



## MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE TELAS NACIONALES Y EXTRANJERAS EN EL CANTÓN DAULE.

**Autores: Ing. Com. Zuany Zuleyka Torres Viteri<sup>1</sup>  
PhD. Darwin Ordoñez Iturralde<sup>2</sup>.**

Institución: Carrera de Ingeniería Comercial,  
Facultad de Administración, Universidad  
Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Zuany Zuleyka Torres Viteri y Darwin Ordoñez Iturralde (2017): "Microempresa comercializadora de telas nacionales y extranjeras en el Cantón Daule.", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (noviembre 2017). En línea:  
<http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/11/microempresa-telas-ecuador.html>

### Resumen

El plan de negocios para la creación de una microempresa comercializadora de telas nacionales y extranjeras en el cantón Daule, tiene como propósito principal satisfacer la demanda que existe en este mercado, brindando nuevas opciones de compras, basados en aspectos fundamentales como diversidad, calidad, abastecimiento del negocio. Implica temas de proyecciones de ventas, flujo de efectivo, actividades que se van a realizar; lo cual depende el éxito de la microempresa.

### Palabras claves

Organización, dirección, gestión, estructura de mercado, oferta y demanda, planificación estratégica, microempresa, consumidor, estudio de mercado, inversión, financiación, marketing.

### Introducción

El presente proyecto trata sobre una propuesta de desarrollo de un plan de negocios para la creación de una microempresa comercializadora de telas nacionales y extranjeras en el cantón Daule, la cual tiene como propósito principal satisfacer la demanda que existe en este mercado, brindando nuevas opciones de compras, basados en aspectos fundamentales como diversidad, calidad, abastecimiento del negocio de manera que llene las expectativas de los clientes, incursionando en este mercado de manera creativa, innovando el giro del negocio, enfocándose en la asesoría al cliente.

<sup>1</sup> Ingeniera Comercial graduada en la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

<sup>2</sup> Decano de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

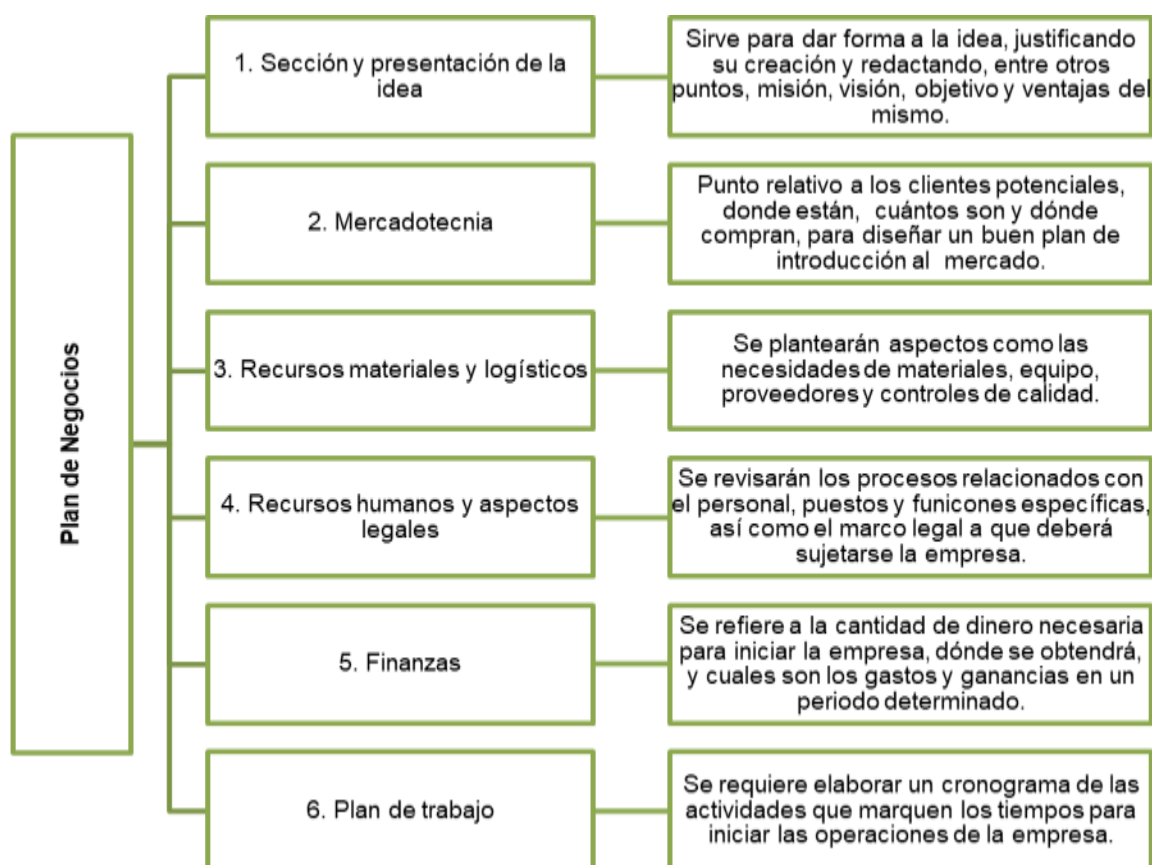
Los resultados del estudio de mercado realizado arrojaron datos positivos con el fin a desarrollar esta propuesta, los cuales se muestran en el estudio y análisis de la recolección de información, y desarrollo de todo el plan de negocios.

## Marco teórico

### Plan de negocio

“Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le ayude a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos, y se convierte en la guía de sus actividades diarias” (Salazar, 2007, pág. 18)

La estructura común con la cual guiarse para realizar un plan de negocios toma como referencia los pasos que se muestra en la Figura 1 y puede resumirse de la siguiente manera:



**Figura 1.-** Estructura del plan de negocios

Elaborado por: Zuany Torres, Fuente (Salazar, 2007)

## Metodología de Investigación

### Tipo de investigación

La investigación es mixta, este tipo de investigación permitió lograr mejores resultados, por un lado la investigación de tipo cuantitativa da la posibilidad de generalizar resultados y cede control,

réplica y comparación en lo que respecta a los fenómenos de abastecimiento, diversificación, con otros estudios similares; por consiguiente la investigación de tipo cualitativa proporciona profundidad en la información, ya que los diversos puntos de vista que transmitieron las personas en estudio, da una riqueza interpretativa, con detalles, y experiencias únicas por su cercanía con el entorno.

### **Método de la investigación**

Para realizar la búsqueda de información en este proyecto se consideró la investigación de campo e investigación documental, en cada una de ellas se utilizaron diferentes herramientas de búsqueda, tales como se detallan a continuación:

- Investigación de campo a través de encuestas.
- Investigación documental a través de bibliografías.

### **Diseño de investigación**

- **Observación.-** A través de este método de investigación se recolectó información en lo que respecta al comportamiento del consumidor, en los lugares que acostumbran acudir para realizar sus compra de telas, se observó la manera en como las personas que trabajan en los locales comerciales dedicados a esta actividad atendían a los clientes, se estableció la satisfacción de los clientes.
- **De campo.-** Se obtuvo información teniendo un contacto directo con las personas que se dedican a confeccionar diseños en Daule, con las personas que compran telas para otros fines; esta recolección de información sirvió para establecer las posibilidades que mercado brinda, las preferencias de los clientes y así determinar los índices de satisfacción en cuanto al comercio de telas del cantón, las encuestas se dirigieron a los habitantes del cantón Daule, en la cabecera cantonal y casco comercial.
- **Documental.-** Este proceso investigativo, se basó en la búsqueda de trabajos realizados previamente por otros autores, ya sean estos guías de tesis, información del cantón, estimaciones con las que se cuenta del comercio de telas; en esta parte de investigación se tuvo contacto directo con el municipio del cantón Daule.

### **Técnicas e instrumentos de la investigación**

Las técnicas de investigación son los medios que se utilizaron para la recolección de la información, los instrumentos son aquellas técnicas que se ponen en práctica en esta investigación los cuales fueron: encuestas y referencias bibliográficas.

### **Población y muestra**

#### **Población**

Según el Censo de Población y Vivienda para el año 2010 en el cantón Daule la población asentada en el área urbana ascendió a 65.145 habitantes, de los cuales 37.000 viven en la cabecera cantonal, ubicados en dos de las siete parroquias urbanas: Santa Clara y Juan Bautista Aguirre. (INEC - Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2014)

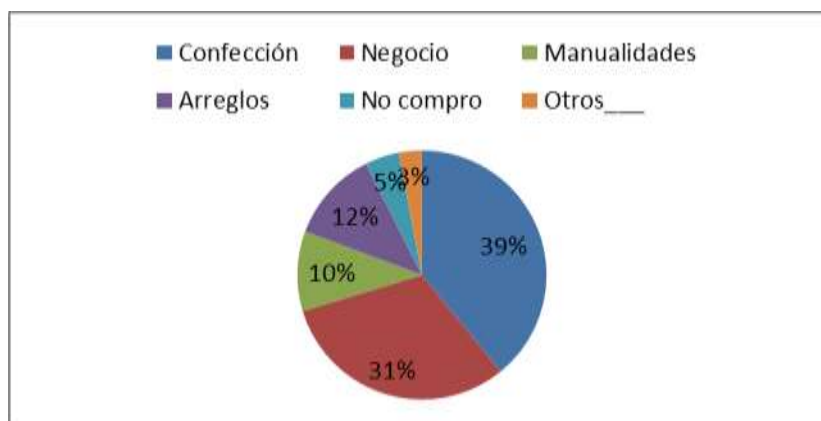
### **Análisis de la información**

#### **Análisis de encuestas**

La información que se recopiló en base a las encuestas que se realizaron, estos datos fueron obtenidos a través de la muestra de 202 habitantes del cantón Daule, referente al casco comercial, también formaron para de esta encuesta aquellas personas que tienen sus talleres de confección que son conocidos en el medio; este proceso se realizó a fin de obtener información para el estudio del mercado de compra de telas, sus niveles de satisfacción y sus hábitos de compra; conclusiones que se detallan a continuación:

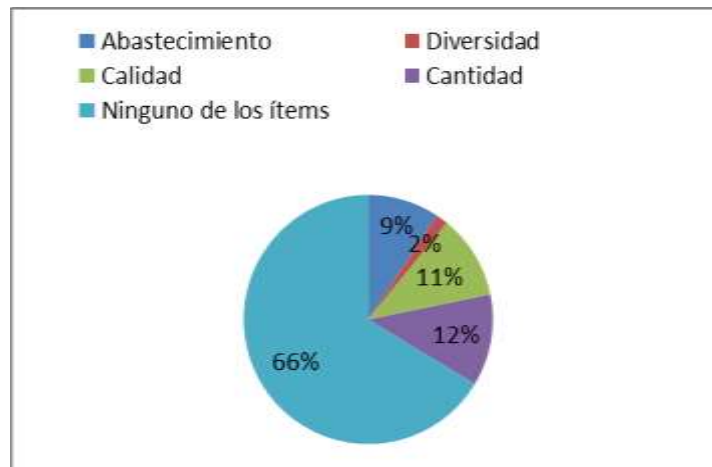
**Compra de tela y su uso:** Como se puede observar en la figura a continuación de los resultados obtenidos se puede decir que los mayores porcentajes para el uso de las telas que se adquieren en el cantón Daule, son para negocio es decir aquellas personas que tienen su actividad comercial para venta de prendas a gran cantidad con un 31% y para confección de prendas que solicitan los clientes a pequeños talleres de costureras a medida con un 39%.

Entre los otros porcentajes se encuentra también que compran telas para manualidades, arreglos; este grupo encuestado mencionaban que utilizaban bastante telas para uso de mantelerías en locales comerciales que se dedican a organización de eventos, y por ultimo con un 3% de los encuestados que seleccionaron la opción "otros", comentaban que compraban cierto tipo de telas para hacer cuadro de pinturas, deberes específicos que necesitaban realizar como deberes en diferentes carreras universitarias o de colegio.



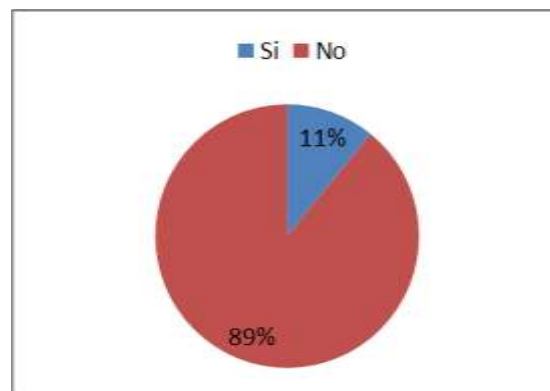
**Figura 2.- Compra de telas y su uso**  
Elaborado por: Zuany Torres

**Necesidades que satisfacen los distribuidores de tela en Daule:** El 66% de la muestra de la población afirmaron que los distribuidores ubicados en el mercado local no satisfacen sus necesidades con respecto al abastecimiento, diversidad, calidad, y cantidad de telas que se ofertan; las personas que aseguran si hay locales los cuales abastecen solo una variable, al momento de realizar las encuestas indicaban que era en relación a la actividad a la cual necesitaban las telas, que ayudaban para salir de situaciones de apuros y contratiempos en base a esto se conformaban con poder comprarlas en el cantón.



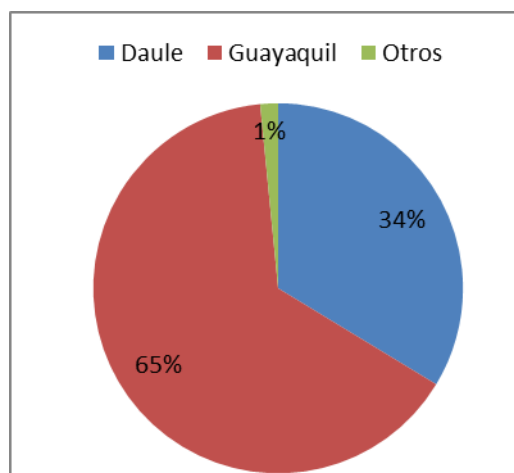
**Figura 3.-** Necesidades que satisfacen los distribuidores de tela en Daule  
**Elaborado por:** Zuany Torres

**Satisfacción en cuanto a volumen y tiempo de entrega en Daule:** El 89% de los encuestados no están satisfechos respecto al volumen de telas que tienen los distribuidores y en cuanto al tiempo de entrega; explicaban que muchas veces ellos necesitan cierto tipo de tela y no tienen, o en su defecto tienen pero no tienen la cantidad que necesitan, incluso les tomaba tiempo poder buscar en todo el casco comercial el distribuidor que pueda conseguirles lo preciso. Dentro del 11% todos son los que adquieren sus telas en el cantón Daule y se abastecen con cantidades pequeñas de telas que usualmente se encuentran siempre.



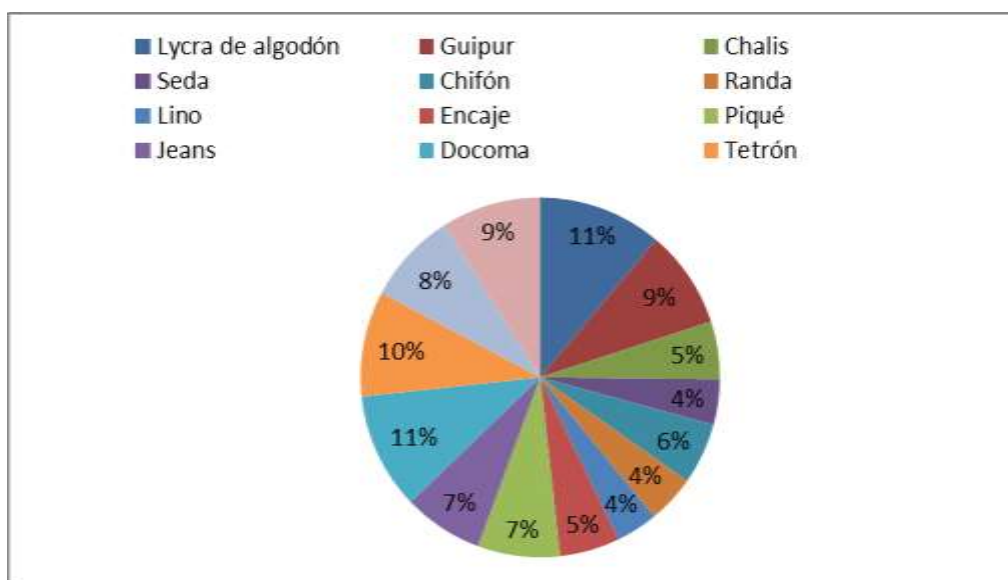
**Figura 4.-** Satisfacción en cuanto a volumen y tiempo de entrega de telas en Daule  
**Elaborado por:** Zuany Torres

**Lugar donde adquieren las telas:** El 65% de los resultados arrojó que compran las telas en la ciudad de Guayaquil debido a que en el cantón no encontraban el tipo de tela que necesitaban para poder realizar las prendas que sus clientes piden, otros mencionaban que para cierto tipo de manualidades no conseguían esas telas en el cantón Daule, se observa en la figura a continuación, el 34% adquieren sus telas en Daule estos se sentían conformes, pero a la vez indicaban que si era necesario que se establezca un estudio de las necesidades de ellos o mantener relaciones directas con las personas que podían realizar pedidos para poderlos abastecer correctamente, el 2% compran sus telas desde la ciudad de Quito o Cuenca realizan pedidos con anticipación para entregar a tiempo sus confecciones.



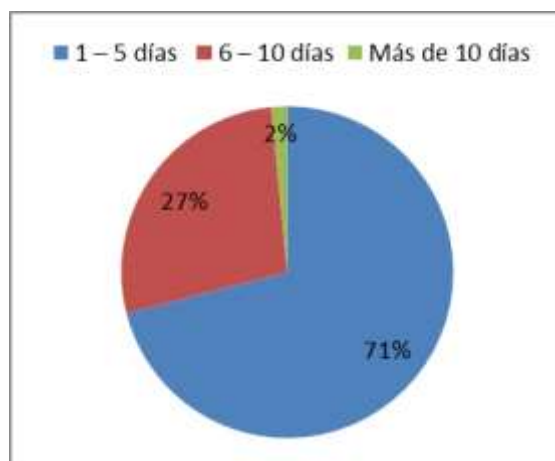
**Figura 5.- Lugar donde adquieren las telas**  
**Elaborado por:** Zuany Torres

**Tipo de telas que compran:** El listado que se observa en la tabla 9, refleja el tipo de telas que tienen más salida en cuanto a las necesidades del cantón; esto se obtuvo a través de las encuestas realizadas a la muestra establecida, en mayor cantidad se detalla el consumo de tela es de lycra de algodón, docoma, gabardina, popelina y guipur, el resto del porcentaje dividido en el resto de telas que se mencionan y se observa en la figura siguiente.



**Figura 6.- Tipo de telas que adquieren**  
**Elaborado por:** Zuany Torres

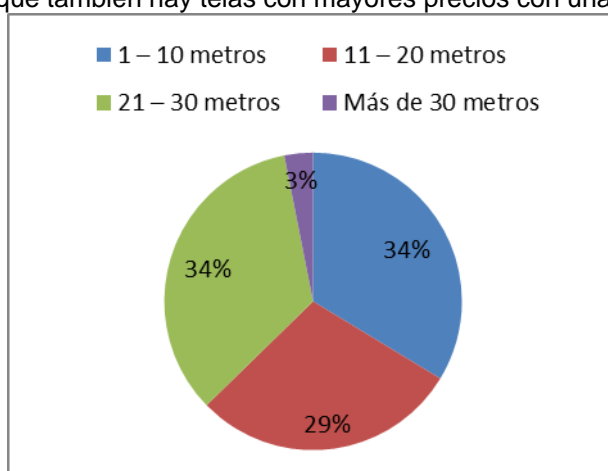
**Días que le toman para abastecerse de tela:** En la figura 7 el 71% de los encuestados les toma un lapso de 1 a 5 días, incluyen las personas que realizan sus compras en Daule, dentro del porcentaje también hay personas que se trasladan a la ciudad de Guayaquil y se les imposibilita ir todos los días, eligen un día de la semana para ir a realizar sus compras. Dentro del grupo que les toma de 6 a 10 días es debido a que recogen los pedidos con un mes de anticipación para poder tomarse uno o dos días e ir a comprar las telas de todo lo que necesitan para entregar los pedidos.



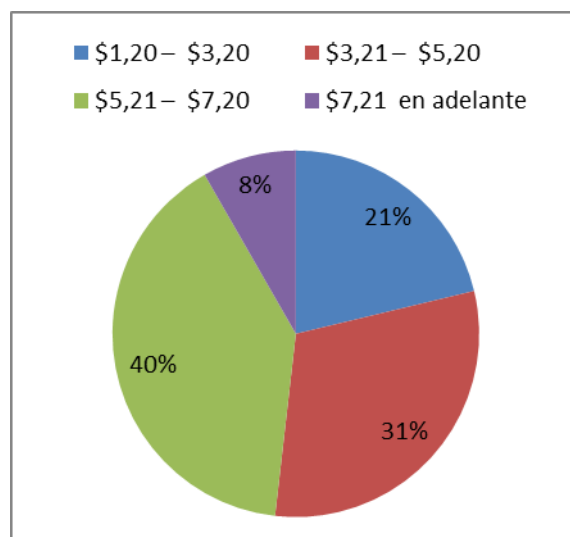
**Figura 7.-** Días que le toman para abastecerse de tela  
**Elaborado por:** Zuany Torres

**Promedio de la cantidad de tela que adquiere y precio promedio por metro de tela:** En lo que respecta a la pregunta 7 y 8 que se muestra en la figura siguiente, los porcentajes altos de la cantidad de metros que compran varían entre 1 a 10 metros y de 21 a 30 metros, con un porcentaje de 34% cada uno, en lo que concierne al precio; se observa en la figura 11 el 40% contestó que en promedio se paga por un metro de tela de \$5,21 a \$7,20.

Cabe recalcar que al momento de realizar las encuestas, gran parte de las personas indicaban que el precio tienen una variación en cuanto al tipo de que se adquiriera hay telas que son económicas y de buena calidad pero que también hay telas con mayores precios con una buena calidad.



**Figura 8.-** Promedio de la cantidad de tela que adquiere  
**Elaborado por:** Zuany Torres



**Figura 8.- Precio promedio por metro de tela**  
**Elaborado por:** Zuany Torres

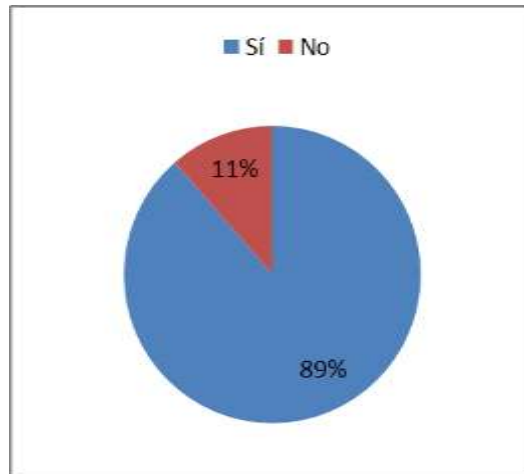
**Compra de telas al mes.-** Se observa en el mayor porcentaje de encuestados arrojó que en un promedio de 2 a 4 veces al mes compran telas, destacaron que eso es en relación a los pedidos que tengan de confección o actividades que requieran y las veces que se trasladan a la ciudad de Guayaquil a realizar las compras.



**Figura 9.- Compra de tela al mes**  
**Elaborado por:** Zuany Torres

**Porcentaje de apoyo para la implementación de otra opción en el mercado de telas en el cantón Daule:** Se muestra en la figura 13 que el mayor porcentaje de las personas encuestadas respondieron sí con una aceptación del 89%, a fin de contar con el apoyo para la implementación de una microempresa comercializadora de telas nacionales y extranjeras en el cantón Daule, que se dé la posibilidad a un proveedor nuevo de innovar en este mercado; sin embargo hubo un 11% que se identificó con un no.





**Figura 9.- Porcentaje de aceptación**  
**Elaborado por:** Zuany Torres

### **Informe técnico**

Mediante el proceso de observación realizado y las encuestas aplicadas a nuestra población muestra, se concluye de manera general que un gran porcentaje (96%) de las personas encuestadas adquieren telas, ya sea esto para diversos fines de los cuales se mencionan para confección, negocio, manualidades, arreglos, entre otros como elaboración de cuadros de pintura, trabajos de colegios y universidades. Se obtuvo más de un 70% que indicaron no sentirse satisfechos en cuanto a diversidad, calidad, abastecimiento, volumen y tiempo de entrega por parte de los distribuidores de venta de telas que existen en la cabecera y casco comercial del cantón Daule; mencionaban que estos distribuidores no se actualizan en lo que respecta a diseños. Se observó al momento de realizar las cotizaciones que la atención al cliente en estos locales es simplemente darle a conocer al cliente si tienen o no la tela que están buscando, sin dar mayor explicación o brindar de otra manera el servicio de venta; a consecuencia de estímulo provoca una reacción en la población que de manera forzosa este grupo de mercado se encuentren en la necesidad de trasladarse a la ciudad de Guayaquil u otras a realizar sus compras de telas, esto representa el 67% de los encuestados que no adquieren sus telas en el cantón.

A través de los resultados se obtuvo que los días promedio que se toman para abastecerse de telas es de 1 a 5 días, aquí se incluyen todas las personas que realizan sus compras en Daule, éstas acotaban que más de 3 días no se tardaban; por otra parte de 4 a 5 días o más son las personas que realizan su traslado para adquirir las telas. Se establece que el precio promedio que ellos pagan por metro de tela va dependiendo al tipo que se adquiera.

Debido a todos los factores antes mencionados, se concluye que existe un mercado el cual presenta necesidades insatisfechas de adquirir telas, donde puedan conseguirlas con variedades, diversos colores, calidad, telas de contemporáneas, el mismo que además cuente con una asesoría para sus clientes, opciones de compra; se evitará que ese mercado se traslade a otras ciudades a realizar sus compras obteniendo beneficios como ahorro de tiempo, dinero, seguridad, desarrollo comercial y productivo del cantón entre otros factores; existe un 89% de aceptación para el desarrollo de esta nueva propuesta de mercado.

### **Marketing Mix**

#### **Producto**

Telas, se conoce como telas al material textil en lámina que se obtiene de la unión o enlaces de hilos o fibras puede ser elástica, resistente, uniforme, flexible; la cual se utiliza como materia prima para diferentes fines, como confección de ropa, cortinas, sabanas, realizar manualidades, hacer arreglos ya sean estos decoraciones en organizaciones de eventos, crear pinturas, entre otros.

## Promoción

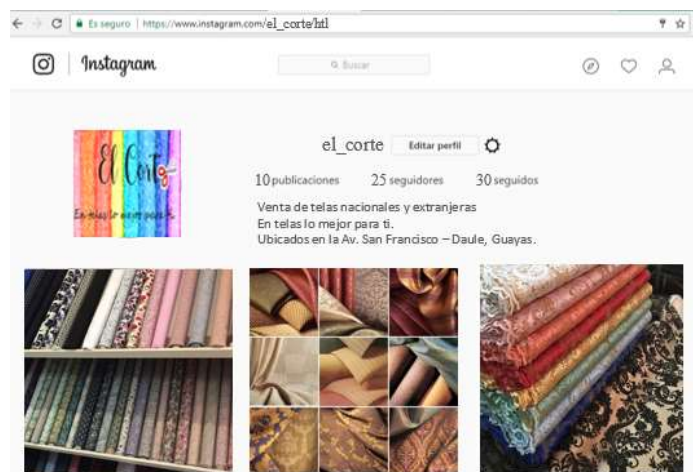
### Medios publicitarios

Los medios publicitarios forman parte de las herramientas que se utilizarán para dar a conocer a la ciudadanía la actividad y productos de “El Corte”, lo que impulsará el buen desarrollo del negocio; por ser una microempresa que recién empezara sus actividades se deben usar herramientas específicas con alto impacto y bajo costo, los cuales se utilizarán los siguientes:

Internet: Mediante las redes sociales como Facebook e Instagram; a través de estas herramientas se buscará brindar información en todo momento a los consumidores, tiene un gran impacto debido a que en la actualidad estos medios que utilizan la tecnología están al alcance de todos. Se puede observar en la figura 10 y 11.



**Figura 10.-** Página de Facebook de "El Corte"  
**Elaborado por:** Zuany Torres Viteri



**Figura 11.-** Página de Instagram de "El Corte"  
**Elaborado por:** Zuany Torres Viteri

Televisivos: Se pasaran pequeñas cuñas publicitarias por un canal local del cantón, quienes harán promoción del local 3 veces a la semana.

Radiales: A través del medio radial, se pasarán cuñas promocionales en la emisora “Radio Sucre” por ser la emisora más sintonizada en el área, y la cuña será la siguiente:

[Telas, muchas. Como las telas de “El Corte” ninguna, las mejores telas “uuuhhhh” lo mejor para ti, perfecto con lo que buscabas, con una amplia gama de colores y variedad. “El Corte” local ubicado en la Av. San Francisco, frente al galpón de los pozos, abrimos desde las 8 hasta las 5 de lunes a domingo. Lo que estabas buscando en un solo lugar, local comercial “El Corte”.]

Además se contará con publicidades impresas como el post que se muestra en la figura 12.



**Figura 12.-** Post de publicidad  
**Elaborado por:** Zuany Torres Viteri

### Promociones de ventas

Dentro de las promociones de venta que se utilizarán para estimular la compra a los clientes serán:  
Cupones: Se darán unos cupones aquellas personas que compren más de 10 metros de tela de cualquier tipo y al final de cada mes se realizaran sorteos de sets de costura al final del mes, se entregará de la siguiente manera como se observa en la figura 20.



**Figura 13.- Cupón de "El Corte"**  
**Elaborado por:** Zuany Torres Viteri

Descuentos: Se establecerán descuentos de los tipos de tela que se usen en temporadas.

## Plaza

### Canales de distribución

Dentro del canal de distribución contamos con el siguiente proceso que se observa en la figura 18:



**Figura 14.- Canal de distribución**  
**Elaborado por:** Zuany Torres Viteri

En relación a lo que respecta operación de la actividad comercial del mayorista al cliente, este será de manera directa, la ubicación de un local en la Avenida San Francisco como se observa en la figura 19, al cual las personas pueden asistir a observar las telas que estarán es exhibición en las perchas y vitrinas.



**Figura 15.- Ubicación del local**  
**Fuente:** Google maps

## Precio

En la pregunta 8 de la encuesta se consultó el precio promedio que pagaban por metro de tela, dando como resultado que en un 40% de estos se establecieron en el rango de \$5,21 a \$7,20 que pagan por un metro de tela, cabe aclarar una vez más que los precios varían dependiendo del tipo de tela, para establecer el precio se trabajará con el precio de la competencia.

## Conclusiones:

Mediante la elaboración de este proyecto se logró realizar el diseño de un plan de negocios para la creación de una microempresa comercializadora de telas nacionales y extranjeras en el cantón Daule, a través del desarrollo de cada una de los puntos que forman parte de un plan de negocios, de los estudios realizados al mercado que se enfocó, el cual permitió establecer con exactitud el contexto del problema en estudio, alcances necesarios para su desarrollo.

La información que se recolectó mediante las fuentes proporcionadas por el GAD de Daule, referencias bibliográficas, diversas charlas con el personal del municipio y también con su población; se identificó el mercado que existe dentro de este cantón en crecimiento, recalcando que posee una gran demanda potencial de la compra de telas, se concluye el cumplimiento de los objetivos específicos como:

Realizar un estudio de las necesidades de los consumidores que existen en el cantón. Se realizó el estudio de las necesidades con respecto al consumo de telas en el cantón, de los cuales se concluye que tienen necesidades insatisfechas y debido a esto tienen que trasladarse a otros cantones a realizar las compras.

Identificar y analizar los oferentes de telas en el cantón. Existen pocos comerciantes de telas, los cuales no brindan a sus clientes un buen servicio con respecto a la atención, a la diversidad de sus productos, y a tendencias.

Establecer los ingresos promedios en este tipo de negocio. Se realizaron las proyecciones de ventas en base al porcentaje obtenido en las encuestas a fin de tener un estimado de los ingresos y egresos que se generan en este tipo de negocio.

Analizar las tendencias de los modelos de las telas que tienen los oferentes. Los oferentes que existen en el cantón tienen mercaderías con tendencias desactualizadas, no tienen modelos contemporáneos o vanguardistas.

Analizar cuáles son los factores que tienen incidencia en el abastecimiento y la diversidad de telas que se ofertan en el cantón Daule. El mayor factor es conocer las necesidades de los clientes que compran en gran cantidad, tener una relación con el cliente a fin de conocer las necesidades de este mercado, adquirir telas en base a tendencias.

Elaborar un plan de negocios para la comercialización de telas nacionales y extranjeras en el cantón Daule.

En lo que respecta al análisis financiero, se establecieron balances proyectados los cuales reflejaron posibles ingresos y egresos, utilidades o pérdida de llevar a cabo esta actividad de negocio; reflejando una rentabilidad con un VAN de \$47.377,50 y una TIR de 30.00%.

Se puede concluir que dentro del cantón Daule existe un mercado potencial al cual aún los oferentes que se encuentran actualmente no llenan las expectativas en cuanto a sus necesidades de adquisición de telas, es una gran oportunidad de poder desarrollar este proyecto; con el fin de cubrir esa demanda, aportar en el desarrollo comercial y social del cantón Daule.

## **Bibliografía**

INEC - Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (02 de 2014). Recuperado el 2017, de

<http://app.sni.gob.ec/sni->

[link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0906\\_DAULE\\_GUAYAS.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0906_DAULE_GUAYAS.pdf)

Salazar, D. M. (2007). *Plan de negocios para emprendedores al éxito*. México: McGraw-Hill.