

## UNIVERSIDAD CASA GRANDE FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

## MODELO DE NEGOCIO "ECOTEXTIL":

# GERENCIA DE ESTUDIO PLAN DE MARKETING

Elaborado por:

MEJÍA SERRANO BRENDA ISABEL

Tutoría por: Maialen Fernández Serra

**GRADO** 

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador Agosto, 2022

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo Brenda Isabel Mejía Serrano, libre y voluntariamente lo siguiente:

- Que soy la autora del trabajo de titulación "Modelo de Negocio ECOTEXTIL:
   Gerencia, Estudio de Plan de Marketing", el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio "ECOTEXTIL"
- 2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
- 3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes:
  - Guaranda Giler Víctor Hugo.
  - Bianka Solange Caamaño Gavilánez.
  - Jadira del Rosario Bayas Uriarte.
  - Rudy Anabel Mera Casquete

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.

Brenda Isabel Mejía Serrano

0913517702

#### Declaro que

**Yo, Brenda Isabel Mejía Serrano** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **Modelo de Negocio ECOTEXTIL: Gerencia, Estudio de Plan de Marketing**", de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Brenda Isabel Mejía Serrano

0913517702

#### RESUMEN EJECUTIVO

En este trabajo se pretende informar sobre la situación alarmante que tiene la contaminación del medioambiente, debido a la utilización de Polyethylene Terephthalate, ampliamente conocido como PET, en la fabricación de distintos objetos como: envases y botellas de plástico reciclable, cierto tipo de textiles, películas fotográficas, artículos de iluminación, entre otros.

Además de presentar una alternativa sustentable que ayude a mitigar esta contaminación en el país, la idea es la constitución y puesta en marcha de la empresa "Eco Textil" la misma que se dedicaría a la elaboración y comercialización de telas de poliéster de PET reciclado por medio de la adquisición de hilo de PET de las empresas ENKADOR y DICTER S.A., las mismas que ofrecen productos como resina, tuberías, hilos, etc. elaborados con Polyethylene Terephthalate – PET, asegurándoles una segunda vida a estos materiales.

Para poder lograr lo que se menciona y comprobar la viabilidad económica de la idea, se realizó; inicialmente, un estudio de lo que opinan y sienten las personas sobre la contaminación por este material, y se pudo palpar claramente que a las personas les preocupa mucho la forma tan indiscriminada con la que las cifras de contaminación han crecido en el país, y que no haya suficientes herramientas ni políticas que realmente sancionen o corrijan formas de consumo de la población.

Por lo que en los estudios de Mercado y Plan de Marketing se pudo constatar que las personas muestran interés por la idea, con un 67% de aceptación promedio. Lamentablemente pocas de las personas conocían el efecto que tiene la fabricación y consumo de los tejidos no ecológicos. Y aún más importante es que hecho de que el 66% no sabe que el poliéster que consume para su negocio es un material muy contaminante. La industria textil es un mercado con una población de Con una población total de 2 millones 400 mil personas.

Seguidamente se desarrollaron los estudios Técnico y Legal de la idea de negocio, se describió a profundidad las características del producto, su versatilidad y múltiples usos que tiene dentro de la industria, también se especifica la ubicación y distribución que tendría la bodega. Se describió también aquellos elementos de la empresa que sería respaldados legalmente para asegurar que las actividades comerciales sean dentro de un marco apegado a la ley.

Dentro del estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial se presentó aquel talento humano requerido para la puesta en marcha de la empresa, también se describen sus principales tareas, el nivel de instrucción que deben de tener para desempeñar sus tareas, etc. También se plantean los planes de Responsabilidad Social Empresarial dirigido a dos de sus stakeholders, la dirección que tendrán y su propósito de contribuir con la sociedad y sus colaboradores.

Finalmente, la viabilidad económica se la analizó en el estudio Financiero y se alcanzó a generar una Tasa Interna de Retorno bastante alentadora; un 53%, con una inversión inicial de \$29.000, de los cuales los socios aportan con \$14.000 y los otros \$15.000 por medio de un préstamo bancario. Después de un análisis general de los estados financieros se llegó a la conclusión de que la idea supuso ser atractiva para los inversionistas.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Rudy Anabel Mera Casquete,

Víctor Hugo Guaranda Giler, Jadira Bayas Uriarte, Bianka Solange Caamaño Gavilánez y

Brenda Isabel Mejía Serrano, y explica el plan de negocios del proyecto denominado "Eco

Textil"; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que

complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que

esto implique plagio.

#### PALABRAS CLAVE

Tela ecológica, PET reciclado, Economía circular, E-commerce, Innovación textil.

#### **CONSIDERACIONES ÉTICAS**

Con el objetivo de mantener el respeto y proteger los datos de todas aquellas personas que fueron partícipes de la investigación, se brindó una explicación detallada de lo que se realizaría con sus aportes y de los fines que se persiguen con el desarrollo de este proceso investigativo.

Todo para garantizar que el grupo que interviene en la investigación actúa éticamente frente a los datos que se presentan a lo largo de las etapas presentadas. Además de que la forma que se realizó el proceso fue con pleno consentimiento informado para establecer la libertad de opinión y de autodeterminación de los sujetos.

Siendo responsables con la sociedad mediante una aproximación pertinente a solo aquella población de la que se necesitaba información.

#### ÍNDICE DE CONTENIDO

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	8
OBJETIVOS DEL PROYECTO	10
Objetivo General.	10
Objetivos Específicos.	10
DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	11
ESTUDIO PLAN DE MARKETING	11
Posición Estratégica	11
Estrategia Competitiva.	11
Diferenciales.	12
Posicionamiento.	13
Mix de Marketing	14
Producto.	14
Precio.	17
Plaza.	18
Promoción y Comunicación.	22
Nombre de la empresa.	22
Slogan y logotipo.	22
Plan de medios y presupuesto.	23
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30
Índice de imágenes	
<b>Ilustración 1.</b> Propuesta de valor – EcoTextil	15
<b>Ilustración 2.</b> Maquina telar - proceso de tejido	16
<b>Ilustración 3.</b> Beneficios del servicio post – venta	17
Ilustración 4. Fases por las que atraviesa el producto	21
Ilustración 5. Logotipo de la empresa	22
Índice de tablas	
<b>Tabla 1.</b> Presupuesto para publicidad – Redes Sociales	26

#### ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

La intención de este proyecto es dar a conocer una problemática generada en todo el mundo y que afecta a la sociedad en general. La contaminación por plástico ha provocado que se realicen estudios y leyes específicamente para poder combatirlo en Ecuador, por ejemplo, en el 2020 la Asamblea Nacional aprobó una ley para la regulación de los plásticos de un solo uso. Además, según los datos del INEC (2018), los ecuatorianos arrojaron 12.739,01 toneladas de basura diarias. Dentro de esto, el 11,43% era plástico, es decir un aproximado de 1.456,07 toneladas diarias solo de plástico. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2019)

El plástico al que se refiere este trabajo es el más utilizado; Polyethylene Terephthalate, también conocido como PET, el cual es un polímero plástico que se elabora mediante un proceso de polimeración de ácido tereftálico y monoetilenglicol. Este material se produce en diferentes formatos y es transformado por medio de distintos procesos de extrusión, inyección e incluso por termoformado.

De hecho, actualmente el material acrílico PET es considerado como uno de los termoplásticos más rígidos, resistentes y versátiles dentro del mercado, incluso es utilizado en la industria textil para la fabricación de diferentes telas. Los diferentes usos de la tela de PET reciclado en la industria de la moda se han convertido en una alternativa responsable a la que muchas marcas se han sumado, incluso, algunas han surgido con la premisa de reducir el impacto en el medio ambiente al ofrecer productos fabricados de manera sostenible.

En Ecuador: Las ventas del sector textil llegaron a USD 1.143 millones en 2021, según la Asociación de Industriales Textiles de Ecuador (AITE). Lo cual anima a la industria porque eso equivale a una recuperación de 26% frente a 2020, año golpeado por la pandemia. Y promete ser un mercado con un potencial bastante grande, el cual se pretende aprovechar.

Actualmente los consumidores son cada vez más críticos y exigentes. Las personas ya no compran solo por el precio o por el beneficio tangible de los productos, las empresas deben de añadir valor agregado y eso, es un camino de constante evolución. Por ello es preciso analizar quién es el cliente y enfocar el concepto del negocio no solo para lanzar un producto, sino teniendo en cuenta la necesidad real de sus consumidores. (LLYC - Llorente & Cuenca, 2022)

Este tipo de estudios y proyectos logran ser un aporte importante de la industria al cambio de la matriz productiva, el cual conduce a que la industria del reciclaje se convierta en una importante opción al momento de la fabricación de distintos artículos de consumo. Al mismo tiempo permite proteger el medio ambiente, ahorrar los recursos minerales y la energía. (Asencio, 2019)

Finalmente, y, comprendiendo un poco más lo que ocurre con estos desperdicios dentro del país, surge la idea de la creación de una empresa dedicada a contribuir y concientizar sobre la necesidad de reciclar desperdicios como las botellas PET; "EcoTextil", la misma que buscará alianzas estratégicas con proveedores que aprovechen este desperdicio y ayuden a fabricar una tela creada a partir de hilo de PET reciclado para su comercialización a empresas dedicadas al diseño de moda, elaboración de tapicería para muebles y/o de vehículos.

En este nuevo escenario presentado en una etapa jamás vivida, la población ha empezado a valorar aún más la preocupación y lo comprometidas que se encuentran las empresas en cuanto a su responsabilidad social. Han trasladado esa preocupación al momento de consumir productos y servicios, por lo que cada vez se vuelven más exigentes.

El conocimiento de esta nueva preferencia de los clientes hace que se desarrollen proyectos y negocios que transciendan de simplemente maximizar ganancias a comprometerse con su entorno y a apostar por ser más sostenibles.

#### **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

#### Objetivo General.

Implementar la empresa "EcoTextil", la misma que se dedicará a la comercialización de tela de poliéster reciclado, elaborada a partir de hilo fabricado de botellas de Polyethylene

Terephthalate – PET, aportando así a una economía circular.

#### Objetivos Específicos.

- Desarrollar la metodología para descubrir las necesidades reales de los clientes,
   considerando diferentes perspectivas que ayuden en sus negocios.
- Realizar un estudio definiendo la situación interna y externa a las que se enfrentaría la empresa dentro del mercado elegido.
- Definir estrategias acordes a la situación detectada, aumentando las posibilidades de éxito de introducción del producto y su concepto medio ambiental.
- Establecer campañas de marketing enfocadas a transmitir el concepto y la intención del producto.
- Determinar aquellas características y procesos que se van a necesitar para poder llevar a cabo la fabricación de la tela de poliéster reciclado.
- Elaborar un plan estratégico que ayude a establecer los parámetros para la contratación y
  descripción de cargos a requerir para la implementación del negocio. Plantear el programa
  de Responsabilidad Social Corporativa que avale el compromiso de la empresa con los
  grupos de interés.
- Realizar el estudio y análisis de datos financieros que pueda arrojar el ejercicio económico,
   verificando escenarios, rentabilidad generada, retorno, liquidez, etc.

### DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO ESTUDIO PLAN DE MARKETING

#### Posición Estratégica

La cadena de valor permite analizar la actividad comercial de la empresa con el objetivo de identificar fuentes de ventaja competitiva en las actividades que generan valor. Durante este análisis se establece un conjunto de funciones que pueden o no, añadir valor al producto ofrecido por la empresa y se intenta, en cada una de esas funciones, obtener la máxima rentabilidad posible, reduciendo todo lo que sea innecesario. Logrando de esta manera, desarrollar e integrar las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que la competencia. (Castro, 2017)

#### Estrategia Competitiva.

La estrategia competitiva de la empresa se determina por las distintas posibilidades que tiene para posicionarse en un mercado. Esta estrategia le permite ubicar su valor diferenciador y destacarlo ante la competencia. (Velazco, 2021)

En el caso de la empresa EcoTextil se basará en la búsqueda de herramientas que ayuden a aprovechar la tendencia del mercado y las nuevas exigencias del cliente hacia la responsabilidad con el medio ambiente. Además de un constante acercamiento al segmento de mercado escogido, el cual se encuentra en un nuevo plan de crecimiento e incentivo por parte de instituciones gubernamentales.

Sobre todo, después del reto que asumió la industria textil a raíz de la pandemia que provocó el coronavirus, en el 2020. En ciertos casos, las firmas de este sector incorporaron procesos y diseñaron nuevas prendas que se volvieron indispensables para mitigar el contagio o para permanecer en la casa. (Pacheco, 2021)

EcoTextil quiere aprovechar el hecho de que muchas empresas de la industria empezaron a confeccionar camisetas anti-bacterias 100% poliéster, el mismo tejido que recomiendan para la confección de mascarillas, pero, además, lleva unos tratamientos que impiden la proliferación de microbios.

Destacando propiedades del poliéster, el cual presenta cualidades muy versátiles para la fabricación de prendas. La marca Pinto, por ejemplo, que tiene 118 años de existencia, adaptó sus productos y sus canales de ventas después de la pandemia, y lanzó una línea completa de prendas de vestir 100% poliéster, ya que este tipo de material le brinda la posibilidad de hacerlo antifluido, anti bacterial, antiestático y resistente. (Pinto, 2021)

Desde el 2020, la industria de textiles, especialmente las exportaciones de hilo de acrílico, de poliéster y de polialgodón se elevaron 26,5%, en comparación con el 2019. Siendo Canadá, Estados Unidos, México, Chile y Colombia los mercados con más potencial para los productos textiles de Ecuador, según Javier Díaz, presidente ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles de Ecuador (AITE). (Coba, 2021)

#### Diferenciales.

Es indispensable lograr diferenciarse de entre la competencia para poder llegar a captar la atención del cliente, para esto, se debe de ofrecer productos que tengan valor y una idea que genere interés.

Actualmente la tendencia general se encuentra orientada a la búsqueda de la disminución de la huella ambiental que se está dejando, mediante la creación de empresas enfocadas al desarrollo de productos más amigables con el medio ambiente. Estas ideas deben de ser pensadas en modelos de negocios más sustentables, como hallar nuevas formas de reutilizar materiales.

Un ejemplo de ello es el que se plantea con la empresa EcoTextil, que, pensando en reutilizar un material sumamente perjudicial para el ambiente como el PET, piensa fabricar telas a partir de hilos de PET reciclado.

Está comprobado que, para la sociedad, un producto ecológico será sostenible cuando, además de tener un impacto ambiental menor al producto original (botellas PET), permita obtener un producto que le brinde una segunda oportunidad a su vida útil, contribuyendo a la economía circular.

Se deberá establecer una estrategia operativa en donde todos los colaboradores estén comprometidos con la empresa, sientan y promulguen su objetivo ecológico, cumpliendo con los objetivos comerciales y estratégicos planteados, por lo que es primordial el trabajo en equipo.

Contar con un precio competitivo en el mercado a pesar de ser un producto diferenciado.

Establecimiento de políticas pre y post venta como: asesorías, producción, entrega y garantía.

#### Posicionamiento.

Para obtener un posicionamiento dentro de la mente del cliente, es requisito fundamental hacer el uso de la estrategia de diferenciación planteada, lo que le va agregando valores distintivos frente a la competencia.

El posicionamiento de EcoTextil se destacará por medio de la **generación de valor**, correspondiente a su aporte en la economía circular del país. La calidad presentada que a pesar de ser un producto nuevo sea competitivo y muestre la misma resistencia a los de la competencia. Y, finalmente siempre destacando los beneficios que trae la utilización, consumo y adquisición de productos reciclados o que aportan a una reducción en la contaminación del medio ambiente. El objetivo es captar clientes, atraer su atención y, sobre todo, cautivarlos al largo plazo.

EcoTextil contará con una **estrategia digital** tanto inbound como outbound. El Inbound estará basado en contenidos enfocados en las redes sociales y tienda virtual como se ha mencionado, mientras que la estrategia de outbound promocionará el servicio por medio de acciones de marketing directos en la tienda física y por los asesores comerciales, como entrega de flyers, información boca a boca, etc.

#### Mix de Marketing

#### Producto.

La intención de "EcoTextil" es poder contribuir a la economía circular. A una economía mucho más responsable y consciente del daño que se suscita a partir de los residuos PET.

Según los datos del INEC, los ecuatorianos arrojaron 12.739,01 toneladas de basura diarias en el 2018. Dentro de esto, el 11,43% era plástico, es decir un aproximado de 1.456,07 toneladas diarias solo de plástico. Lo que representa una cifra bastante alarmante de 531.461 toneladas anuales de ese material. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2019)

Por lo que el negocio a implementar es la creación de la empresa "EcoTextil" que desea fabricar y comercializar telas hechas a base de hilo de PET reciclado, mediante una alianza estratégica con proveedores que se encargan de reciclar este material y convertirlo en hilo.

Inicialmente se plantea la idea de que sean llanas, es decir, de un solo tono para posteriormente poder darles diseño según la necesidad de los clientes. Esta idea surge a partir de la necesidad de encontrar una segunda oportunidad a este material por medio de Eco Innovación.

El Polyethylene Terephthalate, también conocido como PET, el cual muestra grandes niveles de versatilidad y capacidad de ser utilizado como tela poliéster.

El producto por ofrecer inicialmente será de poliéster y 2 mezclas bastante populares:

#### Tela 100% Poliéster

El poliéster es un polímero sintético proveniente del petróleo. Como resultado de su polimerización se obtienen las fibras con las cuales se pueden hacer prendas de vestir y otros artículos como bolsas, manteles, servilletas.

este material es muy utilizado en el mundo de la moda, ya que cuenta con múltiples beneficios como es su bajo costo, resistencia a la abrasión y decoloración, elasticidad y secado rápido.

Además de que no se deforma, se puede combinar con otros materiales, es liviano y tiene una mejor absorción de tintas por lo que es más sencillo estamparlas. (Arletex, 2022)

#### **Popelina**

Tela que se encuentra compuesta por un 90% de poliéster y un 10% algodón. Con esta se pueden crear un sin fin de prendas debido a que es una tela delgada, duradera, fresca, cómoda y de tacto rígido. (Textiles y Tejidos, 2020)

#### **Bramante**

Tela 50% poliéster 50% algodón, usualmente utilizada para la confección de sabanas, camisas y blusas. (Textiles y Tejidos, 2020)

Se tendrá alianzas comerciales con las empresas DICTER S.A. y ENKADOR ya que ellas realizan la transformación de las botellas PET y las convierten en hilo además de vender hilos de algodón necesarios para la fabricación de popelina y la tela bramante. La empresa "EcoTextil" adquirirá el hilo y lo convertirá en tela de poliéster reciclado por medio de un telar; una máquina que realiza el proceso de tejido.

\*\*El ancho del metro de tela ofrecido por EcoTextil es de 1,90 metros.

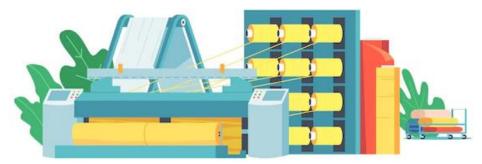


Ilustración 2. Maquina telar - proceso de tejido

Fuente: Freepik

EcoTextil mantendrá un activo servicio post venta porque este se considera una parte importante del recorrido del cliente. Una vez que el cliente ha salido de la tienda o ha validado el pedido por la tienda virtual, como empresa responsable, se brindará un adecuado seguimiento de su satisfacción.

Una de las formas en las que EcoTextil les dará seguimiento a sus clientes, será por medio de los asesores comerciales destinados a hablar con ellos, recoger sus observaciones, transmitirlas de una manera en la que se puedan analizar y posteriormente valorar la facilidad de implementarlas.

Esta estrategia post venta permite identificar cómo le fue al cliente con el producto, qué problemas tuvo, qué beneficios encontró y qué debería mejorarse. Este proceso es fundamental para estrechar relaciones con los clientes y lograr su fidelización.



*Ilustración 2.* Beneficios del servicio post – venta **Fuente:** Centro de Investigación de Mercados

#### Precio.

#### Diseño de la estrategia de precio

Para fijar los precios, "EcoTextil" pondrá en consideración valores referenciales de la industria, los productos se caracterizan por diferenciarse unos a otros, lo que hace que cada ofertante pueda influir en el precio de su producto.

Debido a esto es de suma importancia destacar las características de diferenciación y el valor agregado que se le da al cliente, esto incide notablemente a la hora de fijar un monto específico para su producto.

Los precios se estimaron tomando en consideración factores como los precios referenciales del mercado, los costos de producción en los que se incurren, los costos por las ventas y los beneficios y rentabilidad esperada por los socios.

Es muy importante fijar adecuadamente el precio del producto a ofrecer ya que es un referencial muy determinante para la toma de decisiones por los clientes. Una mala decisión en su colocación puede determinar el fracaso de la empresa.

Es el momento para que el sector textil comprenda que son tiempos en donde es necesario cambiar la forma de fijar los precios y se concentre también en el valor agregado que se le está ofreciendo al mercado, dado que los costos para el fabricante no son de relevancia para los compradores, en cambio los atributos funcionales, emocionales y relacionales de los textiles sí lo son. De ahí la importancia de identificar qué necesita el cliente para entregar valor mediante y brindarles soluciones que permitan capturar el mayor valor posible a través de un precio. (Roegner, 2019)

#### Plaza.

#### Proceso de compra del producto.

- Se adquieren los hilos de PET reciclado y de algodón desde las empresas con las que se tienen alianzas: DICTER S.A. y ENKADOR.
- Se transportan a la empresa EcoTextil en donde son tejidos de acuerdo con la tela que se desea fabricar: 100% poliéster, popelina (90% poliéster - 10% algodón) y bramante (50% algodón – 50% poliéster).
- 3. Se realizan las entregas acordes a las solicitudes de los clientes por medio de la tienda virtual, por órdenes de compra recogidas por los asesores comerciales, o de clientes que adquieren en el local.

#### Diseño del canal

Con el diseño del canal de distribución directo la empresa buscará encontrar una ventaja competitiva con la finalidad de tener un acercamiento con los clientes.

La venta se la realizará por medio de tres vías:

Para poder llevar a cabo la venta de los productos textiles, se contará con tres vías de comercialización. La primera es por medio de asesores comerciales, los que se encargarán de

buscar y ampliar la cartera de clientes, los mismos que recogerán los pedidos y los ingresarán en la plataforma contratada llamada Shopify. Estos pedidos generarán órdenes de compra en el área de producción y se procederá con la fabricación y posterior entrega.



Elaborado por: EcoTextil

La segunda forma de comercialización será desde la tienda virtual contratada Shopify en donde se tendrán todos los productos, con colores disponibles y descripción de cada uno de ellos. La plataforma mostrará la descripción de la empresa, su intención de aportar con el medio ambiente y reducir la contaminación por botellas PET. Una vez que el cliente escoja aquellos productos que son de su interés, podrá separarlos y pagarlos en línea por medio de tarjeta de crédito. Realizado esto, la plataforma verificará el stock y generará la orden de compra en el área de producción, procediendo con su fabricación y posterior entrega.



Elaborado por: EcoTextil

Y, finalmente se tendrá una tercera forma de comercialización; un local físico, tipo outlet, en donde se comercializará la tela que se encuentre únicamente en stock, que no se ha logrado

vender o que fue devuelta por algún error de producción. El cliente podrá ingresar al local, solicitar la cantidad de metros deseados y adquirirlo directamente.



Elaborado por: EcoTextil

Se estima que diariamente se podrán producir 56 metros de tela, de ser necesario se podrán trabajar horas extras, siempre con la intención de completar pedidos y satisfacer al cliente. A continuación, se presenta un esquema general del proceso que tiene la fabricación del producto:

#### Fases por las que atraviesa el producto

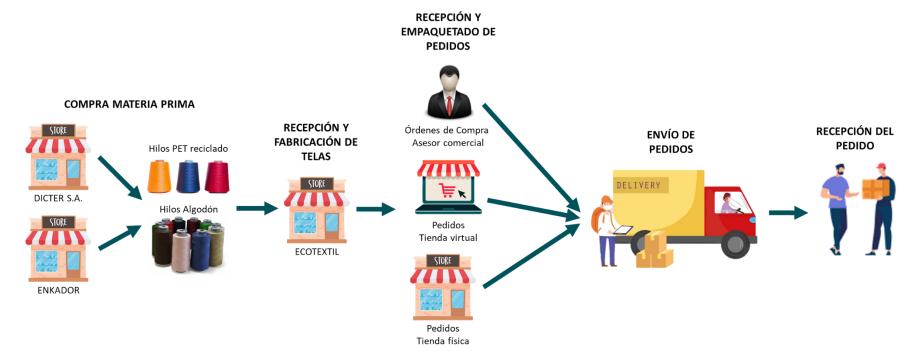


Ilustración 3. Fases por las que atraviesa el producto

Elaborado por: EcoTextil

#### Promoción y Comunicación.

La promoción es uno de los componentes más relevantes del Marketing Mix, ya que puede impulsar el reconocimiento de la marca y las ventas, sobre todo de aquellas empresas que están ingresando al mercado. Aprovechado herramientas digitales con eficacia, la promoción tiene el potencial para ser uno de los activos más valiosos de la empresa. (Peralta, 2019)

#### Nombre de la empresa.

El nombre escogido para la empresa es EcoTextil, el cual denota el concepto que se desea transmitir:

"Una empresa que comercializa textiles ecológicos"

#### Slogan y logotipo.



Ilustración 5. Logotipo de la empresa

Elaborado por: EcoTextil

La importancia del logotipo en la empresa se destaca porque esta es la primera presentación de la empresa ante los posibles compradores. Por lo que, si se diseña bien, es posible que la empresa y los productos que se ofrecen sean fácilmente identificables.

Inicialmente se escoge un logo sencillo, fácilmente reconocible y que transmite el concepto de la empresa. Se espera que con él se despierte el interés del cliente y le dé ganas de descubrir aún más sobre lo que hace la empresa y su intención ecológica.

#### Plan de medios y presupuesto.

La comunicación se realizará por medio de redes sociales como: Facebook, TikTok e Instagram ya que el cliente objetivo de EcoTextil suele dar a conocer sus servicios y productos por estos medios.

Es necesario mantener canales de comunicación abiertos y presentes en la actividad comercial de los clientes objetivos.

EcoTextil tendrá como parte de su **estrategia de marketing** las siguientes actividades:

Se pretende darse a conocer por medio de ferias de emprendimiento y exposiciones en ciertos eventos impulsados por municipios y gobierno locales, entre ellos se encuentran:

Feria por el Día del Artesano Ecuatoriano, el cual es organizado por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior y Pesca (MPCEIP) en coordinación con la Presidencia de la República y la cartera de Inclusión Económica y Social (MIES).

La Feria "Hecho a Mano" que surgió como una propuesta de espacios incluyentes e interactivos, a través de los cuales se logra promover el trabajo integral de productores y organizaciones que basados en políticas de economía social generan prácticas de intercambio y comercio justo, así como de promoción al consumo responsable.

Feria "Guayaquil Emprende", organizado por el Centro de Emprendimiento de Guayaquil de manera anual, con el cual se tendrá una asociación para poder darse a conocer en sus redes sociales también y participar en sus eventos. Esta es una organización que impulsa y conecta emprendimientos dentro de Guayaquil. Esta se suele realizar en Durán y Guayaquil.



Fuente: Facebook, cuenta del Centro de Emprendimiento Guayaquil.

En esta organización los emprendedores tienen la posibilidad de participar gratuitamente en capacitaciones y actualización de información donde se podrá conocer los beneficios del registro de empresas, artesanos y emprendedores.



Fuente: Facebook, cuenta del Centro de Emprendimiento Guayaquil.

Se tendrá presencia también en el "Mercadito Guayaco" que celebra ferias constantemente, permitiendo que nuevos emprendedores se sumen al proyecto y se den a conocer.

Además de que estas organizaciones también exponen a los emprendedores en sus cuentas de Instagram, Facebook y Twitter, haciendo que la exposición de la empresa, su concepto y productos tengan una mayor cobertura dentro de la industria.

Hoy cuando se ingresa a Instagram o cualquier otra red social es imposible no encontrarse con más de una publicación en la que alguien está promocionando un producto de alguna marca -así sea directa o indirectamente.

A continuación, se presentan algunas cifras:

- Las empresas ganan en promedio \$5.20 por cada \$1 invertido en marketing de influencers.
- El 63% de los especialistas en marketing se propuso aumentar su presupuesto en influencers para este año.
- El 67% de los profesionales de la comunicación y el marketing trabajan con influencers para promover contenido. (Geyser, 2022)

Estas estrategias serán utilizadas con la intención de que las personas y futuros clientes conozcan la marca y que se puedan identificar con su concepto. Gracias a su popularidad, actualmente existen muchos emprendedores que también son Influencers, y muchos de ellos prefieren utilizar materiales reciclados, materias primas ecológicas o aquellas que no perjudiquen al planeta y es precisamente esto, lo que los distingue y hace que tengan muchos más seguidores que otros, en sus cuentas, generando valor no solo a su marca si no a las empresas que se encuentran detrás de su materia prima.



Fuente: El Comercio

Paola Argoti, "una influencer con conciencia", en sus redes sociales, trata de socializar una moda más ecológica y low-waste.

#### Presupuesto

**Tabla 1.** Presupuesto para publicidad – Redes Sociales

Medio	#Reacciones o Impresiones estimadas mensuales	Costo unitario aprox.	Costo Mensual aprox.	Costo Anual aprox.
Facebook	370	Impresiones: \$ 0,25 Clicks de enlace: \$0,12	\$ 136,90	\$ 1.642,80
Instagram	250	Impresiones: \$ 0,72	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Influencers	Contratación durante 3 meses: 1er mes: 1 video 2do mes: 1 historia 3er mes: 1 foto	\$500 x foto \$200 x historia \$850 x video Influencer de Alta calidad	\$ 516,67	\$ 1.550,00
TikTok*	800	\$ -	\$ -	\$ -

Fuentes: Influencer Marketing Hub, Pencil Speech

Elaborado por: EcoTextil

\*En cuanto a la red social TikTok; como la interacción que se desea es local, se limitará a la creación de un usuario, se subirán videos para generar interés en las personas y se dé a conocer el concepto de la empresa y su ideal ecológico, lo cual no amerita un pago por esa cuenta.

\*\*Se contrataría a un Macro Influencer el cual tiene entre 50.000 y 500.000 seguidores.

#### Control y evaluación de resultados

Para tener un adecuado control del impacto real del marketing digital en las ventas de la empresa es necesario que la campaña se sustente, antes que, en cualquier otra cosa, en identificar correctamente cuál es la oportunidad de mercado, sus interés y necesidades.

Una vez que has recabada y procesada esta información se las evalúa de forma **Cuantitativa** que comprenden: Hábitos de compra y Relevancia que tiene el precio en su decisión y cualitativa: Opinión del cliente sobre la empresa y sus productos, la forma en la que reconocen la empresa (logo, slogan, calidad, etc.) y las razones del porqué siguen comprando.

Esto se evalúa por el tiempo que dure cada una de las campañas y se define por etapas. La que se utilizará inicialmente EcoTextil será: dar a conocer el producto, posicionarlo y luego lanzar promociones.

Por lo tanto, la estrategia para EcoTextil será principalmente, por medio de publicidad focalizada destacando principalmente, las características ecológicas del producto. Además de que se tendrá un seguimiento constante de los costos, para que sean los adecuados y poder ofrecer un precio llamativo y acorde al producto ofrecido de constante innovación y estándares de calidad.

En el sector comercial la diferenciación juega un papel muy importante a la hora de que los usuarios decidan adquirir un producto entre otros en el mercado. La combinación de las estrategias promocionales y la forma en que se realiza la promoción dependerá de tu presupuesto, del mensaje que deseas comunicar y del mercado objetivo que ya has definido en los pasos anteriores.

#### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber desarrollado el estudio de Plan de Marketing del modelo de negocio "EcoTextil" se llegan a las siguientes conclusiones:

- La realización del estudio de Plan de Marketing fue un punto bastante importante y de utilidad para la empresa "EcoTextil", ya que de esta manera se pudieron establecer aquellas características que la hacen generar un valor dentro de la industria, sobre todo después de la emergencia sanitaria provocada por el COVID-19.
- La empresa tiene la posibilidad de contar con herramientas que la ayudan a aprovechar las tendencias actuales del mercado, por ejemplo, el e-commerce hace que se llegue a alcanzar y contribuir en la economía circular.
- El análisis de la forma en la que la empresa va a darse a conocer (promoción), resultó muy importante, sobre todo porque la industria artesana, específicamente la textil, está compuesta por una competencia muy fuerte, que tiene muchos años de experiencia en el mercado, sin embargo, no cuentan con un producto de iguales características.
- La propuesta de la empresa para su introducción al mercado está centrada en dar a
  conocer las características, las ventajas, beneficios que ofrece el producto dentro de la
  sociedad y el medio ambiente. Esto, basado en la investigación del mercado, de las
  necesidades y tendencias de los consumidores potenciales.
- Los medios de comunicación escogidos fueron seleccionados una vez que se conoció el
  perfil y tendencias del público objetivo. La razón principal es que actualmente la
  población objetivo de EcoTextil está en constante comunicación y destacan sus productos
  o gustos por medios digitales como redes sociales, tiendas virtuales, etc.

Adicionalmente, se propone las siguientes **recomendaciones**:

- Se recomienda utilizar los canales de distribución propuestos ya que son las maneras en las que los usuarios normalmente se sienten con más comodidad para adquirir sus productos. Además de que la empresa tendría retroalimentaciones constantes de los productos y del servicio en general por parte de los clientes.
- Gracias al estudio realizado, fue posible estimar el precio de comercialización, el cual se lo recomienda utilizar para poder garantizar un ingreso al mercado y ser competitivos frente a los demás productos ofrecidos de similares características.
- Se recomienda mantener un seguimiento periódico a los clientes, tomar en consideración sus sugerencias y observaciones, puesto que es un producto nuevo y que se intenta que reemplace a otro que ha sido ofrecido en el mercado durante muchos años.
- Darles seguimiento a las campañas de publicidad, comunicación y promoción realizadas en las diferentes redes sociales, revisando y analizando resultados obtenidos para así, optimizar eficientemente los recursos económicos.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arletex. (2020). Obtenido de BRAMANTE: Características y Otras Curiosidades: https://arletex.mx/blog/bramante
- Arletex. (2022). Obtenido de Tela Poliéster: https://arletex.mx/telas/tela-poliester
- Asencio, I. (8 de octubre de 2019). *Análisis de las técnicasactuales y propuestas de futuro*. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/993/99364322011/html/
- Castro, E. (18 de enero de 2017). *Banco Bilbao Vizcaya Argentaria*. Obtenido de La importancia de la estrategia competitiva en la empresa: https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/estrategia-competitiva.html
- Coba, G. (10 de marzo de 2021). *Primicias*. Obtenido de El sector textil ecuatoriano ve crecimiento en cinco mercados: https://www.primicias.ec/noticias/economia/textil-ecuador-oportunidades-crecimiento-mercados-ecuador/
- Geyser, W. (20 de enero de 2022). *Influencer MarketingHub*. Obtenido de 80 Estadísticas del Marketing de Influencers para el 2022: https://influencermarketinghub.com/es/estadisticas-de-marketing-de-influencers/
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (noviembre de 2019). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Información Ambiental en Hogares:
  https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\_Ambientales/Hogares/Hogares%202019/MOD\_AMB\_HOGAR\_ESPND\_2019\_11.pdf
- Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos. (27 de agosto de 2021).
- LLYC Llorente & Cuenca. (28 de febrero de 2022). *Expansion.mx*. Obtenido de Los consumidores buscan marcas más comprometidas: https://expansion.mx/mercadotecnia/2022/02/28/consumidores-marcas-responsables
- Pacheco, M. (5 de enero de 2021). *El Comercio*. Obtenido de Textileras de Ecuador se enfocan en producir prendas básicas y con tecnología: https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/textileras-ecuador-produccion-prendas-tecnologia.html
- Peralta, E. O. (2019). *Genwords*. Obtenido de Marketing Mix: Qué es y Cómo Aplicarlo: https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix#:~:text=El%20marketing%20mix%20se%20refiere,promoci%C3%B3n%20y%20lu gar%20o%20plaza.
- Pinto. (2021). *Catálogo Ropa Sanitaria*. Obtenido de https://www.pinto.com.ec/media/PDFs/Catalogo-Antifluido.pdf

- Roegner. (2019). *McKinsey & Company*. Obtenido de The power of pricing: https://prisier.com/estrategia-de-precios-para-el-sector-textil/
- Textiles y Tejidos. (19 de marzo de 2020). Obtenido de ¿Cuántos tipos de tela poliéster existen?: https://www.textiles-tejidos.net/telas/tipos-de-tela-poliester/
- Velazco, J. (05 de noviembre de 2021). *Universidad Tecnológico del Perú*. Obtenido de Estrategias competitivas: ¿cómo funcionan y cómo se adaptan a los tiempos de cambio?: https://www.postgradoutp.edu.pe/blog/a/estrategias-competitivas-como-funcionan-y-como-se-adaptan-a-los-tiempos-de-cambio/#:~:text=Las%20estrategias%20competitivas%20son%20las,terreno%20frente%20a%20la%20competencia.