



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO

“CURVY ONLINE”:

PLAN ADMINISTRATIVO

Elaborado por:

BARRE ROMERO TATIANA MATILDE

Tutoría por: Mgtr. Katia San Martín S.

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Septiembre, 2022

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Tatiana Matilde Barre Romero** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación "**Modelo de Negocio CURVY ONLINE: Gerencia de Plan Administrativo**", el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio "**CURVY ONLINE**".
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:

- **ABIGAIL EUNICE FARIÑO LÁNIZ**
- **JAZMÍN DEL ROCIO MORLA MORA**
- **NINOSKA JULIETH NARVÁEZ GARCÍA**
- **CYNTHIA CAROLINA VILLAMAR SALAS**

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.



Tatiana Matilde Barre Romero

C.I 0929753705

Declaro que:

Yo, Tatiana Matilde Barre Romero en calidad de autor y titular del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio CURVY ONLINE: Gerencia Plan Administrativo**” 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.



Tatiana Matilde Barre Romero

C.I 0929753705

2. Resumen Ejecutivo

El presente trabajo presenta el plan de negocio para la empresa denominada CURVY ONLINE que se dedicará a confeccionar y comercializar ropa de talla PLUS para mujeres situadas en la ciudad de Guayaquil, ofreciéndoles la oportunidad de escoger a medida, a través de la página web que ofrece un avatar en 3D que permitirá acercar a la consumidora a una experiencia de compra más asertiva. Este plan se focaliza en la venta de prendas acorde a diseños actuales y la venta 100% online.

Partimos de la aplicación de la metodología de Design Thinking, herramienta que busca resolver problemas de manera innovadora y creativa mediante la comprensión del cliente, a quien se ubica en el centro del proceso. El diseño parte de una investigación de mercado mediante la aplicación de encuestas anónimas a través de la plataforma Google Forms a mujeres en la ciudad de Guayaquil, la cual dio como resultado el 70 % de las mujeres encuestadas tenía dificultades para conseguir prendas de vestir talla Plus. En el plan de marketing se presentan las estrategias para lograr las ventas proyectadas junto con el plan operaciones que resume el proceso técnico y los procesos organizativos para el funcionamiento del negocio destacando el énfasis en la personalización de sus prendas gracias a la novedad que genera el avatar del usuario. La evaluación financiera arroja como resultado que no se requiere una alta inversión de activos fijos y proyecta un flujo de utilidades a partir del tercer año.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Tatiana Barre Romero, Abigail Fariño Lániz, Jazmín Morla Mora, Ninoska Narváez García y Carolina Villamar Salas, por tal razón los contenidos del trabajo general pudieran repetirse en otros documentos sin que esto implique plagio.

3. Palabras Claves

Moda, ropa talla plus, obesidad, avatar, venta online.

4. Consideraciones Éticas

La presente investigación, respecto a consideraciones en aspectos éticos, salvaguarda la propiedad intelectual con la que se realiza la propuesta con la propiedad intelectual de los autores, tomando como base una necesidad que en simple vista debe ser solventada y donde las citas expuestas en este documento mencionan el desarrollo del trabajo precisando la bibliografía al final e indicando las referencias donde fueron tomadas.

Esta información recabada ha cumplido con los estándares éticos internacionales, se informó a cada una de las personas que intervinieron en las encuestas, sobre el propósito del estudio para el MODELO DE NEGOCIO "CURVY ONLINE" y la aplicación y difusión de las ideas e información obtenida. Se explicó también que su anonimato estará garantizado pues no se publicarán nombres ni datos que puedan afectar a los participantes del estudio y solo se publicarán los resultados obtenidos para fines exclusivos del desarrollo del presente modelo de negocio.

La redacción, investigación y componentes analizados en este proyecto son en forma correcta y apropiadas realizadas por los autores en cuestión, manejando los principios impartidos en clase para el cumplimiento de cada etapa del proyecto.

5. Índice de Contenido

1. CARATULA	1
2. Resumen Ejecutivo	4
3. Palabras Claves	4
4. Consideraciones Éticas	5
5. Índice de Contenido	6
Índice de figuras	7
6. Antecedentes y Justificación	8
6.1. Formulación del Problema	11
7. Objetivo general y específicos del proyecto modelo de negocios	11
7.1 Objetivo General	11
7.2 Objetivos Específicos	11
8. Descripción del Modelo de Negocio	12
9. Plan Administrativo	12
9.1. Objetivo General del Plan Administrativo	12
9.2. Objetivos Específicos del Plan Administrativo	12
9.3 Descripción de la empresa	13
9.3.1 Misión	13
9.3.2 Visión	13
9.3.3 Valores Corporativos	13
9.4 Organigrama de la Empresa	15
Figura 1	16
9.4.1 Descripción de cargos	16

	7
9.4.2 Política Salarial	22
9.5 Indicadores Claves de Gestión (KPI's)	22
9.5.1 Fijación de principales KPI's del negocio.	23
9.6 Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial	24
9.6.1 Estrategia	24
9.6.2 Proyectos	24
10. Conclusiones Y Recomendaciones	26
11. REFERENCIAS	28

Índice de figuras

Figura 1. Organigrama de la empresa	16
-------------------------------------	----

6. Antecedentes y Justificación

La moda tiene un interesante poder de atracción para las personas, específicamente para las damas, maneja una segura intriga y crea afición. En un sentido conocido, la moda es un periodo de tiempo utilizado para reflejar los cambios dentro de la forma incluso en la ropa, en relación con la moda en frases de ropa de marca, define las tendencias de masas y los géneros que la gente adopta o abandona.

La Organización Mundial de la Salud OMS (OMS, 2022) define a la obesidad como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede afectar la salud. Esta acumulación ocurre cuando la ingesta de calorías excede el gasto de calorías. La obesidad mundial se ha duplicado desde 1980. En 2014, había 641 millones de personas obesas en el mundo, de las cuales 375 millones eran mujeres. Estas estadísticas muestran que la gran variedad de seres humanos con sobrepeso está creciendo de manera alarmante, con un aumento inevitable de las enfermedades asociadas a los problemas de peso que incluyen: la diabetes, la tensión arterial excesiva, la enfermedad cardiovascular, y otras enfermedades (Carcado, Menoscal, & Toala, 2017).

De acuerdo a la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición-ENSANUT-ECU2012-2014 (Ministerio de Salud, 2014), la prevalencia de sobrepeso y obesidad ($IMC \geq 25 \text{ kg/m}^2$) en Ecuador es 62.8%; la prevalencia combinada de sobrepeso y obesidad es 5.5 pp mayor en las mujeres (65.5%) que en los hombres (60.0%).

Las personas que sufren problemas de obesidad, a la hora de escoger sus prendas de vestir, deben elegir lo que se conoce en el ámbito de confección y comercialización de prendas como "tallas PLUS". PLUS-SIZE es una terminología que se la aplica a las personas que tienen o poseen una talla media a grande, y no necesariamente debe ser por sobrepeso u obesidad (Medina, 2018). Se consideran como talla PLUS a un sinónimo de tallas grandes, superiores a las tallas S y M.

La elaboración de ropa en tallas plus en nuestro país tiene sus dificultades, pero también su espacio comercial no explorado. Lasso Guamán (Lasso Guamán, 2019), en su estudio sobre tallaje en mujeres talla plus, sostiene que en el Ecuador "son pocas las

marcas que se han dedicado a la elaboración de prendas para mujeres tallas plus, debido a que existe una escasa iniciativa en la elaboración de dichas tallas dado que la mayoría de marcas de vestimenta elaboran tallas estándares denominadas como: S, M, L” (...) notando claramente que existe una moda idealizada siendo así por la facilidad de la industria al producirlas o comodidad del patronista al trabajar con tallajes estándares conocidos como tallas comerciales”.

¿Cómo influye el confort en el usuario de vestimenta de tallas PLUS? Lo que podría parecer una simple categoría, implica un debate social importantísimo que, afortunadamente, está teniendo lugar en la actualidad. En un estudio de la universidad de Madrid el autor Torres Leila (2018) en su proyecto de investigación menciona que “en la industria publicitaria que es un culto a la delgadez, existe un movimiento de protesta en el que las marcas se posicionan seleccionando modelos cuyos cuerpos están más en forma de lo habitual en las campañas publicitarias”; aunque los modelos de talla grande ya no existen en este entorno, hoy en día las chicas de talla grande están posando como modas de pasarela y aquellos están tratando de revelar a la sociedad que el esplendor no es siempre un aspecto y que la longitud tiene la capacidad de tener un área dentro del mundo de favor, como resultado tratando de mostrar. Que no hay suficiente cuerpo dentro de la empresa.

En el artículo publicado por la revista electrónica Región y Sociedad, el autor Cruz Sánchez y otros, (2013), destaca que las mujeres con algún padecimiento (sobrepeso u obesidad) sí les gustaría usar la marca o gama de ropa. Como los problemas de obesidad y de peso traspasan el concepto biomédico y acaban siendo un problema social y de género, se propone un método social para reconocer sus raíces sociales y su estilo de vida, que incluye un carácter colectivo más que personal.

En el proyecto de investigación de la Universidad de Guayaquil, Jefferson Burgos (2019) en el informe sobre su “Plan de negocio para la comercialización de ropa para mujeres con talla PLUS en la Ciudad de Guayaquil” menciona que el proyecto de comercialización de ropa talla PLUS surge por la alta demanda que existe en el mercado ecuatoriano en mujeres talla PLUS que suelen tener inconveniente a la hora de vestir, pues

no logran encontrar fácilmente prendas de vestir que le quede perfecta o se le ajuste a su medida, teniendo graves problemas como desilusiones y baja autoestima.

A la vez, otra investigación realizada por Bernal (2015) en su proyecto de grado titulado “Plan de negocios para introducir una nueva línea de ropa para mujeres con sobrepeso y obesidad de la empresa “Confecciones Inés” en la ciudad de Guayaquil a partir del año 2016.”, llega a la conclusión de que la creación de una nueva línea de ropa para mujeres con sobrepeso y obesidad representa una gran oportunidad de ingresar en el mercado y lograr una rápida expansión, puesto que los clientes, a quienes se dirige la empresa, no encuentran un producto de este tipo, talla PLUS, que les luzca a su medida.

Pese a la existencia de sitios web y locales comerciales que ofrecen ropa para mujeres talla PLUS en Guayaquil, no encontramos cifras concretas sobre su comercialización en Ecuador. Sin embargo, nos parece relevante señalar las cifras recogidas por Carmen Mañana para el diario online El País:

En el año 2017, en Estados Unidos las ventas de prendas de la talla 44 (83 centímetros) en adelante “ascendieron a 17.250 millones de euros; lo que representa un 17% más que en 2013; un crecimiento dos veces mayor que el segmento de textiles globales, tal y como recoge un estudio de la asesoría NDP Group. Según un informe de la agencia Conlumino, en Reino Unido donde los compradores de tallas grandes representan casi un cuarto del total el mercado XL crecerá un 24% durante los próximos años hasta alcanzar los 8.745 millones de euros.”

6.1. Formulación del Problema

La industria oferta mayoritariamente prendas para modelos convencionales, hay pocos lugares o almacenes especializados solo en tallas PLUS, comprendiéndose que estas tallas son superiores a S y M. Es un desafío para las mujeres talla PLUS, encontrar prendas que sigan las tendencias y comodidad que buscan. Es evidente la necesidad de satisfacer la fabricación y comercialización de prendas para mujeres talla plus que las haga verse y sentirse hermosas.

7. Objetivo general y específicos del proyecto modelo de negocios

7.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la elaboración de prendas de vestir para mujeres de talla Plus y su comercialización a través de una página web que permitirá, por medio de un avatar en 3D, acercar al consumidor a una experiencia de compra más asertiva.

7.2 Objetivos Específicos

1. Identificar los gustos y preferencias de nuestros clientes potenciales, la población que usa tallas de ropa superior a L y XL, mediante el desarrollo de un estudio de mercado para la elaboración del plan de marketing.
2. Determinar la viabilidad técnica del proyecto orientado a la creación y comercialización de ropa talla plus para población femenina a través de página web.
3. Determinar la viabilidad financiera del proyecto orientado a la creación y comercialización de ropa talla plus para población femenina a través de página web, mediante el análisis financiero correspondiente.
4. Delimitar la planificación administrativa y de responsabilidad social del proyecto orientado a la creación y comercialización de ropa tallas plus para población femenina a través de página web.

8. Descripción del Modelo de Negocio

La empresa denominada CURVY ONLINE se dedicará a confeccionar y comercializar ropa de talla plus para mujeres situadas en la ciudad de Guayaquil, ofreciéndoles la oportunidad de escoger a medida, a través de la página web que ofrece un avatar en 3D que permitirá acercar a la consumidora a una experiencia de compra más asertiva. Este plan se focaliza en la venta de prendas acorde a diseños actuales y la venta 100% online.

9. Plan Administrativo

El plan administrativo constituye una herramienta en la que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado, para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer expectativas de sus diferentes grupos de interés (stakeholders) (Sainz, 2017).

9.1. Objetivo General del Plan Administrativo

Definir las estrategias organizativas que incluyan la planeación estratégica de los recursos humanos y la construcción de valores corporativos con el respectivo organigrama de la empresa que permita alcanzar las metas establecidas.

9.2. Objetivos Específicos del Plan Administrativo

1. Definir la misión, visión y valores de la empresa CURVY ONLINE en la ciudad de Guayaquil.
2. Realizar un organigrama sobre los cargos requeridos y el personal necesario para funcionar correctamente.
3. Determinar una política salarial que considere los factores que influyen en el valor a recibir.
4. Identificar los aliados estratégicos para el desarrollo

9.3 Descripción de la empresa

CURVY ONLINE es una empresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para clientes talla plus, mediante la visualización en una página web, se destaca de otras páginas similares debido a que permite crear un AVATAR en 3D mediante el cual los usuarios pueden diseñar su vestimenta y ver cómo les puede quedar cada prenda, colocando sus medidas para mayor exactitud en la compra. Con esta nueva modalidad el objetivo es comprar directamente en línea de manera segura, lo que va generando confianza a las consumidoras, ya que esta modalidad empieza a ser cada vez más extendida, debido a que permite realizar compras de forma cómoda y rápida.

9.3.1 Misión

Ofrecer prendas de vestir de calidad para atender el mercado de mujeres talla PLUS, incluyendo entre sus catálogos una gran variedad de diseños, a la moda y de temporada; la página web oficial servirá como herramienta publicitaria y a la vez como punto de venta en línea.

9.3.2 Visión

Convertirse dentro de los primeros cinco años en una empresa consolidada en el mercado por ser la primera tienda virtual con un avatar en 3D que satisfaga el 100% de necesidades de las mujeres tallas plus, posicionando a CURVY ONLINE como pionera dentro del país, teniendo como sede la ciudad de Guayaquil.

9.3.3 Valores Corporativos

La construcción de los valores corporativos para la empresa se realizó mediante una reunión con toda la directiva en las instalaciones de la sede, considerando algunos aspectos durante la reunión, entre los cuales se encuentran: ¿qué deseamos entregar a nuestros clientes?, ¿Qué nos hace diferentes de otras tiendas online?, ¿Con que valores nos identificamos?, ¿Cómo podemos llegar a más personas?

Descripción de los Valores Corporativos

Los valores corporativos que deben practicar todos los colaboradores del proyecto CURVY ONLINE son:

- **Calidad:** nuestro principal compromiso con nuestras clientas es la comercialización de prendas de vestir de la más alta calidad, siendo competente dentro del mercado al ofrecer accesibles para todo estrato social.
- **Esfuerzo:** sin duda el esfuerzo y las ganas que se deben poner en cada actividad es una cualidad que potencia el resto de las acciones para que se realicen de manera competente.
- **Responsabilidad:** CURVY ONLINE, se encuentra legalmente constituida y con todos los permisos de funcionamiento, la empresa cumple con todo lo que ofrece en la página web, en conjunto con las políticas internas de la misma.
- **Puntualidad:** garantizar un trabajo muy organizado, que permite trabajar de manera eficiente y cumplir con todos los objetivos.
- **Trabajo en equipo:** para obtener excelentes resultados es bueno conocerse al personal y que esté a su vez se familiarice entre sí, de esta manera se consigue que cualquier tipo de actividad se lleve a cabo de una forma más rápida y eficiente.
- **Confidencialidad:** garantizamos privacidad de la información proporcionada por el cliente al momento de utilizar la página web y realizar sus compras en línea.

Stakeholders relacionados con los Valores Corporativos

Los stakeholders o grupos de interés son grupos de personas dentro de la empresa que tienen sus propios objetivos, por lo que está ligada al desempeño de la empresa, estos son el resultado del proceso de negociación y ajuste entre los diferentes grupos (Garzón, 2020).

Stakeholders internos:

CURVY ONLINE tiene como stakeholders internos a sus empleados pudiendo clasificarse principalmente en dos: asesores y desarrolladores, quienes va a ayudar con las operaciones internas.

Stakeholders externos:

CURVY ONLINE también cuenta con colaboradores externo, quienes permiten que la gestión comercial prolifere, entre ellos se encuentran:

Clientes: las mujeres adultas con requerimientos de tallas grandes son el motor y la razón de ser de esta empresa, constantemente participan indirecta o directamente del proyecto, proporcionando datos de mercados valiosos.

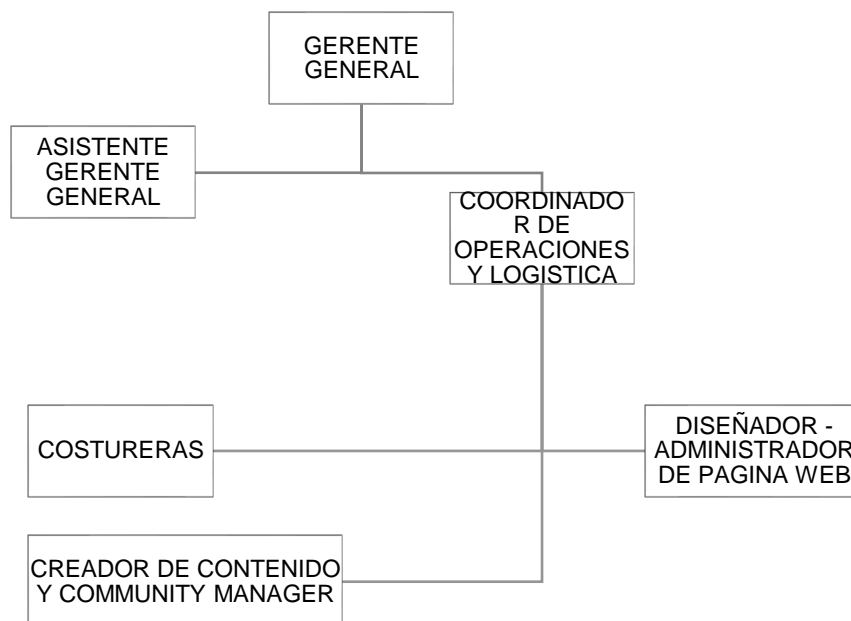
Proveedores: son quienes nos proporcionan la materia prima o los productos que la empresa comercializa.

9.4 Organigrama de la Empresa

La empresa se encuentra estructurada de manera jerárquica, en donde el Directorio compuesto por los socios constituyen la máxima instancia de gobierno y decisión. El Gerente General es el representante legal y se encarga del cumplimiento de los objetivos acordados por el Directorio.

Figura 1

Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Este es el organigrama proyectado para inicio de operaciones. Se arranca la producción con el gerente general y su asistente, un departamento de operaciones y logística que incluye al coordinador, las costureras y los encargados del funcionamiento de la página web y los contenidos y manejo de redes sociales y medios digitales.

Se prevé que, a partir del tercer año se aumente el número de costureras de acuerdo a la demanda de producción.

9.4.1 Descripción de cargos

Tomando como punto de partida el organigrama graficado en la Figura 1, se describen los perfiles a continuación:

Gerente General

Profesional con estudios en administración, economía, finanzas o afines, encargado de dirigir, coordinar, aprobar y crear procesos que permitan tener información apropiada en

los informes gerenciales, planificar las actividades que se desarrollen dentro de la empresa, organizar los recursos de la entidad, definir a dónde se va a dirigir la empresa en un corto, mediano y largo plazo, entre otras muchas tareas, fijar los objetivos que enmarcan el rumbo de trabajo de la organización, crear una estructura organizacional en función de la competencia del mercado, estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing.

Sueldo: \$700,00

Responsabilidades:

- Velar porque la empresa cumpla con las obligaciones legales principales mediante la revisión y verificación de los documentos correspondientes.
- Definir los objetivos operativos y estratégicos de la compañía y realizar el seguimiento periódico con cada departamento para analizar los resultados de la empresa.
- Analizar los indicadores estratégicos para la toma de decisiones sobre el modelo de negocio.
- Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la sociedad, incluyendo los relativos a contratación de personal, protocolos, procesos y normativas de la empresa.
- Es el encargado de la toma de decisiones, que sean productivas para la empresa.
- Desarrollar los presupuestos, así como los programas de trabajo y demás actividades, para la verificación y aprobación del gerente general.
- Aprobar o rechazar los presupuestos.
- Conservar presupuestos y optimizar gastos.
- Dar seguimiento a la contabilidad velando que se cumplan las normas legales que la regulan.
- Provisionar los resultados mensuales, trimestrales y anuales.
- Gestionar los riesgos.

- Evaluar y tomar decisiones sobre las inversiones.
- Asignar recursos y gestionar los flujos de caja.
- Realizar análisis de costo y beneficio.
- Realizar arqueos de caja.
- Revisar y realizar conciliaciones bancarias.
- Contratar y dar seguimiento del rendimiento de los empleados, controlando asistencias, retrasos, enfermedad, las relaciones interpersonales para mantener un ambiente laboral adecuado.
- Planificación y selección de personal.
- Evaluación y desarrollo.
- Contratar personas profesionales de acuerdo con la necesidad.
- Mantener una agenda actualizada que incluya: trabajadores de la empresa, clientes y proveedores.
- Mantener absoluta confidencialidad del sueldo de cada colaborador.

Asistente de Gerente General

Profesional con estudios en contabilidad y administración de empresas, se encargará de colaborar con las tareas del departamento administrativo y financiero, entablar relaciones comerciales, identificando así cuales son las clientes más activas y que aportan un mayor beneficio, la meta del ejecutivo a cargo es mantener las clientes actuales, mejorar las relaciones, conseguir nuevos clientes, apoyar la labor de su línea de supervisión, realizando el estudio adecuado para garantizar el mejor impacto y los mejores beneficios.

Sueldo: \$425,00

Responsabilidades

- Revisión de los comprobantes de ventas.
- Contabilización de las transacciones.
- Elaborar los estados financieros.

- Realizar las conciliaciones tributarias.
- Registrar los saldos del efectivo.
- Analizar las cuentas por cobrar.
- Realizar el pago de la nómina mensual de todos los colaboradores.
- Realizar roles de pago mensual de cada colaborador.
- Gestionar la nómina de los colaboradores.
- Gestionar pagos de proveedores.
- Desarrollar estrategias para aumentar las ventas.

Coordinador de Operaciones y Logística

Profesional con estudios en administración de empresas o carreras afines, encargado de coordinar los recursos, procesos de producción y logísticos necesarios para que la empresa pueda confeccionar y entregar las prendas ofrecidas en su página web.

Sueldo: \$425,00

Responsabilidades:

- Inventario, realizar registro de entrada y salida de las prendas, suministros o materiales.
- Verificar y responder y solventar las devoluciones que se presenten, en el tiempo mínimo para evitar malas experiencias de las clientas.
- Revisar que la prenda esté debidamente empaquetada de acuerdo con el proceso establecido.
- Coordinar el proceso de entrega al cliente.
- Verificar con el cliente los detalles sobre su prenda de vestir, así como datos generales para la entrega.
- Realizar la compra y entrega de los suministros o materiales que necesite cada departamento para los respectivos procesos.

- Realizar de forma periódica el inventario de materiales para evitar atrasos en las confecciones de prendas y evitar interferir en actividades.
- Proveer los suministros que necesitan las costureras para confeccionar las prendas.
- Almacenar en el local de la empresa todos los materiales que se adquieran.
- Realizar de forma periódica el inventario de materiales para evitar atrasos en las confecciones de prendas y evitar interferir en actividades.
- Planificar, dirigir y coordinar las actividades de publicidad y relaciones públicas.
- Diseñar y planificar estrategias de publicidad.
- Supervisar la publicidad de la compañía.
- Supervisar el trabajo de confección de las costureras.

Costureras

Mujer profesional en corte y confección calificada para la fabricación de las prendas de vestir.

Sueldo: \$425,00

Responsabilidades:

- Cumplir una meta mínima de confecciones.
- Realizar el corte del diseño solicitado por las clientes.
- Confeccionar y coser las prendas elegidas por las clientes.
- Revisar que no tengan errores las prendas.
- Entregar la prenda terminada al departamento comercial y logística.

Diseñador - Administrador Página Web

Profesional especializado con amplio conocimiento en administración publicitaria y estudios en el área de sistemas administrativos computarizados, que será el encargado del desarrollo y actualización constante de la página web y control de los procesos de compra por internet.

Sueldo: \$500,00

Responsabilidades:

- Solucionar los problemas de sistema en un tiempo mínimo.
- Actualizaciones y nuevas funciones del avatar.
- Revisar el buzón de sugerencias y quejas.
- Desarrollar procedimientos seguros para mantener la confidencialidad de la información que brindan los clientes, como números de tarjetas, dirección de domicilio, etc.

Creador De Contenidos Y Manejo De Redes Sociales

Profesional especializado en crear contenido para redactar y publicitar nuestros productos y promociones vigentes, debe tener conocimientos de SEO, experiencia en marketing digital y la generación de tráfico y la captación de clientes potenciales para nuevos negocios.

Sueldo: \$450,00

Responsabilidades:

- Investigar constantemente modas nacionales e internacionales que estén en tendencia.
- Mantener activa la página web con promociones y tendencias de moda y actualizarla de acuerdo a la necesidad.
- Publicación de las nuevas promociones, para publicitar la empresa y sus prendas.
- Identificar palabras claves para crear tendencia y las necesidades de las clientes, como gustos, preferencias, etc.
- Impulsar contenido en redes sociales y observar el nivel de participación como, comentarios y número de veces que se comparte un determinado tema.

- Localizar a los influencers con más seguidores para que ayude generando publicaciones al mes.

9.4.2 Política Salarial

La política salarial es el sistema de pago adecuado para cada uno de los miembros de la compañía, con respecto a las funciones que realizan, las horas y el tipo de trabajo, debemos factores como:

- Posición
- Experiencia y conocimiento.
- Salarios del resto de empleados que realizan funciones similares.

En estas políticas se considerará los pagos que los colaboradores pueden recibir por su trabajo, como se detallan a continuación:

- Salario fijo
- Beneficios sociales
- Finiquito

El sueldo para las personas que se encuentren laborando en CURVY ONLINE oscila entre los \$700,00 dólares hasta \$425,00 correspondiente al salario básico, a partir del año dos se tiene proyectado aumentar el sueldo a los empleados, de acuerdo a las medidas gubernamentales o a las medidas de inflación.

9.5 Indicadores Claves de Gestión (KPI's)

Los Indicadores de Gestión (KPI) se le consideran como una forma de medir si una compañía, proyecto o persona está logrando sus metas y objetivos estratégicos (Cerde, 2019). Además de que las organizaciones de gestión multinivel para lograr medir los éxitos en base a los logros especificado y planificando estrategias, en donde puedan centrar el

rendimiento de la organización en donde puedan centrarse en las operaciones o los empleados, como servicio al cliente, administración o finanzas.

Para lograr proyectar los indicadores más relevantes que nos ayudarán a identificar el nivel de aceptación de CURVY ONLINE, se mantendrá semanalmente una reunión con los principales directivos de la empresa, la idea es escuchar de forma directa las exigencias de las clientas que visitan y adquieren una prenda de vestir en la página web, los indicadores estratégicos permiten a la empresa realizar una retroalimentación sobre el nivel de cumplimiento de funciones y objetivos para lograr los resultados esperados.

9.5.1 Fijación de principales KPI's del negocio.

Ratio de conversión

Se le denomina tasa de conversión debido a que indica el porcentaje de usuarios que realizan una acción (es decir, convierten) en un blog o sitio web. (Kuan, Châteauvert, Leclerc, & Drolet, 2021) Conocer la tasa de conversión ayudará a ver si las actividades que se están realizando son las correctas como estrategia de marketing interno.

Además de este principal KPI se medirán los siguientes elementos que ayuden a sostener la propuesta de valor:

- Tendencias de moda. Será medido a través de las redes sociales, es decir; nuestra página en Instagram, tik tok, Facebook y Twitter, seguirá a las celebridades más influyentes en la moda a nivel internacional.
- Facilidad de compra. Será medido mediante una breve encuesta que podrá contestar el cliente al finalizar su compra.
- Número de visitas en la página web. Será medido a través de la aplicación Google Analytics, ayudará a filtrar las visitas realizadas en el sitio web y conseguir una cantidad concreta de cuantas visitas, me gusta, compartidos, comentarios, etc., han llegado al sitio web a través de redes sociales.

- Índice de satisfacción de las clientes. Será medido a través del buzón de comentarios (positivos y detractores) y mediante una breve encuesta que podrá contestar el cliente al finalizar su compra.
- Número de productos vendidos de acuerdo a la clasificación de tipo de prenda. Será medido a través de las órdenes y pedidos para poder determinar la variedad de pedidos, el tipo de prenda más solicitada y su relación con las tendencias de moda. Esto permitirá tomar decisiones sobre producción y ventas de los diferentes tipos de productos ofrecidos.

9.6 Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial

CURVY ONLINE se caracteriza por ser una empresa inclusiva y ambientalmente responsable, nos preocupamos por el desarrollo económico, sin pasar por alto el crecimiento de la empresa. En el ámbito social se darán oportunidades a las costureras de Ecuador y en el ámbito económico, se prevé que la compra de productos textiles elaborados con manos ecuatorianas aportará a incrementar las fuentes de ingreso de los productores ecuatorianos.

La empresa cumplirá con los estándares ofrecidos al cliente para así cumplir con su promesa de valor.

9.6.1 Estrategia

- a. Reutilizar los remanentes y desperdicios textiles.
- b. Reducir el consumo de materiales para el empaquetado que afecten el medio ambiente.
- c. Motivar a los clientes a dar una segunda oportunidad a sus prendas usadas.

9.6.2 Proyectos

- a. Para la estrategia de reutilización de los remanentes y desperdicios textiles se ha diseñado un proyecto enfocado a reunir dichos desperdicios para elaborar artículos

complementarios como bolsos, pañuelos, rellenos de piezas para dormir u otros similares, en alianza con artesanos que estén interesados en producir este tipo de prendas de menor costo.

- b. La estrategia de reducción del consumo de materiales para el empaquetado que afecten el medio ambiente será ejecutada a través de las directrices de empaquetado. Las prendas de vestir se harán llegar en bolsas de papel 100% biodegradables y en la menor cantidad de paquetes posibles.
- c. La estrategia de motivación a las clientes para reutilizar o dar una segunda oportunidad a sus prendas se llevará a cabo a través de dos acciones: una alianza con fundaciones que necesiten donación de prendas usadas y una campaña por redes sociales para motivar a las clientes a donar las prendas que ya no van a utilizar para que otra persona, de escasos recursos, les dé una nueva oportunidad de uso.

10. Conclusiones Y Recomendaciones

El recurso humano es el pilar fundamental para que CURVY ONLINE funcione correctamente, es por esto que la Gerencia Administrativa se ha enfocado en desarrollar un organigrama que cumpla con los procesos de la empresa y exigencias de las clientas tallas plus, con la finalidad de satisfacer sus necesidades, logrando así el desarrollo y crecimiento general de la empresa y sus colaboradores.

La misión de CURVY ONLINE es ofrecer prendas de vestir para personas talla PLUS para posteriormente convertirse, en un periodo de aproximadamente 5 años, en una empresa sólida, consolidándose como la tienda virtual más popular del mercado. La construcción de los valores corporativos, entre los cuales se encuentran: calidad, esfuerzo, responsabilidad, puntualidad y trabajo en equipo, es vital para construir un buen clima organizacional.

La elaboración del plan administrativo demostró que, en base al presupuesto existente en el plan financiero, no se dispone de mucho capital para contratar una cantidad considerable de empleados, sin embargo, con el organigrama propuesto se puede cumplir con los objetivos. El personal a contratar deberá estar capacitado para cumplir con los procesos que corresponden al crecimiento anual de la empresa. Cabe recalcar que cada colaborador deberá “ponerse la camiseta” para lograr nuestros objetivos a corto y largo plazo, y así conseguir un crecimiento de la empresa que beneficie tanto a la organización como a los empleados.

Al principio estaba desorientada sobre el proceso en la parte administrativa, pero conforme fui avanzando en el trabajo y en el material de lectura fui orientando el trabajo para concretar la elaboración del organigrama que incluya la figura de un Directorio. El proceso administrativo y financiero me ayudó a comprender la importancia de contar con un

Directorio que dirija la empresa hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos, ayude a mantener mayor control sobre las decisiones y operaciones que realiza la empresa para el correcto funcionamiento.

Se plantea en el futuro aumentar las ventas, contratar nuevos colaboradores para que sean parte del proceso de crecimiento, más costureras, mujeres que deseen superarse en nuestra empresa, aportando con el conocimiento y la capacidad de crear y diseñar las exigencias de nuestras clientas.

11. REFERENCIAS

- Burgos Solís, J. R. (17 de 06 de 2019). *Plan de negocio para la comercialización de ropa para mujeres con talla plus en la Ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42601>
- Carcado, R., Menoscal, G., & Toala, N. (29 de 03 de 2017). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa "Plua-Size Women"*. Obtenido de Respositorios UG: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/19316>
- Cerda, J. (2019). Análisis para el diseño y la implementación de CRM para fidelización de clientes: Caso eCommerce Bendita S.A. *Newspaper_Article*, 1-55.
- Cruz, M., Tuñón, E., Villaseñor, M., Álvarez, G., & Nigh, R. (15 de 05 de 2013). *Sobrepeso y obesidad: una propuesta de abordaje desde la sociología*. Obtenido de Región y sociedad: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252013000200006
- Garzón, M. (2020). Los grupos de interés en las organizaciones. *Ideas CONCYTEG*.
- Hinojoza Gómez, A. C. (13 de 01 de 2022). Prevalencia del sobrepeso y obesidad en los trabajadores de una empresa privada de la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Guayas, Guayaquil. Recuperado el 21 de 07 de 2022, de <http://201.159.223.180/handle/3317/18545>
- Ilaquiche, P. (16 de 06 de 2015). *Estudio antropométrico para mujeres Latacungueñas de 35 a 45 años de edad con sobrepeso Tipo I, y su aplicación en la indumentaria industrial*. Obtenido de Repositoria de la Universidad Tecnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/13205>
- Kuan, J., Châteauevert, N., Leclerc, V., & Drolet, B. (2021). Relaciones de conversión de dosis de tacrolimus basadas en el cambio de formulaciones para pacientes con trasplantes de órganos sólidos. *Revista canadiense de farmacia hospitalaria*, 317-326.

- Lasso Guamán, M. E. (febrero de 2019). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato* .
Obtenido de Repositorio Universidad Técnica de Ambato :
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/29363>
- López, S. (11 de 10 de 2019). La estética de la mujer en la Grecia antigua comparada con el siglo XXI. Barcelona, Barcelona, España. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de
<https://www.revistacodice.es/principal.htm>
- Medina, R. (15 de 05 de 2018). *Campaña publicitaria para el posicionamiento de la microempresa divine plus en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio ULVR:
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2386>
- Ministerio de Salud . (2014). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición - ENSANUT- ECU 2012-2014*.
- Nicola, B. (14 de 08 de 2015). *Plan de Negocio para el diseño optimización y comercialización de sistemas de toma de aire en automoviles*. Obtenido de Proyecto de grado:
<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/16912/u703199.pdf?sequence=1>
- OMS. (2022). *WHO*. Obtenido de https://www.who.int/es/health-topics/obesity#tab=tab_1
- Sainz, J. M. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. 5ta Edición.
- Torres, L. (5 de 10 de 2018). *Interiorización de los estereotipos de género en la sociedad argentina y el ideal de belleza en los mensajes publicitarios. Estudio transversal en 4 rangos de edad que abarca de los 18 a los 49 años*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Complutense de Madrid:
<https://eprints.ucm.es/cgi/search/simple?q=T%C3%A9rminos+de+b%C3%BAqueda+%3A+%22Interiorizaci%C3%B3n+de+los+estereotipos+de+g%C3%A9nero+en+la+sociedad+argentina+y+el+ideal+de+belleza+en+los+mensajes+publicitarios.+Estudio+transversal+en+4+rangos+de+edad+>

