

# PROYECTO DE IMPORTACIÓN DE SERVICIOS DE DISEÑADORES INDEPENDIENTES ARGENTINOS A LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Ana María Ramón Barriga<sup>(1)</sup>, Karla Rodríguez Mejía<sup>(2)</sup>

Ingeniero Mecánico Marco T. Mejía Coronel, Director de Tesis, Facultad de Ingeniería Mecánica y Ciencias de la Producción<sup>(3)</sup>

Facultad de Economía y Negocios<sup>(1)(2)</sup>

Escuela Superior Politécnica del Litoral<sup>(1)(2)</sup>

Cdla. 9 de Octubre Calle 5ta y Av. 4ta V. 501, 90112, Guayaquil, Ecuador<sup>(1)</sup>

Capitán Najera y Av. Quito, 90112, Guayaquil, Ecuador<sup>(2)</sup>

Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 Vía Perimetral, Guayaquil, Ecuador<sup>(3)</sup>

aramon@espol.edu.ec<sup>(1)</sup>, kprodrig@espol.edu.ec<sup>(2)</sup>, [mmejia@espol.edu.ec](mailto:mmejia@espol.edu.ec)<sup>(3)</sup>

## Resumen

*El presente estudio corresponde el análisis técnico y evaluación de mercado de un proyecto de investigación en el que se importan los servicios de diseñadores independientes argentinos a la ciudad de Guayaquil. El servicio se refiere a la confección, asesoramiento y diseño de todo tipo de vestimenta, el cual será brindado a las mujeres de la clase media-alta y alta de la ciudad de Guayaquil. El proyecto inicia con el estudio técnico del cual se derivan la cantidad de equipos que se va a necesitar, el recurso humano necesario y el tiempo aproximado del proceso de producción, pasando luego por la investigación de mercado; y finalmente se realiza el estudio financiero el mismo que permitirá determinar la factibilidad del proyecto así como los beneficios económicos y sociales que en un corto y largo plazo genera y compensa el gasto de inversión para la realización del mismo. Mediante el estudio de mercado implementado se ha podido establecer una potencial demanda de este producto y a su vez innovador servicio, además se han determinado las exigencias del mercado, y los mecanismos para llegar a introducirse en Guayaquil con éxito.*

**Palabras Claves:** *Diseño, prendas de vestir, servicio, calidad, diseñadores, confección, factibilidad, Guayaquil, clase media-alta y alta, mujeres, tienda de vestir, mercado, objetivos, aceptación.*

## Abstract

*The present study talks about the technical analysis and the market study of an investigation project in which the services of Argentine independent designers to Guayaquil city are concerned. The service talks about the confection, advising and design of all type of clothes, which will be offered to the women of the high middle and high status of Guayaquil city. The Project begins with a technical study about the amount of equipment that is going to be needed, the necessary human resource and the approximated time of the production process, then you could find the market study and finally a financial study that will allow to determine the economic feasibility of the project as well as the economic and social benefits in a short and long term it will give, justifying the investment expense for its performance. Thanks to the market study implemented, we could establish a potential demand for this product and also innovative service, besides we have determined the different market requirements, as well as the competitor environment and the mechanisms to reach the successfully product introduction in Guayaquil.*

**Key Words:** *Design, clothes, service, quality, designer, confeccion, feasibility, Guayaquil, High middle and high status, women, shopstore, market, goals, acceptance.*

## 1. Introducción

En la actualidad es cada vez mayor el número de personas del status social alto que desean mejorar su apariencia personal por lo cual buscan estar a la moda en cualquier momento y lugar, y es debido al cambio constante en los diferentes estilos y modas que el mercado de las prendas de vestir se considera un mundo infinito. [1]

Guayaquil es considerada una ciudad cosmopolita, debido a que cuenta con mayor población en el país la cual crece rápidamente por la llegada de personas de diferentes ciudades, además se conoce que posee centros comerciales con tiendas de diferentes marcas estilos y precios; locales que por el hecho de encontrarse en estos lugares la ropa que ofrecen tienen precios más elevados que las boutiques ubicadas en el centro de la ciudad; además existen las llamadas “bahías” para las personas que buscan precios más económicos. [2].

El sector textil en el Ecuador no es competitivo debido a la baja calidad y productividad existente en este sector, además existe un gran número de personas que sienten inconformidad ante la falta de exclusividad en los modelos y por otro lado la tendencia hacia los bienes importados aumenta debido a que se los considera de mejor calidad.

Es por eso que mediante la realización de este proyecto se busca solucionar el problema existente en la falta de exclusividad de los modelos que ofrecen las tiendas de vestir establecidas en la ciudad, se desea brindar a los futuros clientes la comodidad de asistir a una tienda de ropa de diseñadores argentinos que tendrá en cuenta sus ideas, gustos y preferencias al momento de diseñar la prenda.

## 2. El Servicio

### 2.1 Definición

El servicio se basa principalmente en la venta de diseños exclusivos y asesoramiento en vestuario realizados por diseñadores independientes argentinos. El cual se basará en el confeccionamiento de todo tipo de prendas de vestir para la mujer según sus gustos y preferencias, para lo cual cuenta con los servicios de dos diseñadores independientes quienes están aptos para diseñar cualquier tipo de vestimenta de acuerdo al gusto y estilo del cliente como también de prestar el servicio de asesoramiento de imagen.

Los servicios serán ofrecidos en una tienda de diseño que contará con un amplio y confortable espacio para que las clientes puedan hacer sus pedidos y así el diseñador pueda tomar las medidas y hacer las respectivas sugerencias al cliente en base a sus conocimientos de diseño para que el cliente elija la mejor opción.

Los diseñadores tienen su estilo propio, que busca entender la necesidad de sus clientes reflejando en el diseño de sus productos sus necesidades encontradas. Para el diseño de las prendas de vestir se utilizará los mejores materiales y telas, confeccionadas bajo estrictos estándares de calidad para lograr un producto innovador y altamente diferenciado a los productos ofrecidos en el medio.

Se podrán confeccionar una gama de productos que cubre casi todas las tipologías como camisas, blusas, pantalones, faldas, chaquetas, capris y vestidos. Siendo la calidad y la textura del producto confeccionado junto al diseño, la forma de trabajo en la que se basarán los diseñadores al momento de confeccionar las prendas de vestir deseadas por los clientes. Además de brindar el servicio de confeccionar la prenda de vestir deseada por el cliente también se prestarán los servicios de asesoramiento de imagen es decir que el cliente recibirá ayuda por parte de los diseñadores al momento de escoger el modelo, la calidad, color de la tela y el tipo de confección que desea.



Gráfico 1. Logo

## 2. Análisis Técnico

Este capítulo se refiere específicamente al análisis del estudio de ingeniería que se requiere para la manufactura de prendas de vestir. Para tal efecto es necesario comenzar con una investigación de los procesos y materiales disponibles en este sector.

Para la manufactura de las prendas se debe tener algunas máquinas semi-industriales y utensilios entre los cuales están: Máquina de coser overlocks, máquina cortadora, máquina botonadora, máquina de coser Zigzag. Dentro de los implementos de trabajo están la tela y el hilo que son la materia prima directa, e implementos como botones, cierres tijeras, broches que conforman la materia prima indirecta; mientras que siendo la mano de obra directa el diseñador, las operadoras y el patronista.

Con la cadena de valor se ha determinado el proceso de producción del mismo que viene detallado a continuación:



Figura 1. Cadena de valor

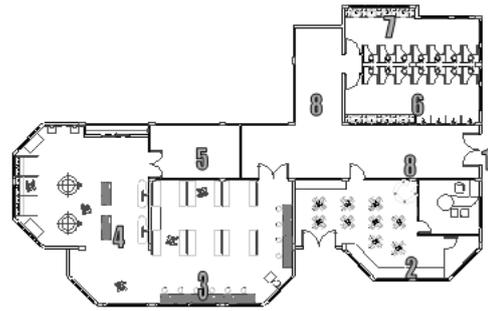


Figura 2. Layout.

La producción anual es de 3,687 prendas de vestir la cual se ha tomado en cuenta para calcular el tamaño de la planta, es decir que laborando 6 veces a la semana de lunes a sábado se tendrá la capacidad de elaborar aproximadamente 12 diseños diario, estos datos serán de ayuda para identificar el número de trabajadores, las maquinarias necesarias y el tamaño del local.

# DISEÑADORES 2			
	TIEMPO ESTIMADO	# PROCESOS X DIA	TOTAL
DISEÑO	30	6	180
SELECCION MAT. PRIMA	10	6	60
INSPECCION	15	6	90
PRUEBA	10	6	60
ENTREGA	10	6	60
POST-VENTA	5	6	30
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>		<b>480</b>

Tabla 1. Número de diseñadores

# PATRONADORES 2			
	TIEMPO ESTIMADO	# PROCESOS POR DIA	TOTAL
PATRONAJE	45	6	270
CORTE	35	6	210
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>		<b>480</b>

Tabla 2. Número de patronadores.

# OPERARIOS 6			
	TIEMPO ESTIMADO	# PROCESOS POR DIA	TOTAL
CONFECCION	165	2	330
ACABADOS	30	2	60
AJUSTES	45	2	90
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>		<b>480</b>

Tabla 3. Número de operarios

Esta empresa debe contar con un área de aproximadamente 505 metros cuadrados, debido a que se debe tener el espacio suficiente para la manufactura, tienda del diseñador en el cual se atenderá a los clientes y la oficina de los Gerentes de la empresa.

Se decidió establecer la empresa en el CC. La Piazza ubicada en la vía a Samborondón, ya que en esta zona hay una mayor concentración de nuestro mercado objetivo, a la vez que al localizar la empresa en esta zona se cuenta con todos los servicios básicos, la distancia con los proveedores es relativamente cerca, es un lugar de fácil acceso por lo que no habría problemas con los medios de transporte y tanto para mano de obra como el mercado objetivo esta área es bien conocida por ellos, por otro lado habrá mayor seguridad ya que se encontrara en una zona con guardiana privada que por lo general este tipo de lugares posee.

## 2. Estudio de Mercado

En la presente unidad se pretende diseñar e implementar una investigación de mercado que permita identificar las preferencias del consumidor objetivo, lo cual permitirá formarse una clara idea del eventual nivel de aceptación que tendrá el servicio en el mercado.

Identificadas las características básicas de los clientes potenciales, dentro de las cuales se encuentran los hábitos de compra; el estudio de mercado proveerá las herramientas necesarias y suficientes al momento de estimar la demanda, así como la participación de mercado del producto; ejes fundamentales al momento de construir el flujo de caja proyectado para evaluar la factibilidad económica del proyecto. Por otro lado los resultados que arroje este estudio permitirán delinear estrategias de comercialización para posicionar el servicio en la mente del consumidor [3].

La presente investigación está dirigida hacia mujeres del estrato social medio alto y alto, quienes cuentan con un flujo de ingresos significativos, tal que puedan recurrir a los servicios ofrecidos por la tienda de diseñadores independientes argentinos.

El tipo de investigación científica utilizada en la siguiente investigación es el método positivista basándose en que no se está alterando la realidad total del tipo de problema que se desea analizar, además

que la investigación es de tipo cualitativa debido a que se han recogido datos no cuantitativos en las encuestas realizadas para poder tener un profundo entendimiento del comportamiento humano, medir opiniones y conocer las razones de los diferentes aspectos del comportamiento del futuro comprador.

La población que se ha considerado para la realización del presente estudio de mercado se concentra en las mujeres de la clase media-alta y alta que habitan en la ciudad de Guayaquil, siendo esta ciudad una de las que cuenta con la mayor concentración de habitantes en el país.

En base al último censo realizado por el INEC en el año 2001, se determinó que la población de mujeres que habitan en la ciudad de Guayaquil en ese año fue de 1.040.598, tomado en cuenta la tasa de crecimiento anual de la población de mujeres en la ciudad es del 2,40%; se puede proyectar que el número de habitantes mujeres para el año 2009 es de 1'258.005,8. Según información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (I.N.E.C 2001), los individuos de estrato social medio-alto y alto se encuentran dentro del quintil más rico de la población, pues es el 20% más rico del país que concentra cerca del 45,9% del consumo nacional. Por tanto, la población objetivo será:

Año 2009	
Mujeres Guayaquil	1'258.005,8
20% más rico Mujeres Guayaquil	251.601,2

**Tabla 4.** Población Objetivo.

Gracias al análisis realizado en la encuesta se ha podido obtener datos para poder calcular la demanda anual del proyecto basándose en el método de segmentación multivariable del mercado [4].

Como dato base se tomó la población de mujeres que habitan en la ciudad de Guayaquil la cual es de 1'258,005.8 mujeres, se tomo el dato del análisis anteriormente realizado que la población de mujeres de la clase media-alta y alta de Guayaquil es de 251,601 mujeres.

Según los resultados obtenidos en la encuesta y mediante el análisis realizado con la ayuda del programa SPSS se ha encontrado que las variables lugares que compra su vestimenta y frecuencia de búsqueda de servicios prestados por un diseñador, son dependientes (95% de probabilidad), lo cual permite conocer cuales son las tiendas de ropa que más recorren las mujeres que buscan los servicios de un diseñador; teniendo mayor similitud al tipo de negocio del proyecto por sus costos y estilo de ropa la tienda de ropa MNG; además que este tipo de tienda tiene un

diseñador reconocido detrás de esta maca, es por este motivo que se ha tomado el porcentaje de frecuencia de compra (13,76%) de la tienda MNG.

Además se han relacionado las variable frecuencia de búsqueda de servicios de un diseñador y presupuesto para la compra anual de ropa, de lo cual se puede determinar que son dependientes (99,2 % de probabilidad) lo cual permite conocer que la frecuencia de búsqueda de un diseñador está relacionado con el presupuesto que poseen las mujeres para la compra anual de su ropa siendo "siempre" la frecuencia de búsqueda de servicios prestados por un diseñador del 13,76 %.

Mientras que analizando la frecuencia del nivel de ingresos de las mujeres encuestadas, se ha notado que el porcentaje de mujeres que según sus ingresos (600 en adelante) pertenecen a la clase media-alta y alta es del 77.4%; lo cual finalmente mediante el método de segmentación se pudo obtener como demanda anual 3,687 mujeres quienes son las que están dispuestas recurrir a los servicios de este negocio y tienen el presupuesto disponible.

En la siguiente tabla se detalla la estimación de la demanda anual del negocio:

DEMANDA	
POBLACIÓN DE CLASE MEDIA-ALTA Y ALTA DE GUAYAQUIL	251601
FRECUENCIA DE TIENDAS SIMILARES	13.76%
SIEMPRE BUSCAN SERVICIOS DE UN DISENADOR	13.76%
INGRESOS CLASE MEDIA-ALTA Y ALTA	77.40%
<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>3,687</b>

**Tabla 5.** Cantidad demanda.

Complementando a la información de la cantidad demandada, se concluye que el target del servicio brindado será las mujeres de entre 21 a 50 años de edad el cual es el rango que posee un presupuesto anual para la compra de ropa que las ubica entre la clase media-alta y alta, además se conoce que están dispuestas a recurrir a los servicios de la tienda de diseño debido a que tienen un gran porcentaje de aceptación por el producto y el poder adquisitivo para comprarlo, además que El negocio no cuenta con competencia directa debido a que los diseñadores de Guayaquil en su mayoría son independientes y se dedican a la confección de trajes elegantes y con precios elevados. Además que este tipo de diseñadores son más selectivos con sus clientes.

## 2.1 Precio

El precio de los servicios ofrecidos presenta una gran ventaja con respecto a los precios de la competencia porque a pesar de ser diseños exclusivos sus precios son más económicos que los precios que actualmente presentan los diseñadores locales de Guayaquil quienes normalmente tienen precios altos debido a que sus prendas de vestir son más elegantes y sofisticadas.

Según los estudios realizados en base a encuestas y a la competencia del producto se ha establecido que los precios varían de acuerdo al tipo de prenda de vestir confeccionada. Además se ha considerado establecer un precio medio de fácil accesibilidad para los consumidores y que refleje la alta calidad del producto basándose en la estrategia de precios del mercado.

El precio de los diseños confeccionados se encuentra basado en la estrategia de precios del mercado y varían de acuerdo al tipo de vestimenta que se confeccione. El precio de las prendas deportivas es de \$32.50 - 42.50, Casual de \$42.50-\$62.50, Semi-formal \$47.50-\$62.50, Formal \$47.50-\$67.50, De Gala \$210, y Cocktail \$150.

## 2.2 Promoción

Considerando que el servicio ofrecido es nuevo e innovador en el mercado se ha considerado necesario la implementación de los siguientes medios publicitarios:

### 2.2.1 Promociones en revistas locales

Anuncios publicitarios en revistas de circulación a nivel nacional entre las cuales se tiene la revista hogar, diners, vanidades, entre otras.

### 2.2.2. Página Web

Que presentará los principales aspectos de la tienda de diseño como los modelos y estilos de prendas de vestir confeccionados y sus precios, así mismo el cliente podrá realizar sus consultas a los diseñadores a través de la página.



**Grafico 2.** Portada de página Web.

### 2.2.3 Vallas Publicitarias

Se realizará anuncios usando este medio en las principales avenidas y calles más concurridas en la zona norte de la ciudad por los clientes potenciales especialmente.

### 2.2.4 Eventos

Participar en ferias, convenciones y eventos de la moda donde con mayor frecuencia asisten los clientes al cual está enfocado el producto, de esta manera se podrá promocionar los servicios ofrecidos. Estas participaciones se realizarán una vez la empresa tenga un nivel de reconocimiento por parte de sus clientes. Estas exposiciones pueden ser realizadas en el Centro de Convenciones Guayaquil: Gala Nacional de la Moda y el Guayaquil Fashion Week.

## 2.3 Análisis Foda

Por medio de este análisis se podrá determinar las ventajas competitivas de la empresa y su estrategia genérica que más le convenga emplear en función de las características propias y de las del mercado en que se mueve [5].

### 2.3.1 Fortalezas

Concepto diferente y exclusivo, costos más bajos que la competencia, hasta el momento no hay empresas que brinden este tipo de servicio, la alta calidad y el diseño de las prendas de vestir.

### 2.3.2 Oportunidad

Guayaquil es el punto clave para el comercio ecuatoriano, El progreso de la ciudad que ha dado fuentes de trabajo a los guayaquileños lo cual ha aumentado su riqueza y poder adquisitivo, Bajo nivel de competitividad en el sector textil.

### 2.3.3 Debilidades

Una sola sucursal, Bajas Barreras de entrada debido a que cualquier persona puede montar una empresa similar a esta debido a que el capital necesario para poder implementarla no es muy elevado, No confecciona productos complementarios (zapatos, carteras, binchas), Diseñadores no tienen prestigio localmente.

### 2.3.4 Amenazas

La grave crisis mundial que ocurre actualmente, problemas actuales que atraviesa el país en los sectores económicos, políticos y sociales, problemas en el sector textil como la baja productividad del trabajo, escasez de materia prima, aranceles y trabas a bienes de consumo[6].

### 3. Estudio Financiero

Una vez realizado el estudio técnico en el que se ha determinado la inversión en obra física, en equipos y maquinaria, así como el calendario de reemplazo de los activos fijos; es el momento de demostrar si el presente proyecto es económicamente factible. Para ello, se mostrará el comportamiento proyectado de variables como: El volumen de ventas de las prendas de vestir diseñadas, el coste de producción, los gastos administrativos, de publicidad y financieros; con esta información se descontarán los flujos de cada período usando una tasa de descuento (TMAR), para obtener la tasa de retorno del proyecto (TIR) y el valor actual neto (VAN) y de esa forma determinar la factibilidad económica del mismo.

Para el arranque y funcionamiento del proyecto se ha considerado una inversión inicial de 126,416.39 valor considerablemente alto, el cual requiere no solo del aporte del inversionista, sino también del aporte de las instituciones financieras, por tal motivo se ha utilizado el supuesto que los accionistas aportarán con el 50% del mismo, dado que dicho valor es considerado significativo.

Los costos de producción por lo general generan un ingreso en el futuro al ser transformados y vendidos como producto terminado [7]; dentro de estos costes se especifican los costes de materiales directos, coste de material indirecto, coste de mano de obra directa y los costes fijos de producción, los cuales varían de acuerdo al tipo de prenda de vestir confeccionada.

Se entiende por gasto al sacrificio económico para la adquisición de un bien o servicio, derivado de la operación normal de la organización, y que no se espera que pueda generar ingresos en el futuro [8]. Dentro de este componente del flujo de caja se encuentran: Los gastos de administrativos, de publicidad y financieros, los cuales ascienden a 47,670.20, 55,000 y de 5,530.72 dólares anuales respectivamente.

Para calcular el monto de dinero con el cual se debe de contar para afrontar los costos y gastos relacionados con la operatividad del proyecto, capital de trabajo, se aplicó el método del déficit acumulado [9]. Para ello, se estimaron los ingresos mensuales derivados de las ventas de las prendas de vestir diseñadas, donde las ventas registran un comportamiento estable, a excepción de los meses de enero y diciembre que por ser el primer y el último mes del año respectivamente presentan diferentes porcentajes.

Con la combinación de variables que contiene el flujo de caja y su proyección, se definió un VAN de \$13,244.26, y una TIR del 59% a una TMAR del 47.25% lo cual permite concluir que según estos datos estimado el proyecto es viable para implementar. Además que, La probabilidad de que la TIR sea mayor a la TMAR es del 84,64%, lo cual determina la factibilidad del proyecto pero sin embargo existen

variables como la Cantidad Demandada de Cocktail, el precio Cocktail, y Gala, que deberían ser analizadas y tener un seguimiento con el fin de controlar y corregir los distintos efectos que pudieran causar las variaciones de las mismas, asegurando el buen funcionamiento del proyecto.

En el análisis de sensibilidad se puede apreciar los valores que afectan de manera positiva y negativa al VAN y la TIR, por lo cual se han analizado las variables como el Precio, Costos Variables y Cantidad Demandada de cada tipo de prenda; se ha concluido lo siguiente:

Las variables que más afectan de manera positiva al VAN son la Demanda Cocktail en un 31,3%, Precio Cocktail en un 11,5%, Precio Casual en un 9,7%, Precio de Gala en un 7,8%; es decir que si se desea elevar el VAN en un gran porcentaje es necesario aumentar la demanda de los clientes que compran prendas de ropa tipo Cocktail el cual representa ser el factor que en mayor porcentaje influye en los resultados del VAN. Seguidamente se encuentran las otras variables que según el porcentaje de sensibilidad deberían ser tomadas en cuenta si se desea incrementar los valores del VAN.

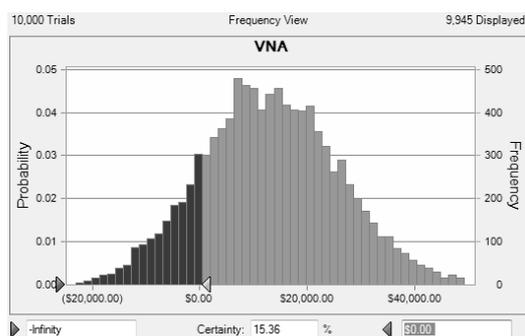


Figura 3. Sensibilidad VAN

Las variable que más afecta de manera negativa al VAN son los Costos Variables de los diseñadores en un 14,9%, lo cual representa un gran porcentaje de sensibilidad ante las demás variables analizadas, es decir que para aumentar el valor del VAN del flujo se deberá considerar reducir el costo en que se incurre en los diseñadores.

Por lo tanto, frente a varios escenarios, reflejados en 10,000 corridas en este análisis de sensibilidad, el proyecto es económicamente factible aunque la implementación del proyecto debería realizarse bajo un seguimiento estricto del comportamiento de estas variables, con el fin de controlar y corregir los distintos efectos que pudieran causar las variaciones de las mismas, asegurando el buen funcionamiento del proyecto.

## 6. Agradecimientos

Agradecemos a todas las personas que hicieron posible la realización de este trabajo, y que son su ayuda se completo satisfactoriamente.

## 7. Referencias

- [1] DIARIO EL UNIVERSO. Admita que la moda le encanta y si importa. Extraído el 15 de Enero de la página Web <http://archivo.eluniverso.com/2007/09/23/0001/1140/C1D346444DD14DB1968D5DB8277FD2FE2.aspx>.
- [2]TOUIZ.COM. Guayaquil perla del pacífico. Extraído el 5 de Enero de la página Web: [http://Www.Touriz.Com/Ecuador/Guayaquil\\_Ecuador.Htm](http://Www.Touriz.Com/Ecuador/Guayaquil_Ecuador.Htm).
- [3]INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. Extraído el 14 de Enero de 2009 de la Word Wide Web: [http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n\\_cualitativa](http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cualitativa).
- [4]MUÑIZ, R. [Marketing. Presente y Futuro. Marketing en el Siglo XXI. 2ª Edición](#). Extraído el 2 de Diciembre de la de la Word Wide Web: <http://www.marketing-xxi.com/marketing-mix-9.htm>.
- [5]FRIEND, G (2008). Como diseñar un plan de negocios. Análisis de la matriz FODA, pagina 99. Colección de Finanzas y Negocios. The Economist.
- [6]ANALISIS FODA. Extraído el 10 de Enero de la Word Wide Web: <http://www.monografias.com/trabajos17/factibilidad/factibilidad.shtml>.
- [7]FERGUSON (1978). Teoría Macroeconómica. Costos, capítulo 4, Itagraf S.A.
- [8]DICCIONARIO DE ECOMIA Y POLITICA. Definición de Gastos. Extraído el 28 de diciembre de 2008, de la Word Wide Web: <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/g/gastosp.htm>.
- [9]MAKAROVA, Z. Diccionario de Economía Política. Capital Circulante.

## 8. Conclusión y resultados.

Hablando del producto en general, se concluye que el estudio de la demanda demuestra una de las grandes ventajas para la importación de diseñadores independientes a la ciudad de Guayaquil, debido a que tiene una gran aceptación según el estudio de mercado un significativo 95% de las personas entrevistadas están dispuestas a cambiar sus tiendas por nuestros servicios.

En el medio no hay empresa con una propuesta similar a la planteada, que brinde tanto asesoramiento de imagen como exclusividad, por tanto esto permitirá

obtener una gran ventaja competitiva, dando paso a tener un buen posicionamiento y una buena proyección tanto comercial como financiera.

Para poder satisfacer nuestra demanda, según el estudio técnico, se deberá contratar 2 diseñadores, 2 patronistas y 2 operarias.

Los indicadores obtenidos mediante el análisis financieros son: el VAN de \$13,244.26, y una TIR del 59% a una TMAR del 47.25%, se puede concluir que según estos datos estimado el proyecto es viable para implementar.

La probabilidad de que la TIR sea mayor a la TMAR es del 84,64%, lo cual determina la factibilidad del proyecto pero sin embargo existen variables como la Cantidad Demandada de Cocktail, el precio Cocktail, y Gala, que deberían ser analizadas y tener un seguimiento con el fin de controlar y corregir los distintos efectos que pudieran causar las variaciones de las mismas, asegurando el buen funcionamiento del proyecto.

Los resultados obtenidos serian mucho más rentables, si no se encontrará el Ecuador con un riesgo país tan elevado.

El lugar de ubicación del proyecto es un factor principal considerando el target al que se enfoca el proyecto, por eso se considera que el mejor local es en el CC. La Piazza que se ubica vía Samborondón, para así tener más cercanía con los clientes a más de brindarles seguridad.

Como recomendaciones tenemos que al tratar de implementar una empresa nueva en el mercado con un concepto diferente, que en este caso sería la calidad de servicios de los diseñadores independientes argentinos, es necesario tener una buena relación con los clientes, hacer un proceso post-venta para poder ratificar la satisfacción del cliente, y así poder lograr la fidelidad a la marca, ya que en este como en todo proyecto son el pilar clave para el éxito requerido.

Se considera la contratación de diseñadores que ya tengan prestigio en el medio de los diseñadores independientes argentinos, para poder poner referencia sobre sus trabajos y así los clientes puedan confiar más rápidamente en la empresa.

La inversión en publicidad es muy importante en este tipo de negocios, se recomienda invertir considerablemente en diferentes medios, para así poder poseionar tanto el concepto de la empresa como el nombre de esta.