para la venta y así generar ingresos mientras el servicio es solicitado.
- Tener un respaldo de facturas y pedidos en el almacenamiento de Drive por cliente, para evitar malos entendidos.
- Controlar el consumo de la materia prima, para prever su caducidad durante la producción.
- Registrar la ubicación en tiempo real cada vez que el encomendero realice una entrega.
- Ser transparentes en cada una de las transacciones y en la prestación del servicio, para lograr una solidez económica; y por ende patentar la marca a largo plazo, evitando así, un plagio por parte de la competencia.

Acciones en caso de siniestro

- Solicitar al banco información acerca de movimientos recientes en transferencias o depósitos, evitando cancelaciones de pago después que el cliente haya presentado con anterioridad el comprobante del mismo.
- Optar por un seguro de auto, para cuando se cuente con domicilio propio para las entregas del producto.

- Estar ante la vanguardia de métodos de pagos digitales, para tener diferentes alternativas; sin embargo, es importante mantenerse informado ante el uso de nuevas aplicaciones de pago para no perjudicar la seguridad bancaria.

Manejo de crisis

- **Servicios sin reembolso:**

El tiempo para solicitar nuevos cambios en la prenda deben ser un día después de la entrega entre el cliente y el negocio; caso contrario, ya iniciado el rediseño no se realizarán los nuevos cambios y tampoco se reembolsará el anticipo.

En caso que el cliente no esté satisfecho en como luce la nueva prenda y mientras se hayan cumplido los cambios al pie de la letra, no se brindará ningún reembolso.

- **Servicios con reembolso:**

Accidentes de auto en el transcurso de la entrega o incendios en la bodega del encomendero o de la costurera; se hará un reembolso de la prenda dañada o extraviada.

Otro caso en el cual se dará un reembolso, es cuando se presente un robo en el trayecto hacia el destino de la entrega.

- Estar alertas ante ataques cibernéticos en las redes sociales oficiales o falsificación de las mismas, en este caso se hará un comunicado para evitar fraudes o malos entendidos con los clientes.

- Contar con diversos proveedores del área metropolitana; con el fin de prever situaciones en las cuales uno de ellos eleve sus precios o deje de producir.

Plan de continuidad

- Actualizar la base de datos y mantener una encuesta de satisfacción en cada compra.
- Verificar mensualmente los diseños con mayor demanda y los que tienen menor rotación.
- Adaptarse a nuevas tendencias de moda que surgen en cada cambio de temporada.
- Reunión dos veces por mes, para retroalimentar la situación actual y mantenernos a la vanguardia en temas con relación al marketing digital.
- Llevar un registro de preguntas frecuentes e ir agregando las nuevas que surgen a medida vaya creciendo el negocio, para poder solventar las dudas de los clientes en el menor tiempo posible.
- Monitoreo en el cambio de gustos y preferencias del mercado objetivo.

Seguridad de los activos

- Activar la verificación en dos pasos de cada una de las aplicaciones en uso, para evitar que las cuentas del negocio sean hackeadas; tanto bancarias como digitales.
- Mantenimiento trimestral de la maquinaria, con la finalidad de llevar un control del uso y desgaste de la misma; así proyectar la compra de nueva maquinaria a largo plazo.
- Colocar las prendas en un lugar libre de riesgo con sus respectivas señalizaciones de advertencia, para prevenir daños en todas aquellas que estén en proceso de rediseño.
- Destinar un porcentaje del 20% hacia caja chica, para ser capaces de cubrir alguna emergencia de pequeña magnitud que se presente en el negocio.

Plan de acción

Tabla 27

Plan de Acción Basado en Plan de Contingencia

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS	PLAN DE ACCIÓN			
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<p>• Estrategia: "Ofrecer servicios adicionales"</p> <p>Objetivo: Analizar los gustos y preferencias del sector masculino para crear nuevos estilos y mejorar las tendencias de moda para hombres en el corto plazo</p>				
<p>• Estrategia: "Explotar el potencial de las plataformas sociales"</p> <p>Objetivo: Extraer por medio de una encuesta de satisfacción la información necesaria de las clientas, haciendo uso de las plataformas digitales para estar siempre alertas de cualquier situación de disgusto.</p>				
<p>• Estrategia: "Contratación de personal extra"</p> <p>Objetivo: Evaluar a nuevos y posibles encomendistas para realizar entregas en cualquier punto de la región y en horarios especiales a partir de los primeros seis meses de puesta en marcha del negocio.</p>				
<p>• Estrategia: "Asignación de un porcentaje de las ganancias para caja chica"</p> <p>Objetivo: Destinar un 20% de las ganancias obtenida en cada venta realizada hacia caja chica, para solventar imprevistos de pequeña magnitud o bien, invertir a largo plazo.</p>				
<p>• Estrategia: "Reconocimiento de marca"</p> <p>Objetivo: Asistir a eventos de emprendedores en donde se muestre el productos, los beneficios y la calidad del mismo, para crear curiosidad entre los consumidores.</p>				
<p>• Estrategia: "Evaluación de productos"</p> <p>Objetivo: Rotar el inventario de prendas con poco movimiento en ventas, para reingresar aquellas con mayor aceptación del público.</p>				

Fuente: Autoría propia.

CONCLUSIÓN

Llevar a cabo una idea de negocios puede presentar diversos obstáculos a superar, sin embargo, la correcta ejecución de un plan de marketing puede convertirla en un emprendimiento estable y factible a largo plazo. Por lo que, desarrollar y estructurar estrategias que maximicen los beneficios de invertir en una idea innovadora es primordial. Es por ello que, la elaboración de sondeos y las estrategias de marketing digital son elementos de alta importancia en la investigación, debido que a partir de ello permite identificar si el producto será aceptado o rechazado por la sociedad, asimismo, conocer las mejoras o adecuaciones que se puedan realizar en el servicio para su total aceptación.

Para la creación de Renewal Chic como marca, se consideraron aspectos financieros, datos cualitativos y cuantitativos, estrategias digitales, creación de posibles escenarios, entre otros., en donde los resultados fueron factibles ya que la inversión no representa altos costos y la ventaja de poseer previamente maquinaria propia maximiza la oportunidad de ejecutar la idea de negocio, además por ser exclusivamente un emprendimiento en línea permite reducir costos de alquiler y por ende, establecer precios accesibles acordes al público objetivo, por lo que, siendo una idea con pocos competidores en el mercado, y con gran potencial, podría llegar a posicionarse y crear tendencias de moda en la sociedad

Por otro lado, las redes sociales y la creación de sitios web crea un fácil acceso para las clientas, al ser una tienda virtual se tiene la facilidad de obtener información y realizar pedidos sin mayor esfuerzo. El uso de herramientas digitales permite estar más cerca de los clientes desde cualquier parte del mundo, mejora la comunicación y se conoce más acerca de lo que buscan a través de contenido interactivo en Instagram y Facebook.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Gardetti, M. Á., & Luque, M. L. D. (2018). *Vestir un mundo sostenible: la moda de ser humanos en una industria polémica*. LID Editorial.

Kirberg, A. (2005). *Desarrollo de nuevos productos Cómo crear y lanzar con éxito nuevos productos y servicios al mercado* (4th ed., p. 19). Bogotá, D. C, Colombia: McGraw-Hill Interamericana, S. A.

Yagüe Guillén, M. (2007). *Nuevos enfoques del marketing y su creación de valor* (2nd ed., p. 131). Fundación Cajamar.

Sitios Web

Defensoria.gob.sv. 2017. *Monitoreo de consumo de El Salvador*. [online] Available at: <<https://www.defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2017/12/monitoreo.pdf?fbclid=IwAR3tCkVeVP08TPJz6iyOkuyhFYn7ooyfMTVN9GKjfgqhKdvYQqgmsqbjpKQ>>

Diariooficial.gob.sv. 2016. Disponible en: <<https://www.diariooficial.gob.sv/diarios/do-2016/05-mayo/04-05-2016.pdf>> [Accessed 6 June 2021].

eRegulations trámites El Salvador. (2022) Eregulations.org.
<https://elsalvador.eregulations.org/procedure/5/5/step/2053?l=es>

Florido, M. (2022). *Cómo hacer un Plan de Trabajo sencillo paso a paso* [Ejemplos].

Retrieved 8 October 2021, from <https://www.marketingandweb.es/emprendedores-2/plan-de-trabajo/>

Galindo, C. (2015, mayo 27). *El reciclaje de la ropa que ya no queremos*. El País.

https://elpais.com/elpais/2015/05/27/eps/1432747889_504221.html

Gay, Aquiles y Samar, Lidia (2004), *El diseño industrial en la historia*, Córdoba: Ediciones

TEC. ISBN 987-21597-0-X. Página 137

Generación Vitnik (2018). *La industria textil y la problemática ambiental*.

<http://www.generacionvitnik.com/2018/08/06/la-industria-textil-y-la-problematika-ambiental/>

Ibarren Farias Gabriel | Industria Textil, Moda y Retail | Blog #1 Aprovechamiento de

Moda. Industria Textil y Retail. Artículos y noticias del sector, sourcing sustentable y moda sostenible. Profesionales del sector. 2021. Moda reciclada. [online]

Available at: <<https://gabrielfariasiribarren.com/moda-reciclada/?fbclid=IwAR18WunU5Epk4gEQNzVWb7MHTCMk0FWWhgu41H5O1q8au6Iy7InvcUfGDqPo>>

Portal de transparencia. (2008) *Transparencia.gob.sv*

<https://www.transparencia.gob.sv>

Twenergy. (2020, diciembre 23). *Moda sostenible: qué es y cuál es su importancia.*

Twenergy. <https://twenergy.com/ecologia-y-reciclaje/moda-sostenible-la-ropa-mas-ecologica-saludable-y-sociablemente-responsable-1853/>

Tramites empresariales en línea (2022) *MiEmpresa.gob.sv*

<https://miempresa.gob.sv/ayuda/comerciante-individual/>

ANEXOS

ANEXO 1: Detalle y cálculos de costo variables unitarios y totales

COSTO VARIABLE MATERIA PRIMA

NOMBRE PRODUCTO O SERVICIO	Descripción de la materia prima	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Total (cantidad x precio)
Off Shoulder	Elástico, aguja, hilo y alfileres.	3 yardas de elástico, 2 agujas, 1 hilo, 20 alfileres.	Unidad	\$1.75	\$315.00
Crop Top	Elástico, aguja, hilo y alfileres.	2 yardas, 2 agujas, 1 hilo, 20 alfileres.	Unidad	\$1.05	\$72.45
Conjuntos	Elástico, hilo, aguja, alfileres, botones, zíper.	4 yardas de elástico, 2 hilos, 4 agujas, 20 alfileres, 7 botones, 1 zíper.	Unidad	\$2.83	\$135.84
Blusas fruncidas	Elástico, aguja, hilo, hilo elástico y alfileres.	25 yardas de hilo elástico, 1 yarda de elástico, 1 hilo, 2 agujas, 20 alfileres.	Unidad	\$1.36	\$114.24
Blusas con escote en espalda	Elástico, hilo elástico, aguja, hilo y alfileres.	3 yardas de hilo elástico, 1 yarda de elástico, 1 hilo, 2 agujas, 20 alfileres.	Unidad	\$1.09	\$75.21
Sumatoria del Costo variable de materia prima					\$712.74
Total de producción (cantidad)					450
Costo variable materia prima / total de producción = Costo variable unitario de materia prima					\$1.58

CÁLCULO DE COSTO DE MANO DE OBRA

PRODUCTO O SERVICIO	Descripción del Tipo de Personal	Descripción del Tipo de Salario por periodo	Número de Personas	Total Salarios Mensuales
Confección de prendas	Persona con habilidades de costura y confección.	Pago por prenda realizada (por encargos)	1	\$1081.50
Costo variable mano de obra				\$1081.50
Total de producción en libras (cantidad)				450
Costo variable mano de obra / total de producción = Costo variables unitario de mano de obra.				\$2.40

TOTAL DE COSTOS VARIABLES UNITARIOS



PRODUCTO O SERVICIO	Costo unitario de materia prima	Costo unitario de mano de obra	Total costo variable unitario
Rediseño de prendas	\$1.58	\$2.40	\$3.98

ANEXO 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales

Se sugiere una estimación mensual y luego proyectarlos de manera trimestral.

COSTOS FIJOS TOTALES

DESCRIPCIÓN	VALORES MENSUALES			TOTAL VALOR TRIMESTRAL
	MES 1	MES 2	MES 3	
Electricidad	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$12.00
Promoción y publicidad	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$60.00
Pasajes y viáticos	\$11.20	\$11.20	\$11.20	\$33.60
Total Costos Fijos	\$35.2	\$35.2	\$35.2	\$105.60
Total de Producción por periodo (cantidad) (mensual / trimestral)	15	15	15	45
Total costos fijos / total de producción = Costos fijos unitarios	\$2.35	\$2.35	\$2.35	\$2.35

ANEXO 3: Costo(s) Unitario(s)

PRODUCTO O SERVICIO	Costo de materia prima unitario	Costo de mano de obra unitario	Costo Fijo unitario	COSTO TOTAL UNITARIO
Rediseño de prendas	\$1.58	\$2.40	\$2.35	\$6.33

ANEXO 4: Cálculo del punto de equilibrio

Punto de equilibrio expresado en unidades (PE)

Datos:

Costos fijos anuales	
Sueldos y salarios	\$ 1,081.50
Servicios	\$ 571.61
Depreciación	\$ 449.20
Costos fijos totales	\$ 2,102.31

	Off Shoulders	Crop tops	Conjuntos	Blusas fruncidas	Blusas con escote
Precio de venta unitario	\$ 8.99	\$ 7.99	\$ 11.99	\$ 8.99	\$ 7.99
Costo variable unitario	\$ 1.91	\$ 1.21	\$ 2.99	\$ 1.52	\$ 1.25
Margen de contribucion unitario	\$ 7.08	\$ 6.78	\$ 9.00	\$ 7.47	\$ 6.74
Mezcla de ventas	40.00%	15.33%	10.67%	18.67%	15.33%
Margen de contribucion ponderado	\$ 2.83	\$ 1.04	\$ 0.96	\$ 1.39	\$ 1.03
Suma del M.C ponderado	\$				7.26

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}}$$

$$\frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 2,102.31}{\$ 7.26} = 289.59 \text{ Unidades}$$

Punto de equilibrio					
Cantidades en el punto de equilibrio	290				
Cantidades por mezcla de ventas	116	44	31	54	44

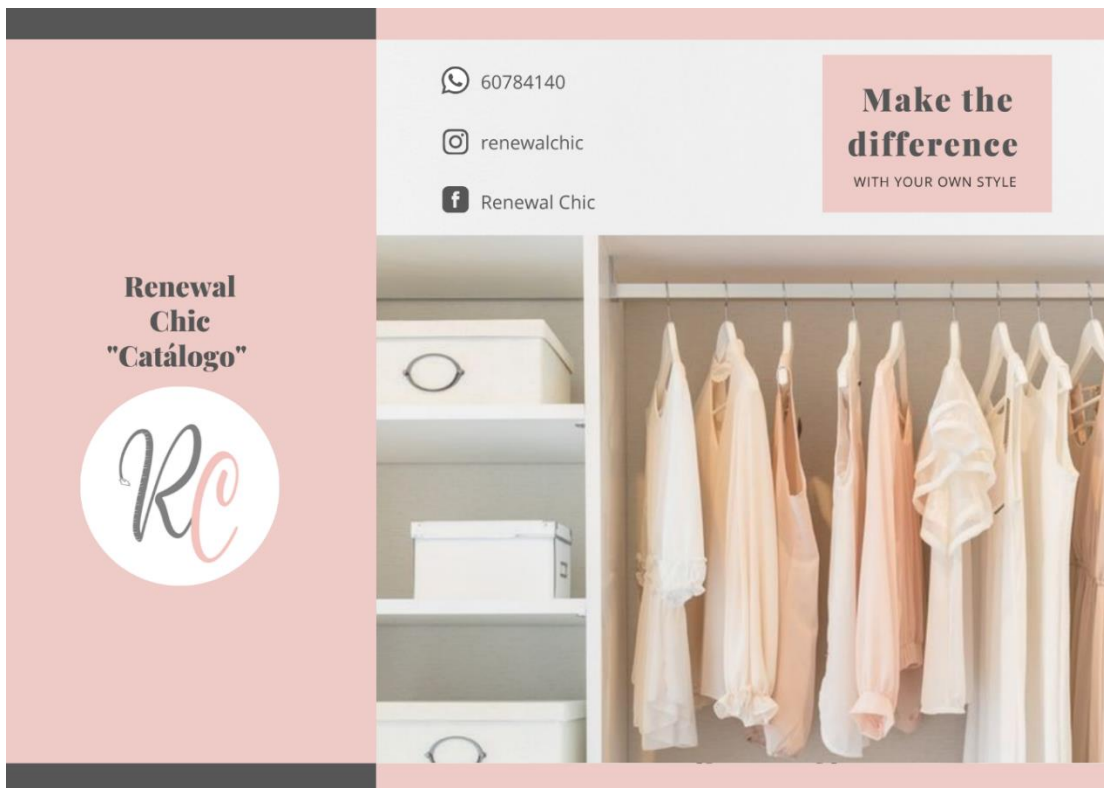
Punto de equilibrio en unidades monetarias (Y):

$$Y = \text{Precio de venta} \times \text{Punto de equilibrio en unidades}$$

Datos:

Precio de venta	Punto de equilibrio en unidades de producto	Punto de equilibrio en unidades monetarias
\$ 8.99	116	\$ 1,041.38
\$ 7.99	44	\$ 354.79
\$ 11.99	31	\$ 370.37
\$ 8.99	54	\$ 485.98
\$ 7.99	44	\$ 354.79
TOTAL		\$ 2,607.32

ANEXO 5: Catálogo del negocio



BLUSAS CON ESCOTE

Resalta la espalda con un delicado escote en "v", acompañado de una chonga que te hace lucir espectacular.



CROP TOP

Perfectos para acompañarte a cada una de tus salidas con amigos, familia, pareja, etc. Son combinadas con diversos accesorios, mayormente utilizado con jeans tiro alto o mom jeans.

CONJUNTOS

Creas un conjunto perfecto con vestidos que ya no utilizas; perfectos para cualquier evento social y los puedes combinar con tus accesorios favoritos.

ESTILOS EN TENDENCIA

Renewal Chic, ha hecho este catálogo exclusivamente para ti, con el fin de poder brindarte una serie de ideas para tus rediseños de prenda y poder crear tu estilo único.

Recuerda, reutilizando prendas antiguas marcas la diferencia, dado que, contribuyes al cuidado del medio ambiente y te permite lucir diseños exclusivos que están en tendencia a un menor costo.

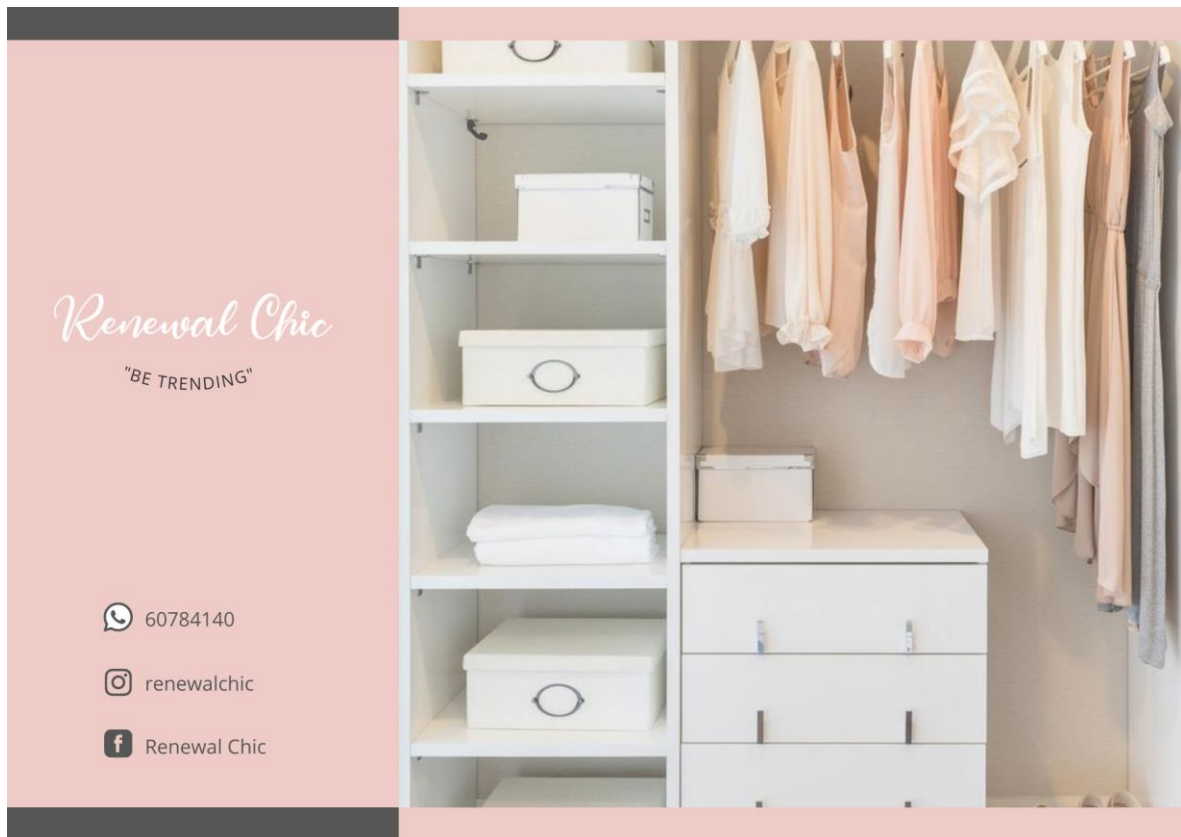


BLUSAS OFFSHOULDER

Pueden ser rediseñadas a partir de pantalones hasta vestidos. Son combinadas con diferentes tipos de calzado, jeans, faldas, shorts, entre otros. Además, se complementa perfectamente con joyería que resalta el cuello.

BLUSAS FRUNCIDAS

Blusas de uso cotidiano con diversos accesorios. Utilizadas para diferentes ocasiones, en su mayoría casuales. Perfectas para una primera cita.



ANEXO 6: Fotografía de los integrantes



Aleen Crespín



Kennedy Portillo



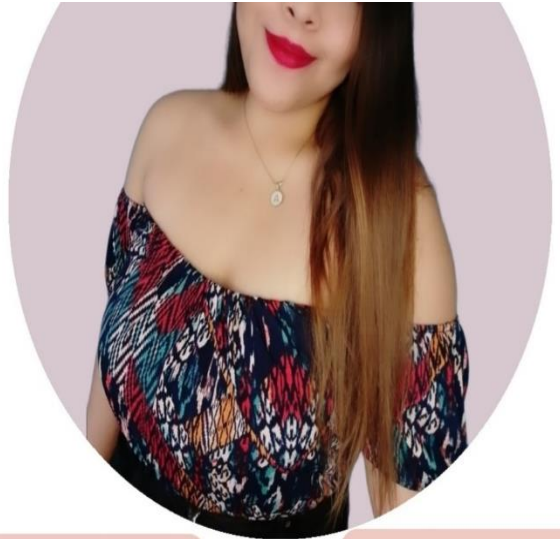
Andrea Méndez

ANEXO 7: Cronograma de actividades y KPI'S

Estrategias	Descripción	Indicadores	KPI'S		Junio-Octubre	Noviembre -Diciembre	Enero-Junio (2022)			
			Porcentaje esperado	Alcance esperado	Semana 1	Semana 2	Ene-Feb	Mar-Abr	May-Jun	Julio
"Estrategia de Marketing Digital"	Crear una cuenta en las redes sociales como instagram, facebook y whatsapp, para obtener un alcance positivo de personas interesadas en el rediseño de prendas.	Número de seguidores	50% mensual	480 seguidores						
	Postear artes informativos y creativos para dar a conocer la idea de negocio.	Alcance de publicación	70% de seguidores más 50% de publicidad pagada	586 cuentas alcanzadas						
"Inbound o marketing de contenidos"	Publicación de catálogo en donde se muestren los diseños en tendencia e ideas creativas para rediseñar prendas antiguas.	Impresiones en instagram	90% de impresión	436 impresiones						
	Publicaciones de fotografías: Se mostrará el producto antes y después de los cambios realizados.	Número de likes	80% de seguidores	386 likes						
	Historias en Instagram: Se publicarán historias de entregas a clientas.	Vistas de historias	89% de seguidores	427 vistas						
	Recomendaciones a clientas: Se publicarán recomendaciones para rediseñar las prendas antiguas.	Vistas de historias	90% de seguidores más 41% de publicidad pagada	610 vistas						
	Reels: Videos del proceso de transformación de la prenda.	Número de reproducciones	60% de seguidores	312 reproducciones						
	Tips: Se darán consejos para crear combinaciones con los accesorios entregados por la marca.	Vistas de historias	90% de seguidores mas 20% de publicidad pagada	528 vistas						
	Rebajas: La primera quincena de cada mes se establecerán rebajas de diseños disponibles y con baja rotación.	Número de likes	60% de seguidores	288 likes						
	Descuentos y promociones, envíos sin costos: Se establecerán descuentos y promociones en fechas específicas.	Número de cuentas alcanzadas	75% de seguidores	360 cuentas alcanzadas						

ANEXO 8: Fotografías

Prendas realizadas



Prendas en proceso de rediseño



- Talonarios de facturas consumidor final

LA EMPRESA, S. A. DE C. V.
 ACTIVIDADES DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL
 Departamento de San Salvador - El Salvador • Centroamérica
 Teléfono: (503) 2222-1111 • Fax: (503) 2222-1111

FACTURA
Nº 0001
 REGISTRO Nº 100001-1
 NIT: 0614-200209-0000

Cliente: _____ Fecha: _____
 Dirección: _____ NIT: _____
 Condiciones de Pago: _____

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXENTAS	VENTAS AFECTAS
ENTREGADO POR: _____ RECIBIDO POR: _____				
NOMBRE: _____	NOMBRE: _____	Firma: _____		
DIA: _____	DIA: _____	Ventas Exentas		
FIRMA: _____	FIRMA: _____	Sub - Total		
OBSERVACIONES	(-) Retención			
CANCELADO	Venta Total			

IMPRESOS S.A. Y/O GEFPROF: NIT: 9414-10209-0011
 Diag. N° 00001-1 • Calle Principales 1 • San Salvador • Teléfono: 2222-2222
 Autorización Importación Nº 001-D.G.I.I. de Fidei: 20/02/2008

Folio de Ingresos: 09002093
 Dirección: M°
 Fecha: _____

ORIGINAL: Cliente (Rosco)
 DUPLICADO: Cliente (Verde)

MUESTRAS NO VALIDAS PARA TRAMITE

Aprobación de Certificación de Cheque

CLIENTE Y BANCOS

SECTIBANK

Aprobación para certificación de Cheque

Fecha: _____

Solicitud(s) emitida(s) con cargo a por beneficiario (s) con cargo a (s) de: _____

Atención al cliente: _____

Por la validez de la: _____

A favor de: _____

- Recibo de agua o luz

NIC
 No. IDENTIFICACION DE CONTRATO

OFICINA COMERCIAL AMBACHAPAN
 TARIFA: R - Residencial
 REC. BUITA
 MEDIDOR
 FECHA DE EMISION: 17/06/2011

PERIODO FACTURADO
 DESDE: 17/06/2011
 HASTA: 17/06/2011

RESUMEN DE PAGO
 TOTAL CLESA \$ 5.78
 TOTAL OTROS SERVICIOS \$ 0.00
 TOTAL ALCALIA \$ 0.00

FECHA DE VENCIMIENTO
 29/06/2011

RESUMEN DE PAGO
 CONSUMO kWh \$8.00
 TOTAL A PAGAR \$ 5.78

ALCALDIA
 TITULAR DE PAGO: _____
 DIRECCION DE COMBO: _____
 CUENTA No: _____
 NIC: _____
 MES FACTURADO: _____
 FECHA DE EMISION: _____

DETALLE DE FACTURACION

CONCEPTOS GRAVADOS
 Concepto de Distribución
 Concepto de Mantenimiento
 Concepto de Servicio de Agua Potable
 Concepto de Servicio de Alcantarillado

RESUMEN DE PAGO
 SUBTOTAL: 0.00
 VENTAS EXENTAS: _____
 TOTAL ALCALIA \$: _____

SUBSIDIO DE GAS
 El subsidio que se otorga al distribuidor Central de San Salvador es de \$9.10

SELLO DE PAGO
 02/07/2011

Información cliente: Recuerda que el MINEC es la única institución que define las políticas, criterios de aplicación y otorgamiento del beneficio del Subsidio del GAS, por lo que para cualquier consulta puedes llamar a los teléfonos 2247-5560, 2239-5560 y 2565-5555, o visitar en el sitio Web

ANDA
 Agua para todos

CLIENTE: LUIS MANUEL PEREZ
 DIRECCION: C. ANT. ZACARIL 47 P.L.G. URB. NVA. METROPOLIS SAN SALVADOR

FACTURA
 No. 09DS000F1770917
 NIC: 33084 - NIT: 0614-20103-0004

NUMERO DE CUENTA
 2380379

PERIODO FACTURADO
 DESDE: 01/01/2010
 HASTA: 31/01/2010
 MES FACTURADO: ENERO
 MES FACTURADO: ENERO
 FECHA DE FACTURA: 02/FEBRERO/10

REGION: METRO
 CUENTA: 2380379
 GRUPO: 25
 RUTA: 4
 TARIFA: RESIDENCIAL

ULTIMO DIA DE PAGO EN ANDA
 13/02/2010
 A PAGAR \$ 3.25

ULTIMO DIA DE PAGO EN BANCOS
 12/02/2010
 A PAGAR \$ 3.25

RESUMEN DE CONSUMO DE LOS ULTIMOS 6 MESES

CDD	CONCEPTOS FACTURADOS	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXENTAS	VENTAS GRAVADAS
15 20	Servicio de agua potable Servicio alcantarillado	0.210 2.00	3.15 0.10	
	13% de IVA			
SUB TOTAL				\$ 3.25

INFORMACION Y RECLAMOS FAVOR LLAMAR AL CALL CENTER 915

HORARIOS DE AGENCIAS
 8:00 a.m. a 4:00 p.m.

COMPROBANTE CLIENTE

ANDA
 Agua para todos

CLIENTE: LUIS MANUEL PEREZ
 DIRECCION: C. ANT. ZACARIL 47 P.L.G. URB. NVA. METROPOLIS SAN SALVADOR

FACTURA
 No. 09DS000F1770917
 NIC: 33084 - NIT: 0614-20103-0004

NUMERO DE CUENTA
 2380379

PERIODO FACTURADO
 DESDE: 01/02/2010
 HASTA: 29/02/2010
 MES FACTURADO: FEBRERO
 MES FACTURADO: FEBRERO
 FECHA DE FACTURA: 02/FEBRERO/10

REGION: METRO
 CUENTA: 2380379
 GRUPO: 25
 RUTA: 4
 TARIFA: RESIDENCIAL

ULTIMO DIA DE PAGO EN ANDA
 13/02/2010
 A PAGAR \$ 3.25

ULTIMO DIA DE PAGO EN BANCOS
 12/02/2010
 A PAGAR \$ 3.25

RESUMEN DE CONSUMO DE LOS ULTIMOS 6 MESES

CDD	CONCEPTOS FACTURADOS	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXENTAS	VENTAS GRAVADAS
15 20	Servicio de agua potable Servicio alcantarillado	0.210 2.00	3.15 0.10	
	13% de IVA			
SUB TOTAL				\$ 3.25

INFORMACION Y RECLAMOS FAVOR LLAMAR AL CALL CENTER 915

HORARIOS DE AGENCIAS
 8:00 a.m. a 4:00 p.m.

COMPROBANTE ANDA