



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÈMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HILOS COLA DE
RATA EN LA CIUDAD DE MILAGRO.**

DISEÑO DE PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL, MENCIÓN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.

AUTORES:

CHICHANDE VÁSCONEZ ANABEL

NARVÁEZ ESCOBAR ROSALVA

MILAGRO, 2011

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Distribución y Comercialización de Hilos Cola de Rata en la Ciudad de Milagro”** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingenieras comerciales en la mención de Administración Financiera

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los Egresados:

JOHANNA ANABEL CHICHANDE VÁSCONEZ

C.I. 0502189798

ROSALVA ZULAY NARVÁEZ ESCOBAR

C.I.0921633327

TUTOR

Jinsop Gamboa Poveda MBA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Egresadas Johanna Chichande Vásconez y Rosalva Narváez Escobar, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Distribución y Comercialización de Hilos Cola de Rata en la Ciudad de Milagro”**, del cual nos responsabilizamos por ser los autores del mismo y tener la asesoría personal del Mba. Jinsop Gamboa.

Milagro, 27 de Enero del 2012.

JOHANNA CHICANDE VÁSCONEZ
C.I 0502189798

ROSALVA NARVÁEZ ESCOBAR
C.I 0921633327

CERTIFICACION DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico con verdadero sentido de gratitud y admiración a mi querida “Universidad Estatal de Milagro” por haberme abierto las puertas de sus aulas lugar en el cual brotan grandes generaciones de mujeres y hombres ilustres, llenos de conocimientos y valores.

A mi Madre y Maestros que con esfuerzo, comprensión dieron todo de sí mismo y supieron transmitir en mis sus sabios conocimientos, también a Dios por ser el quien me ha dado la fortaleza de llegar a concluir un etapa más de mi vida, gracias a todos y cada uno de ellos.

JOHANNA ANABEL CHICHANDE

DEDICATORIA

Todo mi esfuerzo y dedicación para que se realice este proyecto se la dedico a:

Las personas que me dieron la vida.

A la memoria de mi padre Ángel Héctor Narváez Alvear gracias al esfuerzo que realizo para darme los estudios he podido llegar a este momento, por darme el amor y el apoyo necesario en toda mi vida que aunque no se encuentra conmigo compartiendo mis logros desde el cielo me envía sus bendiciones y alegría por haber cumplido como padre y verme culminar la carrera universitaria.

A mi madre María Rosalva Escobar Naranjo con la cual he podido contar incondicionalmente la que ha pasado noches enteras acompañándome hasta que termine mis trabajos dándome los mejores consejos e inculcándome el respeto, valores y las fuerzas para que culmine mi carrera.

Gracias a mis padres soy la mujer de hoy en día, todo lo que soy se lo debo a ellos los Amo.

A mis hermanos Ángel, Julio, Jorge, Enrique, Mariela y demás familiares que de una o de otra manera han estado presentes cuando he necesitado de ellos en su debido momento.

A mis amigos y docentes que estuvieron en los buenos y amargos momento de vida, dándome fortaleza y los mejores consejos para que siga adelante.

En especial a mi amiga de Tesis que Gracias a Dios nos hemos sabido comprender para lograr realizar este proyecto.

ROSALVA NARVÁEZ ESCOBAR

AGRADECIMIENTO

Mis sinceros agradecimientos y gratitud a Dios, sobre todos las cosas y como coparticipe de una labor diaria hacia mis maestro quienes con nobleza, entusiasmo, esfuerzo y esmero dejaron en mi sus sabios conocimientos.

A mi querida Madre y Hermanas por constituirme una inagotable fuente de apoyo en el constante batallar por alcanzar mis objetivos deseados.

Y a nuestro prestigiosa “Universidad Estatal de Milagro” por haberme abierto las puertas de esta institución para formar parte de esta familia del saber.

JOHANNA ANABEL CHICHANDE.

AGRADECIMIENTO

Le doy gracias a Dios por darme salud y vida para esforzarme día tras día, alcanzar mis metas y sobre todo por brindarme la fortaleza necesaria para vencer cada uno de los obstáculos a lo largo de esta trayectoria de vida.

A mis padres por darme la vida por el esfuerzo que han hecho para darme una buena formación académica.

A la universidad Estatal de milagro por haberme abierto sus puertas, por los exigencias de docentes, y los directivos de la facultad que han sabido manejarla con dedicación.

Al Máster Jinsop Gamboa director de este proyecto, quien nos ha sabido guiar con sus gratos conocimientos por la dedicación prestada para la elaboración del mismo.

A cada uno de los docentes que en su debido momento impartieron sus conocimientos con amor y dedicación en las aulas de la universidad además de ser docentes fueron amigos que nunca se han negado al momento de ir en su ayuda mil gracias a cada uno de ellos.

A las personas que estuvieron presentes a lo largo de este proyecto que nunca dudaron en ayudarnos cuando lo necesitábamos.

ROSALVA NARVÁEZ ESCOBAR.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

Rómulo Minchala Murillo

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Distribución y Comercialización de Hilos Cola de Rata en la Ciudad de Milagro”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales

Milagro, 27 de Enero del 2012

JOHANNA CHICANDE VÁSCONEZ

C.I 0502189798

ROSALVA NARVÁEZ ESCOBAR

C.I 0921633327

ÍNDICE GENERAL

CARATULA O PORTADA.....	1
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	ii
CERTIFICACION DE LA DEFENSA	iii
DEDICATORIA.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
AGRADECIMIENTO	vii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
INDICE DE CUADRO	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
RESUMEN	xviii
Abstract	xx
INTRODUCCIÓN	22
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1 Problematización	1
1.1.2 Delimitación del Problema	2
1.1.3 Formulación del Problema	3
1.1.4 Sistematización del Problema.....	3

1.1.5	Determinación del Tema.....	3
1.1	OBJETIVOS	4
1.1.1	Objetivo General.....	4
1.1.2	Objetivos Específicos	4
1.2	JUSTIFICACIÓN.....	4
1.2.1	Justificación de la Investigación	4
CAPÍTULO II.....		6
MARCO REFERENCIAL		6
2.1	MARCO TEÓRICO	6
2.1.1	Antecedentes Históricos.....	6
2.1.2	Antecedentes Referenciales	8
2.1.3	Fundamentación	11
2.2	MARCO LEGAL.....	13
2.3	MARCO CONCEPTUAL	21
2.4	HIPÓTESIS Y VARIABLES	22
2.4.1	Hipótesis General.....	22
2.4.2	Hipótesis Particulares	23
2.4.3	Declaración de Variables.....	23
2.4.4	Operacionalización de las Variables	25
CAPÍTULO III.....		27
MARCO METODOLÓGICO.....		27
3.1	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	27
3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	28
3.2.1	Características de la Población	29
3.2.2	Delimitación de la Población	29

3.2.3	Tipo de la Muestra	29
3.2.4	Tamaño de la Muestra	29
3.2.5	Proceso de la Muestra.....	30
3.3	METODOS Y LAS TECNICAS.....	31
3.3.1	Método Teórico	31
3.3.2	Métodos Empíricos	31
3.3.3	Técnicas e Instrumentos	32
3.4	PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION ..	32
CAPÍTULO IV		33
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS		33
4.1	Análisis de la situación actual.....	33
4.1.1	Análisis de los Resultados	33
4.2	Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectivas.....	42
4.3	Resultados (en relación a los objetivos e hipótesis).....	44
4.4	Verificación de la Hipótesis.	44
CAPÍTULO V		46
PROPUESTA		46
5.1	TEMA.....	46
5.2	FUNDAMENTACIÓN	46
5.3	JUSTIFICACIÓN	48
5.4	OBJETIVOS	49
5.4.1	OBJETIVO GENERAL	49
5.4.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	49
5.5	UBICACIÓN	50
5.6	FACTIBILIDAD	51

5.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.	51
5.7.1	Actividades	52
5.7.2	RECURSO, ANÁLISIS FINANCIERO	52
5.7.3	Impacto	116
5.7.4	Cronograma	116
5.7.5	Lineamiento para evaluar la propuesta.	117
	CONCLUSIONES	118
	RECOMENDACIONES	119
	BIBLIOGRAFÍA	120
	LINCOGRAFÍAS	122
	ANEXOS	123

INDICE DE CUADRO

Cuadro 1 Operacionalización de las Variables	25
Cuadro 2 Encuesta Realizada a las Mujeres Milagreñas	33
Cuadro 3 Encuesta Realizada a las Mujeres Milagreñas.	34
Cuadro 4 Encuesta Realizada a las Mujeres Milagreñas	35
Cuadro 5 Encuesta Realizada a las Mujeres Milagreñas	36
Cuadro 6 Encuesta Realizada a las Mujeres Milagreñas.	37
Cuadro 7 Encuesta Realizada a las Mujeres Milagreñas	38
Cuadro 8 Encuesta Realizada a las Mujeres Milagreñas	39
Cuadro 9 Encuesta Realizada a las Mujeres Milagreñas	40
Cuadro 10 Encuesta Realizada a las Mujeres Milagreñas	41
Cuadro 11 Verificación de la Hipótesis	44
Cuadro 12 Análisis FODA	76
Cuadro 13 Análisis FO.....	77
Cuadro 14 Análisis DA	77
Cuadro 15 Análisis FOFADODA	78
Cuadro 16 Barreras de Entrada.....	87
Cuadro 17 Productos Sustitutos.....	88
Cuadro 18 Rivalidad entre Competidores Existentes.....	88
Cuadro 19 Poder de los Compradores	89
Cuadro 20 Negociación de los Proveedores.....	90
Cuadro 21 Resumen del Análisis del Nivel de Atractividad del Mercado	91
Cuadro 22 Activos Fijos.....	92
Cuadro 23 Depreciaciones de los Activos Fijos.....	93
Cuadro 24 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado de Meses.....	94
Cuadro 25 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado de Años.....	95
Cuadro 26 Detalles de Gastos	96
Cuadro 27 Detalles de Gastos	98
Cuadro 28 Varios Gastos de Oficina	99

Cuadro29 Presupuesto de Egresos	100
Cuadro 30 Presupuesto de Egresos	100
Cuadro 31 Presupuesto de Egresos	101
Cuadro 32 Presupuesto de Egresos	101
Cuadro 33 Presupuesto de Egresos Totales de los Cinco Años	102
Cuadro 34 Presupuesto de Ingresos	102
Cuadro 35 Presupuesto de Ingresos	103
Cuadro 36 Presupuesto de Ingresos	103
Cuadro 37 Presupuesto de Ingresos	104
Cuadro 38 Presupuesto de Ingresos Totales de los Cinco Años	104
Cuadro 39 Balance General.....	105
Cuadro40 Inversión del Proyecto	106
Cuadro41 Financiación del Proyecto	106
Cuadro 42 Tasa	106
Cuadro 43 Préstamos Bancarios	106
Cuadro 44 Tabla de Amortización en Años	107
Cuadro 45 Tabla de Amortización en Meses	107
Cuadro 46 Punto de Equilibrio	108
Cuadro 47 Formulación del Punto de Equilibrio	108
Cuadro 48 Flujo de caja Proyectado Mensual.....	110
Cuadro 49 Flujo de Caja Proyectado Anual.....	112
Cuadro 50 Índices Financieros	113
Cuadro 51 Tasa de Descuento	113
Cuadro 52 Tasa de Rendimiento Promedio	113
Cuadro 53 TIR	113
Cuadro 54 Ratios Financieros	114
Cuadro55 Punto de Equilibrio (Dolares y Porcentajes)	114
Cuadro56 Capital de Trabajo	114
Cuadro57 Datos	114
Cuadro58 Rendimiento de Liquidez	115
Cuadro 59 Rendimiento Corriente.....	115

Cuadro 60 Razones	115
Cuadro 61 Índice de Deuda	115
Cuadro62 Prueba Ácida	115
Cuadro 63 Cronograma.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	33
Gráfico 2.....	34
Gráfico 3.....	35
Gráfico 4.....	36
Gráfico 5.....	37
Gráfico 6.....	38
Gráfico 7.....	39
Gráfico 8.....	40
Gráfico 9.....	42
Gráfico10 Organigrama	58
Gráfico 11 Organigrama Funcional	59
Gráfico 12Plaza / Distribución	82
Gráfico 13Análisis 5 Fuerzas de Porter.....	86
Gráfico 14 Punto de Equilibrio	108
Gráfico 15Análisis de Costos	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sector Fronterizo de Comercio.....	17
Figura 2 Croquis.....	50
Figura 3 Producto Hecho de los Hilos.....	55
Figura 4 Logotipo.....	57



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TITULO DEL PROYECTO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HILOS COLA DE RATA EN LA CIUDAD DE MILAGRO”

AUTORES:

JOHANNA ANABEL CHICHANDE

ROSALVA NARVÁEZ ESCOBAR

RESUMEN

El trabajo de esta propuesta está basada en un Estudio para la creación de una distribuidora y comercializadora de hilos cola de rata, para elaborar carteras que será ubicada en la zona céntrica del Cantón Milagro en la Avenida García Moreno entre Eloy Alfaro Y 12 de febrero, esta idea nace del constante interés que tiene las amas de casa de obtener ingresos económicos dentro de sus hogares, sin tener que salir por mucho tiempo de estas y poder atender a su familia, sin embargo, ellas están sujetas a trasladarse fuera de la ciudad para adquirirlos es por esto que se nace la propuesta.

Este trabajo está distribuido por cinco capítulos que componen todo el proyecto, se detalla minuciosamente la problemática sus causas, efectos, objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, se establece una pequeña reseña histórica sobre esta actividad comercial, además se encontrara toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo encontrándose su respectiva hipótesis y variables.

Seguidamente se desarrolló el marco metodológico donde se identificó que el estudio de clase no probabilística, determinando el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se utilizó la herramienta investigativa conocida como dirigida a la ciudadanía Milagreña para comprobar si tendrá aceptación y poder satisfacer las expectativas de los consumidores, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se constató que la mayoría de la ciudadanía le interesa la propuesta.

Información relevante para afianzar con certeza la propuesta, donde se detalla todo lo concerniente a la “Distribuidora y Comercializadora”, También se realizó un detalle de gastos y la inversión total de esta propuesta, logrando con este trabajo tener un beneficio propio.

Después de todo lo antes expuesto esperamos que el trabajo cubra con sus exigencias y expectativas para emitir un buen criterio sobre lo tratado y cumplir con un requisito previo a la obtención del título de tercer nivel.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TITULO DEL PROYECTO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HILOS COLA DE RATA EN LA CIUDAD DE MILAGRO”

AUTORES:

JOHANNA ANABEL CHICHANDE

ROSALVA NARVÁEZ ESCOBAR

Abstract

The work of this proposal is based on a Study for the creation of a distribuidora and comercializadora of threads rat line to elaborate wallets that it will be located in the central area of the Canton Miracle in the Avenue García Moreno among Eloy Alfaro and February 12, this idea is born of the constant interest that has the housewives of obtaining economic revenues inside its homes, without having to leave for a lot of time of these and to be able to assist to its family, however, they are subject to move outside of the city to acquire them it is for this reason that one is born the proposal.

This work is distributed by five chapters that compose the whole project, it is detailed the problem minutely its causes, effects, objectives, delimitation, formulation and its corresponding justification, a small historical review settles down on this commercial activity, he/she was also all the necessary information for a better understanding of the investigative work being its respective hypothesis and variables.

Subsequently the methodological mark was developed where it was identified that the study of class non probabilística, determining the universe; that is to say the population's portion for the calculation of the sample where the well-known investigative tool was used as having directed to the citizenship Milagreña to check if he/she will have acceptance and power to satisfy the expectations of the consumers, once obtained the data of this tool you proceeded to carry out the interpretation of the results that is to say the gathering, tabulation and analysis of the investigative instrument, where it was verified that most of the citizenship interests him the proposal.

Outstanding information to secure with certainty the proposal, where all the concerning one is detailed the "Distribuidora and Comercializadora", he/she was Also carried out a detail of expenses and the total investment of this proposal, achieving with this work to have an own benefit.

After all him before exposed we hope the work covers with its demands and expectations to emit a good approach on that tried and to fulfill a prerequisite to the obtaining of the title of third level.

INTRODUCCIÓN

Es importante indicar que nuestro cantón al igual que otros se enfrenta a un cambio constante, en todos sus aspectos micro empresariales, económicos, culturales, infraestructura, educación, y social.

El presente trabajo está realizado en un Estudio de factibilidad para la Creación de una Empresa de distribución y Comercialización de Hilos cola de rata en el cantón San Francisco de Milagro.

La distribución y comercialización del hilo se lo ha venido haciendo de una forma malograda, dándole un tratamiento inadecuado a este producto, actualmente las personas que se dedican a la comercialización de hilos la venden a precios elevados y a ciencia cierta no saben en qué condiciones pueden adquirir el hilo, reciben estos productos para venderlo a la ciudadanía, sin importarles si les afecta o no económicamente de quienes adquieren este producto. La sociedad Milagreña prefiere adquirir este producto (hilo cola de rata) por su calidad, variedad de tonos, textura y accesorios que se puedan realizar, en vez de comprar otros productos de mala calidad que no estén acorde para realizar un buen trabajo.

Por ello, hoy en día los clientes exigen una atención de primera, producto de calidad, con precios accesibles, e infraestructuras adecuadas. Por tal motivo nace la idea de crear este proyecto con la finalidad de distribuir y comercializar el hilo para la elaboración de carteras tejidas en el mercado de mayoristas, minoristas, otros y así contribuir en la calidad de vida de las Milagreñas, satisfaciendo las necesidades y aceptando las exigencias de la ciudadanía en especial a los clientes potenciales de este producto.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En la Ciudad de Milagro existe una escasez de microempresas dedicadas a la venta de Hilos Cola de Rata con una variedad del producto en un mismo local, este tipo negocio se ve afectado por el alto costo del hilo lo que influye en el precio de venta del producto final dando un resultado negativo que se visualiza en la perdida de clientela y por ende en la declinación de los ingresos económicos en los negocios como al igual de las amas de casa.

Las distribuidoras de hilos se encuentran ubicadas en la ciudad de Guayaquil mientras que en nuestra ciudad solo encontramos pequeños intermediarios los mismo para ver utilidad han incrementado los precios de la materia prima, en este caso los hilos llevando a una mayor inversión por parte de quienes confeccionan los diferentes productos.

Las personas que se dedican a la elaboración de los diferentes productos se ven limitadas en cuanto a la variedad de hilos de gran cantidad, obligándose a trasladarse a puntos de ventas que suelen estar fuera de la ciudad lo que lleva a un incremento del costo de producción.

En su mayoría son amas de casas las que se dedican a la elaboración de diferentes productos y desconocen los puntos de ventas al por mayor de la materia prima de tal forma que terminan adquiriendo el hilo o producto al intermediario que les ofrece a un precio mayor.

La elaboración de los diferentes productos requieren una inversión en las adquisiciones de hilos de diferentes calidades y variedades para eso se necesita capital que tiene que ser invertido sin embargo los productores no poseen la cantidad monetaria necesaria para adquirirlos en mayor cantidad y obtener descuentos siendo así un reflejo positivo al disminuir sus costos y por ende trasladarlo a menores precios el producto final.

Si el problema del alto precio del hilo persiste conllevará a la pérdida de clientela y a un declinamiento de los ingresos económicos en los negocios como al igual de las amas de casa. Los talleres de capacitaciones tienen precios elevados, la poca cordialidad al momento de atender a los clientes y la limitada capacitación de las vendedoras.

Hemos visto la gran importancia económica que tiene la comercialización dentro del mercado y es por esto que se propone un estudio de factibilidad de distribuidora y comercializadora de hilos en la ciudad de Milagro.

1.1.2 Delimitación del Problema

País: Ecuador

Región: Litoral o Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Ciudad de Milagro

Sector: Zona Céntrica de la Ciudad de Milagro

Tiempo:

La investigación tendrá información referente a las estadísticas de las indagaciones a las amas de casa en ciudad de Milagro.

Universo:

La Ciudad Milagro tiene una población aproximada de 133.508 habitantes datos obtenidos en la INEC, por lo tanto se tomará como nuestro universo encuestado solo a las mujeres con hijos de 18 a 65 años.

1.1.3 Formulación del Problema

En la actualidad. ¿Qué factores inciden en la escasez de empresas dedicadas a la distribución y comercialización de hilos en la ciudad de Milagro?

1.1.4 Sistematización del Problema

¿Porque la comercialización de hilos en la ciudad de milagro son elevados?

¿Cuáles son las necesidades de la población en relación con la distribución de hilos?

¿Cuál es la limitación de las personas que se dedican a la elaboración de los diferentes productos?

¿Cuáles son las personas que se dedican a la elaboración de productos tejidos y por qué adquieren producto al intermediario?

¿Qué se requiere para invertir en la distribución de hilos a un precio económico?

1.1.5 Determinación del Tema

Estudio de factibilidad para la Creación de una Empresa de distribución y Comercialización de Hilos.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo General

Analizar el estudio de factibilidad para una distribuidora y comercializadora de hilos cola de rata, indagando mediante encuestas a la población determinada, para obtener un resultado favorable en nuestra investigación.

1.1.2 Objetivos Específicos

- ✓ Conocer el nivel de la demanda en la población para fomentar la compra del hilo cola de rata a un bajo costo, brindándoles capacitaciones para la elaboración de los diferentes productos tejidos.
- ✓ Analizar las principales características de los competidores cercanos al sector a través de una investigación de mercado para estar en un buen nivel competitivo acorde a la economía de la Ciudad de Milagro.
- ✓ Definir un plan de negocios acorde a los recursos de la microempresa para ser líderes en el mercado y satisfacer las necesidades de los clientes.

1.2 JUSTIFICACIÓN

1.2.1 Justificación de la Investigación

Por generaciones las empresas de cualquier rama se han visto inmersas en la problemática de su desarrollo no importando si esto ha sido fácil o difícil para ellas. A pesar de los dos rumbos que se les presenten se ha demostrado con hechos que sólo las mejores sobreviven. Cuando se ha conservado la permanencia en el mercado durante determinados periodos de tiempo en general optan para su desarrollo independientemente de su rubro.

Específicamente pretenden mejorar sus sistemas jerárquicos sistemas de información sistemas contables revolucionar sus sistemas de mercadotecnia o simplemente mejorar su publicidad.

Sin embargo, no todas estas cuentan con los medios necesarios para hacer de sí las mejores en su entorno, ya que éste avance no sólo depende de ellas mismas sino del ambiente en que están inmersas. Los medios no se limitan únicamente a cuestiones financieras, porque a pesar de que el dinero es tan esencial como una buena idea para definir el rumbo de la organización se desconoce la manera de cómo se puede implementar para el beneficio empresarial.

En todos los casos, tanto las pequeñas como las grandes organizaciones requieren directamente de la creación de Planes de Negocios, mismos que permitan crear un panorama a futuro de una idea de negocio. Además de ser una buena proyección para el emprendedor, también sirve de apoyo de ampliación y desarrollo de cualquier empresa.

Considerando a Milagro como una ciudad que se encuentra en continuo crecimiento y con una infraestructura adecuada para nuevas organizaciones, se forja una oportunidad de un negocio en la rama artesanal y empresarial que cubrirían de manera más adecuada las necesidades de sus clientes. Sin embargo al tratarse de un territorio amplio, contando con las demás ciudades que lo rodean, se cuenta con una población aproximada de 15.000 habitantes que tendrían la necesidad de adquirir estos productos y que los mismos cubren ciertos parámetros de crecimiento regional.

Por lo que el propósito de este proyecto es beneficiar a las mujeres con hijos, a las personas que deseen tener un ingreso económico y al cantón en general.

Es por ello que se ha decidido realizar esta investigación que servirá de base en la toma de decisiones fundamentales y en el rumbo que se pretende dar a esta micro-empresa.

Nunca olvidando la presencia y necesidad del cliente.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos.

Milagro es cantón desde el 17 de septiembre de 1913, esta floreciente población tiene un capítulo especial dentro de la historia ecuatoriana por sus tradiciones, las que han venido transmitiéndose de generación en generación.

La progresista ciudad de Milagro, una de las más importantes del litoral ecuatoriano, se halla asentada en tres haciendas convergentes Valdez Milagro y San Miguel. En la ciudad de Milagro, es de admitir su crecimiento poblacional, y una serie de ciudadelas que adornan y completan el marco atractivo de urbe progresista; su población pasa de los 133,508 habitantes, dividida en la actualidad en cuatro parroquias urbanas y esta a su vez en grandes sectores barriales.

1. Parroquia Camilo Andrade, con sus barrios centrales, La Granja y Banco de la Vivienda.
2. Parroquia Chirijo, con sus barrios Seguro Social, Chirijo Paraíso y Apolo.
3. Parroquia Enrique Valdez, con sus barrios Valdez, Rosa maría, San Francisco, Dager, Bellavista y Berlín Oeste.
4. Parroquia Ernesto Seminario, con sus barrios Nuevo Milagro, San Miguel, El Porvenir, Berlín Este y Vía Panisión.

Paralelamente con el crecimiento poblacional y urbanístico de Milagro ya en escala ascendente y pasos acelerados el desarrollo del comercio, la industria y la agricultura en sus predios cercanos.

El comercio se ha desarrollado un 80% en Milagro. Somos un cantón agrícola y hasta acá llegan camiones y camionetas de Machala, Cuenca, Ambato, Quito, entre otras zonas, en busca de nuestras cosechas. Pero no tienen un mercado de transferencias fijo, que pueda exponer la variedad de productos y ofertas”, explica Roberto Santur, presidente de la Cámara de Comercio de Milagro.

La reactivación de la línea férrea se ha convertido también en otra promesa que los habitantes auguran incrementará el turismo, el comercio local y extranjero.

La industria del comercio está formada por un conjunto de empresas interrelacionadas al consumo de bienes, tanto dentro de cada ciudad. Son un conjunto de empresas económicamente relacionadas – venta de bienes al por menor, empresas interpuestas que poseen muchas características en común. Algunas de las técnicas que precisan son muy similares por ejemplo el trato con el público adquiere y la variedad de productos con una importancia muy particular en todas ellas.

La ‘cola de rata’ es un hilo de polipropileno. Es decir, se trata de una cuerda plástica resistente formada por carbono e hidrógeno, con la que se tejen carteras, botas, sandalias, correas de carteras, entre otros. Esos accesorios los elabora este microempresario en Quito, e importarlo desde Perú, en el 2006.

El hilo cola de rata es un material completamente sintético. A mí me gusta mucho para hacer carteras, pues siempre quedan muy duritas y bien formadas. Además de esto, también es un material artesanal, dándole a nuestra cartera un toque de autenticidad. Una de las ventajas de este material es que al aplicarle fuego se derrite. Así se oculta más fácil los pedacitos que quedan al final e inicio de cada tejido.

Como este material es grueso, debemos usar siempre un crochet grueso y que sea cómodo para tejer, eso evitará los dolores musculares luego de algunas horas tejiéndolo.

Después de terminar la cartera, siempre se debe de forrar con tela, esto hará que se cuide el interior de la misma, para que no se enganche con nada y nos dure mucho tiempo.

Él es el encargado de disipar esta errada idea, explicando que el nombre del hilo, según lo que ha escuchado de los expertos, es el resultado de la denominación que le dieron los chinos, debido a la similitud con la cola del roedor.

Además se trata de un material muy resistente. Lo confirman quienes se atreven a probar con él. Es el caso de Elsa Luna. Ella lleva cerca de un año empleando cola de rata y colita 'light' (cordón más delgado) para tejer carteras que luego vende. Está dedicada a esta actividad que, aparte de ser su pasatiempo favorito, se ha convertido en la fuente de ingresos económicos. "Un día caminaba por aquí. Vi que había mucha gente y me dio curiosidad. Entré y me explicaron que por la compra del material me enseñaban a tejer", recordó, mientras hilaba, con nuevas puntadas, un muñequito.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Las iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.

Desarrollo de la Microempresa está compuesto de negocios que carecen de acceso adecuado a servicios financieros y comerciales, en todos los campos de la actividad económica (incluido el comercio, la agricultura, la manufactura y los servicios).

A pesar de su pequeño tamaño, las microempresas producen una gran parte del empleo, producto e ingresos de la región. Más del 80% de los negocios en América Latina.

El sector de la microempresa es extremadamente heterogéneo y varía considerablemente en cuanto a tamaño relativo y composición en las distintas ciudades de la región.

Aunque las microempresas varían considerablemente, la mayoría de los dueños y sus empleados son personas de bajos ingresos.

Los negocios, propiedad de mujeres, representan uno de los segmentos de más rápido crecimiento en este sector, la microempresa son los principales (y en ocasiones los únicos) modelos que eligen los emprendedores a la hora de organizarse e intentar alcanzar sus metas y objetivos.

El microempresario puede tener un mejor acceso a un proyecto con el cual podrá tener una buena idea de negocio. Las microempresas la desarrollan los pequeños y medianos productores de la zona que buscan establecer su propia fuente de trabajo socializado buscando la mejoría y calidad de un estado productor y financiero.

La producción de las microempresas compite con productos elaborados en el sector moderno fabril. La microempresa utiliza relativamente la mano de obra y permiten, por lo general, una producción flexible.

Carteras y accesorios tienen algo en común: 'Cola de rata'

Gino Pazmiño comercializa productos elaborados con 'cola de rata'. Es un hilo de plástico con el que se tejen carteras, sandalias, etc.

Imaginarse a la 'cola de rata' como materia prima para la elaboración de una cartera, es la oferta que llama la atención de los clientes de Gino Pazmiño.

Esos accesorios los elabora este microempresario en Quito, desde el 2006.

Su local está en las calles Venezuela y Olmedo, (Centro Histórico). Este negocio vende entre USD 350 y 500 diarios por la venta del hilo y sus elaborados.

Pazmiño, quien es diseñador gráfico, incursionó en el negocio de la bisutería en agosto del 2005. Al inicio recibió en préstamo, por un monto de USD 10 000, mercaderías (collares, pulseras de mullos, etc.) y así se inició con esta iniciativa, aunque desconocía el alcance del negocio.

El primer día que abrió el local, recuerda que vendió USD 60. "Las personas venían a comprar y les preguntaba para qué servía cada una de las cosas que distribuía. Así aprendí de mis clientes". Una de sus compradoras le pidió unas pepitas pequeñas para elaborar carteras.

Como en su local no disponía de aquello, Pazmiño le pidió más explicación del producto y lo agregó a su lista. Una vez que averiguó más sobre los pedidos, encontró el hilo ‘cola de rata’. “Me llamó la atención el nombre y por eso empecé a importarlo desde Perú, en el 2006”.

Pero para comercializarlo, aprendió a tejer. Es así que también incluyó en su almacén la capacitación en tejidos. De esta manera, quien compra las madejas de hilo puede aprender a hilar sin ningún costo.

Diariamente, a este almacén llegan aproximadamente 50 personas. Allí se enseñan tres tipos de técnicas de tejido: a croché, agujones y a mano.

María Palomo es una de sus clientas desde el 2009. A ella le gusta tejer y al ver las carteras en las perchas del almacén de Gino Pazmiño preguntó sobre la técnica de tejido. Desde ahí acude dos veces por semana a tejer junto a su hija, Britany Palomo, quien también, con croché en mano, aprende puntadas diferentes.

Hasta el 2009, Pazmiño importó este hilo de Perú. En ello invertía USD 6 000 cada semana. En agosto de este año compró dos máquinas cordoneras que tejen el polipropileno y lo transforman en hilo. Ahora cuenta con 10 máquinas y, en los últimos cinco años, ha invertido unos USD 20 000. Tiene una producción semanal de 3 500 madejas en 80 colores.

Viviana Marín es otra de sus clientas. Ella compra el hilo para elaborar cartucheras para sus sobrinas. También le gustan los modelos de carteras. “Él (Pazmiño) tiene modelos que están a la moda”.

En el negocio trabajan cinco personas: tres en la confección y dos en el local.

El mercado

Las ciudades. Gino Pazmiño distribuye el hilo ‘cola de rata’ en Santo Domingo, Lago Agrio y Tulcán. También forra las carteras.

Los precios. Las madejas del hilo cuestan USD 1 y la de ‘cola de rata light’ o delgado cuesta USD 0,85. Los precios de las carteras están entre USD 6 y 35. La iniciativa tiene más de 150 modelos de carteras.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación Científica

Es una necesidad para las comunidades urbanas de toda la Provincia encontrar la forma de canalizar y organizar sus esfuerzos en pos de un desarrollo sustentable y sostenible que les permita aprovechar en forma eficiente y responsable el gran cúmulo de recursos de que dispone la región. Así, frente a necesidades comunes, se hace evidente la posibilidad de desarrollar estrategias, que permitan a todos los países con características similares enfrentar unidos este gran desafío de los tiempos actuales, que en definitiva se convertirá en la herencia duradera de las generaciones del mañana.

La empresa es la asociación de varias personas que buscan un bien común, participan de los gastos y beneficio que ofrece la misma, genera empleo y produce bienes y servicios con la única finalidad de obtener utilidad.

El objetivo de cada micro empresa es producir bienes y servicios que van a satisfacer las necesidades del consumidor.

Tejer siempre ha sido un momento de placer, de relax, donde uno hace cosas para adornar, mimar, gratificar y hasta para abrigar y proteger. La técnica que se disfruta es la de crochet, y en esa técnica está basado casi todo el trabajo de los catálogos. Les gusta muchísimo tejer a las consumidoras con colores brillantes y contrastantes, tomar el desafío de que el producto final quede armonioso.

El sector textil ecuatoriano quiere apostar por las marcas en su producción para ofrecer un valor agregado y ganar identidad. Esto en vista de que solo alrededor de unas 20 empresas de esa industria han registrado una marca. El resto de productores de hilos así como los dedicados a la confección tienen una identidad genérica, según la Asociación de Industriales Textileros del Ecuador (AITE).

Fundamentación Empresarial

En general el proceso de planificación a nivel empresarial constituye un proceso complejo, caracterizado por un conjunto de trabajos interconectados que parten de unas directivas a considerar y concluyen con la conformación del plan financiero de la organización (plan económico anual de la empresa).

Según las diferentes experiencias de planificación, este proceso tiene sus particularidades, sobre todo en los que respecta a experiencias de planificación empresarial en países capitalistas y economías de mercado.

Es importante destacar, que el tratamiento de las directrices, como punto de partida para la planificación empresarial, tiene sus particularidades en dependencia del tipo de economía, pues las diferencias entre el capitalismo y el socialismo es consecuentemente entre ambos tipos de planificación (dada fundamentalmente por su alcance, en tanto lo permiten las relaciones de propiedad), determinan su naturaleza, amplitud y formas de consideración en la elaboración de los planes.

Fundamentación Comercial

Capacitar a las amas de casa en el uso de técnicas, estrategias y políticas apropiadas que promuevan el posicionamiento de las microempresas locales y la producción de bienes o servicios innovados tecnológicamente de tal forma que señalen el progreso de la región, creando cadenas productivas empresariales altamente competitivos.

Desarrollar los conceptos fundamentales sobre el mercadeo, para generar competencias, habilidades destrezas, actitudes y comportamientos de tal forma que pueda tomar decisiones gerenciales más acordes con la realidad empresarial.

Desarrollar competencias gerenciales en el área del mercadeo empresarial fundamentadas en la toma de decisiones efectivas para el desarrollo de la empresa que esté a su cargo.

2.2 MARCO LEGAL

Nos amparamos en las diferentes leyes de establecimientos tributarios, también es necesario cumplir con los régimen municipales que están PRE establecidos como: el caso de permiso de funcionamiento municipal, permiso de exposición publicitaria en la vía pública, prevención de incendios en el cuerpo de bomberos, registro único de contribuyente y las especificaciones que debe cumplir los dueños como socios y acreedores de las mismas. Siendo necesario ampliar los aspectos legales que de acuerdo a las leyes y reglamentos son aplicados a la constitución de una empresa.

1.-Solicitud del Certificado Mercantil para la adquisición de nombre o razón social.

Este trámite se efectúa en las oficinas de los registros públicos. La cual sirve para verificar si no existe un nombre igual o similar al de la empresa que se va a constituir.

2.- Elaboración de la Minuta

Este documento indica el tipo de empresa o sociedad, el estatuto que lo rige

Datos del titular o socios.

- Nombre
- Domicilio
- Estado civil
- Nacionalidad
- Ocupación
- RUC

Si el aporte del capital es en efectivo se presenta una copia de la minuta para abrir una cuenta en el banco de su preferencia y depositar como mínimo el 25% del capital social.

Si es en bienes se adjunta a la minuta un informe detallado de enseres y su valor correspondiente.

3.- Permisos de cuerpo de bomberos

Es un documento que da la mencionada entidad del estado una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local en la cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- Copia del RUC
- Copia Nombramiento Representante Legal
- Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal
- Planilla de Luz.

4.-Tramite Notarial.

- ✓ Minuta de constitución de la empresa, original y copia simple.
- ✓ Constancia de depósito bancario de apertura de la cuenta corriente a nombre de la empresa que se va a constituir.
- ✓ Copia simple de los documentos de identidad de los otorgantes y cónyuges en caso de ser casados.
- ✓ Pago de los derechos notariales.
- ✓ La escritura pública de constitución, el notario o el titular de la empresa tiene que enviarla a registros públicos para su inscripción.

5.- Requisitos para la Obtención del Registro único de Contribuyentes.

- ✓ Cedula de Ciudadanía y papeleta de votación.
- ✓ Recibo de agua, luz o teléfono.
- ✓ Llenar el formulario respectivo.

Para las personas jurídicas se requiere:

- ✓ La escritura de constitución de la compañía;
- ✓ Copia de la cedula de ciudadanía del representante legal; y llenar un formulario.

6.- Autorización y Licencia de Funcionamiento Municipal.

En la municipalidad del Cantón Milagro donde se instalara el negocio se tendrá que tramitar la licencia de funcionamiento.

Licencia Anual de Funcionamiento.

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal
- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante legal
- ✓ Planilla de luz
- ✓ Formulario de declaración para obtener las patente

7.- Tasa de Habilitación o Permiso de Funcionamiento.

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal
- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.
- ✓ Formulario de declaración para obtener la patente.

Requisitos de ingreso de mercadería en la aduana del Ecuador

- ✓ Todo viajero que ingrese por las fronteras terrestres del país mercancías sujetas al pago de tributos, cuyo valor sea menor o igual a USD \$2.000,00 (o su equivalente en otra moneda); deberá presentar la **Declaración Aduanera Simplificada (DAS)**, y adjuntar los documentos solicitados por Aduana.
- ✓ Si el valor de las mercancías sujetas al pago de tributos supera los USD \$2.000,00 (o su equivalente en otra moneda); estas se manejarán como una importación común debiendo presentar la **Declaración Aduanera Única (DAU)**, y cumplir con todas las formalidades aduaneras correspondientes para su nacionalización; esto es: registrarse como operador de Comercio Exterior (OCE), contar la asesoría y servicios de un Agente de Aduana autorizado por la Aduana del Ecuador.
- ✓ Independiente del tipo de mercancías que se importe, la Aduana del Ecuador podrá requerir:
- ✓ Certificados de Origen de los países con los que el Ecuador mantienen acuerdos comerciales (para acogerse a la exoneración de tributos correspondientes)
- ✓ Documentos de Control previo exigidos por regulaciones del COMEXI.

Todas las mercancías que NO se consideran efectos personales del viajero, deben declararse como tributables en la Declaración Aduanera Simplificada (DAS), la cual será entregada por el funcionario aduanero al ingreso al país.

La falsa declaración será considerada como un delito aduanero.

¿Sobre qué valor se Pagan Los impuestos?

La base imponible para el cálculo de los tributos sobre las mercancías es el valor CIF. Este se obtiene sumando el valor de la mercancía soportada en la factura, adicionando el valor del flete más el costo del seguro.

- **PRECIO FOB** *(costo de la mercadería en la factura)
- **FLETE** (En frontera, 10% del valor del FOB de las mercancías importadas)
- **SEGURO** (2% de la suma del Precio FOB + Flete)

TOTAL CIF

En caso de no tener las facturas correspondientes, un funcionario aduanero lo asistirá determinado el valor de los bienes.

Una vez obtenido el valor CIF, podrá hacer el cálculo de los impuestos. El valor total a cancelar por el importador es la suma de los impuestos.

** El valor FOB es igual a la suma del valor de las mercaderías más los gastos internos hasta ubicarlas sobre el medio de transporte que lo llevará a su destino final.*

Datos Importantes

En el evento que se encuentren mercancías de prohibida importación, objetos que atenten contra la moral pública, sustancias estupefacientes y psicotrópicas, así mismo mercancías que no han pagado los tributos al comercio exterior y que hayan ingresado a los Distritos Aduaneros Fronterizos, se procederá obligatoriamente a la aprehensión de las mismas, y se someterán a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Aduanas.

Para el ingreso o salida de dinero o instrumentos financieros se procederá de acuerdo con la normativa vigente.

Figura 1 Sector Fronterizo de Comercio



Base Legal

Decisión N-.617 y N-.636 de la Comunidad Andina.

Art. 58 de la ley Orgánica de Aduanas.

Art.75 del Reglamento a la ley Orgánica de Aduanas.

Resoluciones N-.590, N-.592, y N-.612 del Gerente General de la Corporación Aduana Ecuatoriana

Artículo 58. Para la reexpedición de mercancías de procedencia extranjera de la franja o región fronteriza al resto del país, las contribuciones se determinaran considerando el valor en aduana de las mercancías en la fecha en que se hubieran dado los supuestos a que se refiere la fracción i del artículo 56 de esta ley, y se actualizarán en los términos del artículo 17-a del código fiscal de la federación.

Tratándose de mercancías que hayan sido objeto de procesos de elaboración o transformación en dicha franja o región se estará a lo siguiente:

I. Cuando al producto terminado le corresponda una fracción arancelaria diferente a las mercancías de procedencia extranjera empleadas o incorporadas en los procesos de elaboración o transformación no le será aplicable el primer párrafo de este artículo. En este caso, las contribuciones se determinaran al momento de la reexpedición considerando únicamente el valor en aduana de las mercancías extranjeras empleadas e incorporadas así como la clasificación arancelaria del producto terminado.

II. Cuando las mercancías incorporadas al producto terminado puedan ser identificadas el importador podrá optar por pagar los impuestos conforme a lo dispuesto en el primer párrafo o a lo señalado por la fracción y de este artículo.

Las obligaciones en materia de regulaciones y restricciones no arancelarias excepto tratándose de cuotas compensatorias en los casos a que se refieren las fracciones anteriores serán las que correspondan a la fecha de la reexpedición.

Tratándose de mercancías usadas que se reexpidan al resto del territorio nacional que hubieran sido importadas como nuevas a la franja o región fronteriza, no requerirán permiso para su reexpedición, siempre que se pueda comprobar dicha circunstancia. Lo dispuesto en este párrafo no será aplicable a la reexpedición de mercancías usadas cuya importación como nueva a la franja o región fronteriza no requiera de permiso y si lo requiera para su importación al resto del territorio nacional.

SOLICITUD DE APROBACIÓN DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Se anexa con la solicitud que debe tener firma de abogado, cuatro copias certificadas de la escritura de constitución, con una copia del certificado de votación del abogado patrocinador, en la que se solicita se apruebe la constitución de la compañía (Art.136 de la Ley de Compañías).

- a. Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías.
- b. Protocolización de la resolución aprobatoria.
- c. Publicación de un diario de la localidad del extracto de la escritura.
- d. Inscripción en el registro mercantil.
- e. Designación de los administradores de la compañía por la junta General que se reunirá inmediatamente.
- f. Inscripción en el Registro Mercantil de los nombramientos de los administradores. Esta inscripción deberá dentro de 30 días posteriormente a su designación y la fecha de inscripción será la del inicio de sus funciones.
- g. Obtención de Registro de Sociedades de la compañía en la Superintendencia de Compañía, anexando la copia de la escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil, original del nombramiento.
- h. Del representante legal, original de la publicación del extracto y formulario 01 conteniendo todos los datos de la compañía.
- i. Autorización de la Superintendencia de Compañía para retirar fondos de la cuenta de integración de capital.
- j. Obtención del RUC en el Servicio de rentas, anexando original del registro de sociedades, copia de cualquier planilla en la que aparezca la dirección donde funcionará la compañía, copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal; copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal y carta de autorización de la persona que va a realizar el trámite.

La escritura constitutiva de la sociedad anónima deberá contener, los siguientes datos:

- ✓ La parte exhibida del capital social;
- ✓ El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social, salvo lo dispuesto en el segundo párrafo de la fracción 4 del artículo 125.
- ✓ La forma y términos en que deba pagarse la parte insoluta de las acciones;
- ✓ La participación en las utilidades concedidas a los fundadores;
- ✓ El nombramiento de uno o varios comisarios;
- ✓ Las facultades de la asamblea general y las condiciones para la validez de sus deliberaciones, así como para ejercicio del derecho del voto, en cuanto las disposiciones legales puedan ser modificadas por la voluntad de los socios.

Requisitos para la Constitución de la Sociedad Anónima:

- ✓ Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos escriba una acción por lo menos.
- ✓ Que se exhiba en dinero en efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario, y
- ✓ Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

SOLICITUD DE MATRÍCULA DE COMERCIO (DE ACUERDO AL JUZGADO)

Demanda dirigida al juez de lo civil, solicitando se faculte el interesado a ejercer ciertas actividades comerciales, productivas o de servicio con determinadas especializaciones. Se debe presentar por cuadruplicado la siguiente documentación:

- ✓ a) Demanda firmadas por comerciantes y abogado patrocinador.
- ✓ b) Comprobante de pago de tasa respectiva en entidad bancaria (correspondiente al 1% de la cuantía del capital).

PAGO DE TASA MATRÍCULA DE COMERCIO.

- ✓ Certificación de documentos
- ✓ Inscripción en el Registro Mercantil
- ✓ Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos
- ✓ Obtención de la Patente del comerciante.
- ✓ Permiso de funcionamiento o tasa de habilitación (una vez realizada la inspección).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Canalizar.- Recoger corrientes de opinión, iniciativas, aspiraciones, actividades, y orientarlas eficazmente, encauzarlas.

Cúmulo de recursos.- Junta, unión o suma de muchas cosas no materiales, como negocios, trabajos, razones, etc.

Desarrollo.- Evolución progresiva de una economía hacia mejores niveles de vida.

Directrices.- Conjunto de instrucciones o normas generales para la ejecución de alguna cosa.

Emprendedores.- Que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas..

Flexible.- Que no se sujeta a normas estrictas, a dogmas o a trabas

Heterogéneo.- Compuesto de partes de diversa naturaleza.

Hilo cola de rata.- Se trata de un hilo de polipropileno que se utiliza para hacer carteras, bolsos, cartucheras, billeteras, zapatos

Hilo de polipropileno.- Trata de una cuerda plástica resistente formada por carbono e hidrógeno.

Industria: Conjunto de operaciones ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales. Instalación destinada a estas operaciones.

Mercadeo.-Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía desde el productor al consumidor.

Mercados: Conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público.

Moderno fabril.- Perteneciente o relativo a las fábricas o a sus operarios.

Producción.-Acción de producir

Reactivación.-Acción y efecto de reactivar

Sustentable.- Que se puede sustentar o defender con razones

Trabajo socializado.- Acción y efecto de trabajar sociablemente.

Trabajos interconectados.- Esfuerzo humano aplicado a la producción que se interconectaa una riqueza, en contraposición a un capital.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La creación de una microempresa que se dedica a la distribución y comercialización de hilos cola de Rata, generará un rendimiento económico a un nivel óptimo en la ciudad de Milagro.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ✓ La distribución de los hilos para la elaboración de los diferentes productos en la ciudad de Milagro disminuirá los costos en la Producción de la Empresas que se dedican a este negocio.
- ✓ La distribución de hilos a un bajo costo logrará satisfacer las necesidades y generar mayores ventas e ingresos a las familias Milagreñas.
- ✓ La inversión en este sector dependerá de la experiencia y los recursos necesarios.
- ✓ Los talleres de los diferentes diseños para elaboración de los productos tienen un bajo costo y por esto tendremos una mayor clientela.

2.4.3 Declaración de Variables

VARIABLE 1:

Independiente: escasez materia prima.

Dependiente:

- Alto costo de los hilos
- Pérdida de clientela
- ingresos económicos.

VARIABLE 2:

Independiente: Distribuidoras fuera de la ciudad.

Dependiente: Mayor inversión.

VARIABLE 3:

Independiente: puntos de ventas.

Dependiente:

- ✓ Δ costo de producción.
- ✓ variedad de hilos.

VARIABLE 4:

Independiente: ventas al por mayor.

Dependiente: intermediario precio mayor.

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 1

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADOR
INDEPENDIENTES		
Escasez materia prima.	Insumos que se emplean para la producción y que pueden llegar a presentar faltantes paralizando el sistema productivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Paralización de la producción. • Inventarios por debajo de las cantidades Mínimas.
Distribuidoras fuera de la ciudad	Son empresas que se dedican a la venta o transferencias de productos al por mayor y menor.	<ul style="list-style-type: none"> • Números de puntos de Ventas.
Puntos de ventas.	Lugar que se dedica a la distribución de Productos.	<ul style="list-style-type: none"> • Números de negocios dedicados a la distribución.
Ventas al por mayor	Transferencia de productos en grandes cantidades permitiendo así abaratar los costos de distribución y disminución del precio al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen de Ventas. • Cantidad de Clientes.
DEPENDIENTES		
Alto costo de los hilos	Precios elevados durante los procesos productivos.	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de Materia Prima
Pérdida de clientela	Disminución de los clientes reales que mantiene la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Banco de datos de los clientes. • Demanda.

		<ul style="list-style-type: none"> • Cuantificación de demanda. • Ingreso de demanda
Ingresos económicos	Cantidades Monetarias que ingresan a los negocios como resultado de su actividad comercial productiva.	<ul style="list-style-type: none"> • Márgenes de utilidad. • Volumen de Ventas. • Liquidez Empresarial. • Solvencia empresarial.
Mayor inversión.	Cantidades Monetarias que se destinan a mejorar las actividades empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> • Monto de Inversión. • Adquisición de Activos Productivos.
Δ Costo de producción	Aumento de los precios de la MP para producción.	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de Producción.
Variedad de hilos.	Distintas formas en que se presenta el hilo o el producto.	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen de adquisición.
Intermediario Precio Mayor	Tercera persona que interviene en una compra y alza del precio final.	<ul style="list-style-type: none"> • Números de negocios dedicados a la distribución.

Fuente: Johanna Chichande y Rosalva Narváez

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Nuestro trabajo es de campo debido a que hemos obtenido información directa de las personas que conforma nuestro grupo objetivo; también corresponde a una investigación bibliográfica que se ha fundamentado en obtener información ya establecida que ha permitido enriquecer nuestro marco teórico y posteriormente determinar los componentes que forman parte de la propuesta .

Investigación Exploratoria.- Se utiliza este tipo de investigación cuando hay necesidad de buscar un conocimiento con mayor profundidad sobre problemas y datos específicos.

Investigación Casual.- Se utiliza esta investigación cuando existe una variable que causa o determina otra variable.

Investigación Descriptiva.- Está investigación se utiliza para analizar los mercados:

- ✓ Los consumidores.- Comparación del producto con los productos de la competencia.
- ✓ Las características socio demográficos y demográficos.

Investigación Exploratoria.- Es investigación inicial conducida para aclarar y definir la naturaleza de un problema.

La investigación exploratoria es la etapa inicial para eliminar del proceso de investigación, la información se recolecta de fuentes primarias o secundarias con el fin de suministrar información sobre el problema e identificar cursos de acción.

El tipo de investigación que se utiliza para la realización de esta investigación es de tipo de exploratoria, ya que permite obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular.

La fuente principal en la investigación que nos proponemos a realizar es de tipo **no experimental** porque no se verán afectadas las variables dependientes e independientes, en consecuencia tendrá una aplicación **transversal**, empleando técnicas como la encuesta, la misma que vamos a aplicar a un grupo objetivo que permitirá conocer sus requerimientos o exigencias.

La presente investigación también es de tipo **descriptiva** y **explicativa** debido a que se hace un análisis minucioso de cada uno de los factores o variables que se ha investigado y posteriormente se explica a través de un análisis la incidencia de cada uno de ellos, en la factibilidad del proyecto propuesto.

El tipo de investigación al mismo tiempo se caracteriza por ser **exploratoria** y **diagnostico** obviamente porque al efectuar el trabajo de campo se realizó un estudio minucioso del mercado, permitiéndonos diagnosticar la posibilidad de éxito y además verificar las hipótesis planteada (comprobación de hipótesis). Todo lo que se ha mencionado nos permite concluir con la factibilidad del proyecto.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la Población

Nuestro trabajo de investigación se enfoca al sector micro empresarial dedicado a la elaboración de productos artesanales ya sean tejidas a crochet, macramé, agujones específicamente a las mujeres con hijos que están dispuestas a obtener una fuente de ingresos.

3.2.2 Delimitación de la Población

Para el estudio de este problema y la ejecución de este proyecto es importante definir la población. Mujeres con hijos de 18 a 65 años de edad dedicadas a la elaboración y comercialización de productos tejidos a crochet, que estén interesadas y en capacidad de practicar el trabajo artesanal, considerando la población del cantón Milagro.

3.2.3 Tipo de la Muestra

Nuestro estudio se basa en la muestra probabilística y de tipo aleatoria simple, debido a que todos los habitantes podrán sugerir y de los cuales se podrá obtener información para modificar soluciones al estudio que estamos realizando.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

El universo a que está direccionado nuestro proyecto de distribuidora y comercializadora de hilos para la elaboración de diferentes productos es de 38.817 personas de la ciudad de Milagro que comprende un segmento demográfico que va dirigido a las mujeres con hijos de 18 a 65 años de edad. La muestra específica:

n= tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población.

p=posibilidad de que ocurra un evento, **p=0,5**

q= posibilidad de no ocurrencia de un evento, **q=0,5**

E= error, se considera el 5%

Z= nivel de confianza, que para el 95%, **Z**=1,96.

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{z^2} + pq}$$

$$n = \frac{38.817 * 0.5 * 0.5}{\frac{(38.817-1)0.05^2}{1.96^2} + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{9.704,25}{\frac{97,04}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{9.704,25}{25,5103082}$$

$$n = 380$$

3.2.5 Proceso de la Muestra

Se utilizará la selección sistemática de elementos muestrales los habitantes del cantón Milagro del área central debido a que la población es muy amplia, las cuales contribuirán de manera acertada a cada una de las encuestas a realizarse a las mujeres con hijos.

Selección Sistemática de Elementos Muestrales: Es aquel en el cual se toma una unidad estimada de muestreo después de un arranque aleatorio. El primer elemento de la muestra se escoge en forma aleatoria a partir de los números 1 hasta k (intervalo de la selección sistemática) se eligen los elementos subsecuentes a intervalos dados (k). El muestreo se denomina número de arranque u origen aleatorio, los elementos poblacionales que serán seleccionados posteriormente

serán el 14, 24, 34. Hasta completar el tamaño de la muestra. Por supuesto, que previo a ello, se deberán enumerar todos los elementos poblacionales del 1 hasta N.

3.3 METODOS Y LAS TECNICAS

3.3.1 Método Teórico

Entre los métodos teóricos tenemos el método Histórico, pues está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales. Mediante el método histórico se analiza la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia. Los métodos lógicos se basan en el estudio histórico poniendo de manifiesto la lógica interna de desarrollo, de su teoría y halla el conocimiento más profundo de esta, de su esencia.

También se utilizó el método sintético porque es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. Consiste en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad, este se presenta más en el planteamiento de la hipótesis. El investigador sintetiza las superaciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa que someterá a prueba.

En el método analítico, se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado.

3.3.2 Métodos Empíricos

Los métodos cuantitativo y cualitativo son ambos principalmente empíricos y emplean la observación. El ciclo empírico consiste en las siguientes fases:

Dentro de los métodos empíricos se utilizó el de la observación porque es un método para reunir información visual sobre lo que ocurre, lo que nuestro objeto de estudio hace o cómo se comporta.

Método lógico deductivo: Mediante él se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios.

Se va a trabajar con el Método Hipotético Deductivo; ya que es el procedimiento mediante el cual la actividad se convertirá en una práctica científica a través de varios pasos a seguir que son muy importantes para nuestro estudio, las cuales son: observación del fenómeno, deducción de consecuencias, comprobación de la verdad.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

Las técnica a utilizar serán las encuestas a las mujeres con hijos entre los 18 a 65 años, de esta ciudad con un número de 9 preguntas de tipo abiertas. La encuesta se realizara a un número de 380 habitantes.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

Para la tabulación y análisis de los datos correspondientes a este estudio, se utilizará gráficos circulares en cada una de las preguntas de las encuestas hechas y también se realizará la interpretación de las mismas, cada uno de estos cuadros estadísticos estará con enumeración y pie de página y tendrá su propio índice de datos.

Así se logrará emitir los resultados estadísticos de forma rápida, con calidad y eficiencia al trabajo.

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual.

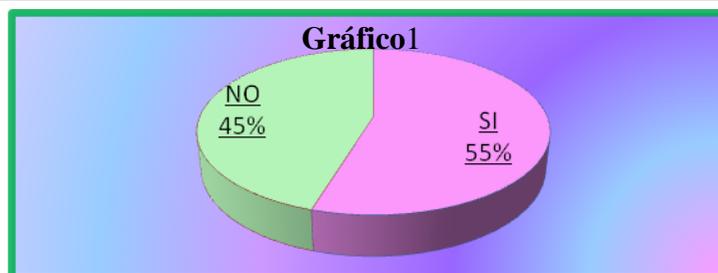
Para el análisis actual se realizó el trabajo de campo y obtuvimos los siguientes resultados en las encuestas.

4.1.1 Análisis de los Resultados

1.- ¿Tiene usted conocimiento acerca de los hilos para elaborar productos a crochet?

Cuadro 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	208	55%
NO	172	45%
TOTAL	380	100%



Análisis.- Como se puede observar las personas tienen un (55%), de conocimiento acerca del hilo para elaborar diferentes productos. Dando así que la muestra poblacional tiene capacidad y habilidad para aprender la elaboración de productos con hilo cola de rata.

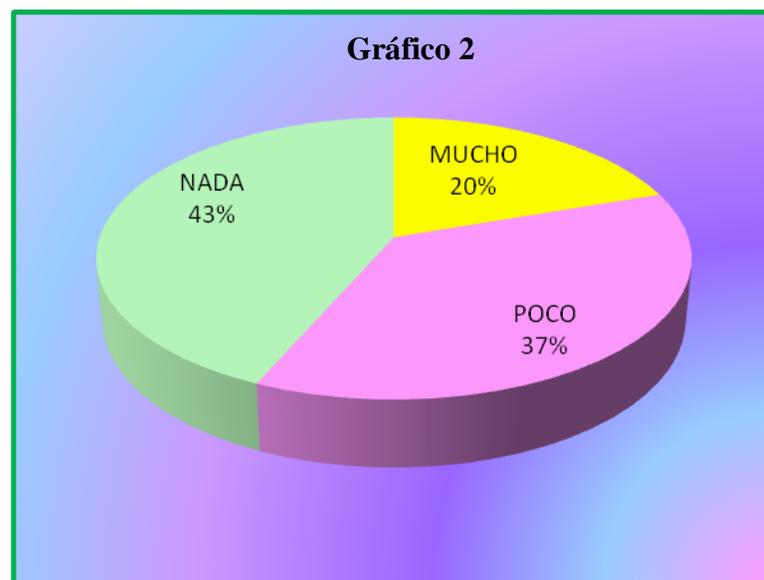
Autor: Chichande Anabel & Narváez Rosalva

Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta

2.- ¿Usted conoce de la elaboración de productos tejidos con hilo cola de rata?

Cuadro 3.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA
MUCHO	75	20%
POCO	140	37%
NADA	165	43%
TOTAL	380	100%



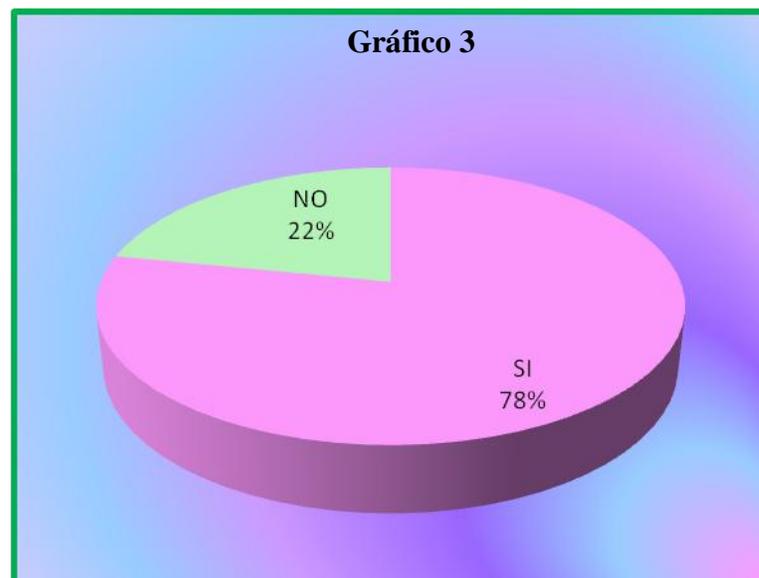
Análisis. - El gráfico indica que el 37%(poco) y 20% (mucho) conoce sobre la elaboración de productos tejidos con hilo cola de rata, esto indica que las personas reconocen el producto mencionado, mientras que el 43% de las personas no conocen nada.

Autor: Chichande Anabel & Narváez Rosalva
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta

3.- ¿Desearía usted conocer más sobre el hilo cola de rata?

Cuadro 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	297	78%
NO	83	22%
TOTAL	380	100%



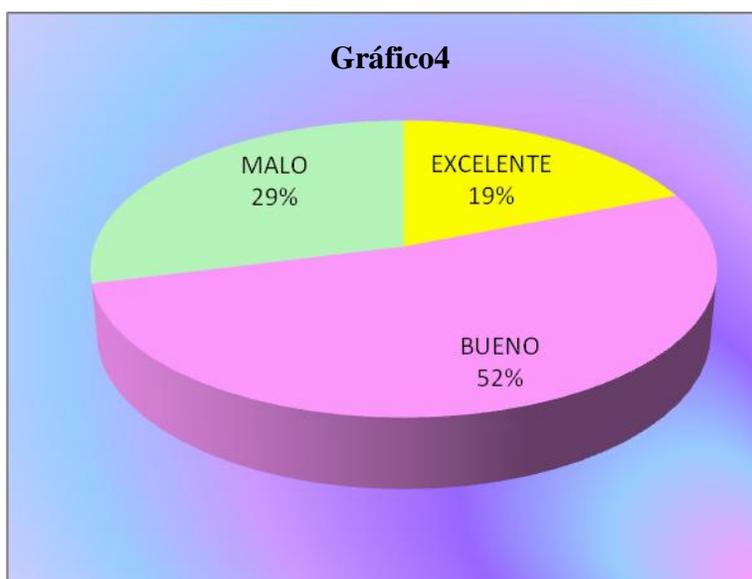
Análisis.- El 78% de la muestra poblacional tiene un interés de conocer más acerca del hilo cola de rata para su posterior aprendizaje en la elaboración de los diferentes productos tejidos.

Autor: Chichande Anabel & Narváez Rosalva
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta

4.-¿Qué le parece la atención y comercialización de las pequeños vendedores del hilos cola de rata?

Cuadro 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA
EXCELENTE	72	19%
BUENO	198	52%
MALO	110	29%
TOTAL	380	100%



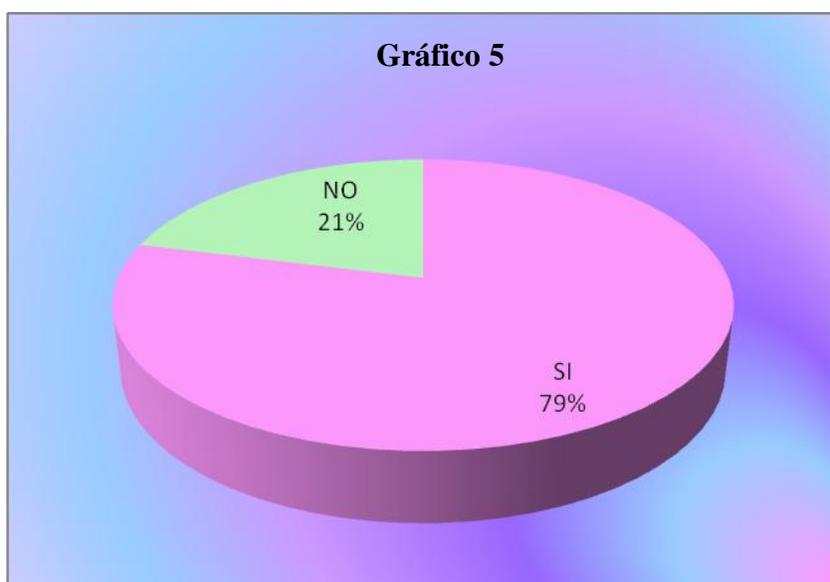
Análisis.-Para la muestra población los pequeños vendedores de hilos no tienen una buena atención al cliente ya que refleja un 19% en la excelencia, esto es un resultado favorable para nuestra propuesta.

Autor: Chichande Anabel & Narváez Rosalva
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta

5.- ¿Le gustaría que existan una distribuidora de hilos cola de rata dentro de la ciudad de Milagro?

Cuadro 6.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	300	79%
NO	80	21%
TOTAL	380	100%



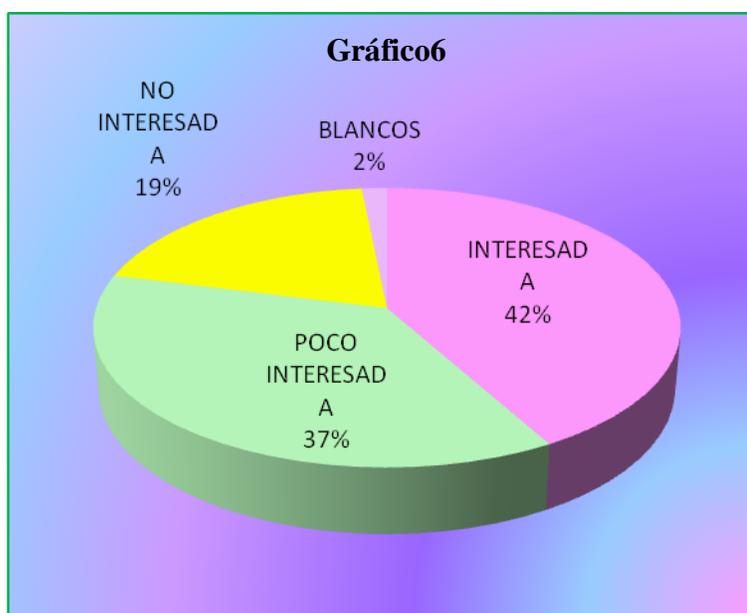
Análisis.- Como se puede observar en el resultado de la encuesta tenemos que el 79% de la muestra poblacional que si desea que exista una distribuidora de hilos cola de rata en la ciudad de Milagro, para que puedan conocer acerca del hilo así como de la elaboración de los diferentes productos tejidos y poder tener un ingreso en sus casas.

Autor: Chichande Anabel & Narváez Rosalva
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta

6.- ¿Estaría dispuesto a capacitarse para aprender la elaboración de productos tejidos?

Cuadro 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA
INTERESADA	159	42%
POCO INTERESADA	141	37%
NO INTERESADA	74	19%
BLANCOS	6	2%
TOTAL	380	100%



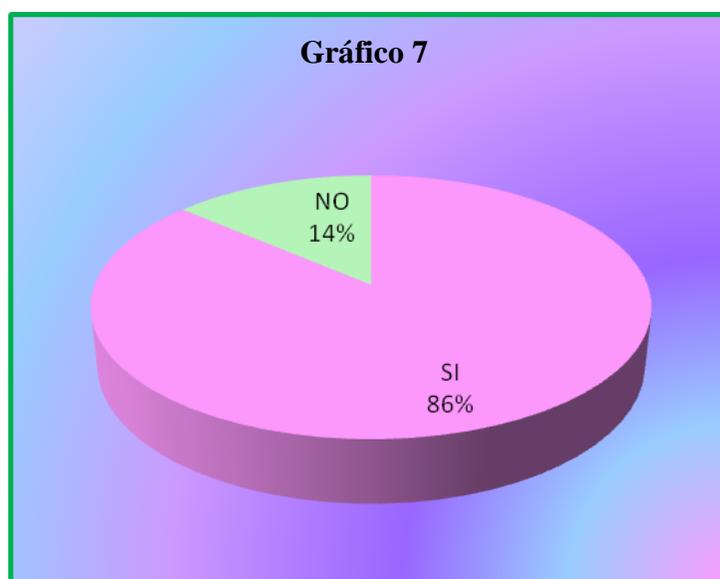
Análisis.- El 42% de las personas encuestadas se muestran interesadas para aprender la elaboración de productos tejidos mientras que el 38% poco interés, y 20% no muestra ningún interés de aprender.

Autor: Chichande Anabel & Narváez Rosalva
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta

7.-¿Cree usted que la distribuidora le traerá una fuente económica a las mujeres con hijos?

Cuadro 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	328	86%
NO	52	14%
TOTAL	380	100%



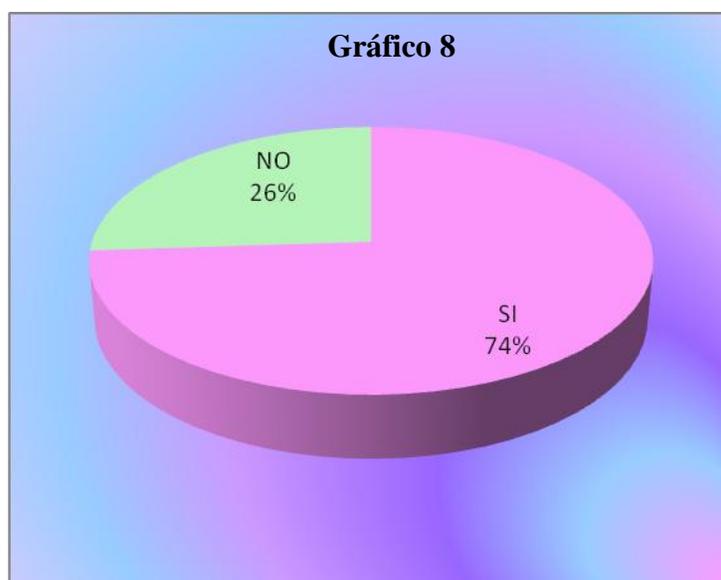
Análisis.- Se puede observar que un 86% de las personas dicen que con la distribuidora dentro de la ciudad se generar fuentes de ingreso para la población Milagreña, en especial a las mujeres con hijos interesadas por aprender la elaboración de productos tejidos con el hilo cola de rata.

Autor: Chichande Anabel & Narváez Rosalva
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta

8.- ¿Cree usted que con la implementación de la distribuidora y comercializadora de hilo cola de rata contribuiría con el medio ambiente?

Cuadro 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	281	74%
NO	99	26%
TOTAL	380	100%



Análisis.- El 74% de la muestra poblacional asegura que la distribuidora contribuirá con el medio ambiente ya que es un hilo no toxico y no afecta a la salud de las personas que lo utilizan.

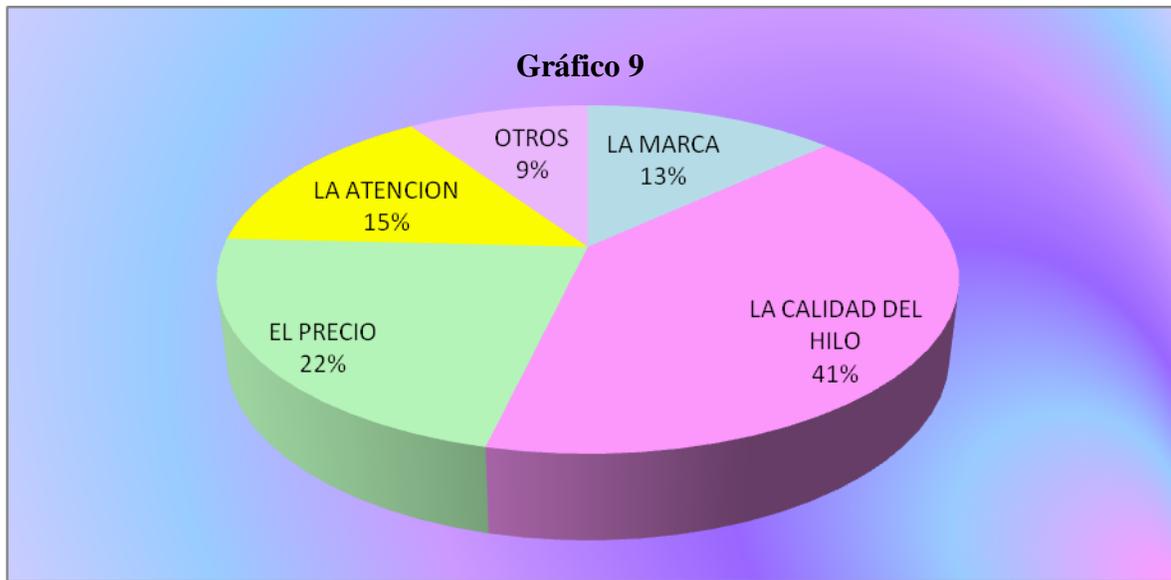
Autor: Chichande Anabel & Narváez Rosalva

Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta

9.- ¿Al momento de adquirir el hilo, qué es lo primero que toma en cuenta?

Cuadro 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA
LA MARCA	50	13%
LA CALIDAD DEL HILO	154	41%
EL PRECIO	84	22%
LA ATENCION	56	15%
OTROS	36	9%
TOTAL	380	100%



Análisis.-. Como se puede observar en la gráfica las personas lo primero que toman en cuenta es la calidad del hilo (41%), luego el precio (22%), mientras que en el resto de las alternativas tienen menores porcentajes esto implica que las personas no les interesa mucho la marca, ni la atención.

Autor: Chichande Anabel & Narváez Rosalva
Fuente: Análisis de los resultados de la encuesta

4.2 Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectivas.

Análisis comparativo.

- En la ciudad de Milagro no existe una distribuidora de hilos cola de rata, para contar con un análisis comparativo pero si lo vemos de un punto de vista comercial lo podemos comparar con los pequeños puntos de ventas obtenidos de los resultados de la encuesta, se puede decir que los puntos de venta no ofrecen el hilo a buen precio ni una atención de excelencia a quienes adquieren el producto.

Para esto se consideraría una ventaja muy considerada para poner nuestra distribuidora ya que se les estaría ofreciendo una atención de primera y el producto de calidad a buen precio.

Evolución

- En la actualidad las mujeres con hijos han pasado a ser personas con necesidad de recursos financieros que se han visto envueltas en aprender una forma de estar en su hogar y tener un financiamiento, en esto se involucra la artesanía a crochet que ha venido evolucionando dando así una manera de obtener ingresos, y una nueva forma de cuidar el ambiente.

El mercado de los hilos cola de rata dentro de la ciudad Milagro, empresarialmente tendrán estar a la par con las distribuidoras que se encuentran en la ciudad de Guayaquil ya que se estará dando un servicio de más categoría para quienes adquieran el producto y no tengan necesidad de trasladarse pudiendo así obtener todo dentro de nuestra ciudad de Milagro.

- **Tendencias y perspectivas**

Los accesorios en la vestimenta de las damas son un elemento fundamental si el deseo es estar a la moda y a la vez elegantes. Es por ello que las mujeres suelen ser muy detallistas a la hora de elegir bolsos, Una opción muy interesante que le dará un toque extravagante a su aspecto, es el **uso de carteras tejidas** confeccionadas a mano.

El uso de este tipo de complementos nunca caduca y permitirá que los vestidores estén de acuerdo a las últimas tendencias. Muchas mujeres eligen fabricar las carteras con sus propias manos, ya que les permite ahorrar dinero y no realizar cuantiosas inversiones para renovar su vestuario.

4.3 Resultados (en relación a los objetivos e hipótesis).

Tomando en cuenta los objetivos y la hipótesis asentada sobre la problemática planteada en el estudio de factibilidad de la Distribuidora y comercializadora de hilos cola de rata en la ciudad de milagro, es viable su ejecución ya que la empresa sería un negocio beneficioso para sus accionistas como lo será para las mujeres con hijos del cantón Milagro ya que no se trasladarían a otra ciudad haciendo que la economía se quede en el cantón. Con esta propuesta la empresa tendrá la oportunidad de crecer empresarialmente y ponerse a la par con quienes están liderando este mercado.

4.4 Verificación de la Hipótesis.

Cuadro 11

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACION
La creación de una microempresa que se dedica a la distribución y comercialización de hilos generará un rendimiento económico a un nivel óptimo en la ciudad de Milagro.	Con los resultados obtenidos nos da como resultado favorable en el rendimiento, para que la economía llegue a un nivel óptimo ya que no se trasladarían a otras ciudades y se quedara dentro de la ciudad de milagro.

<p>Hipótesis particular N° 1 La distribución de los hilos para la elaboración de productos tejidos en la ciudad de Milagro disminuirá los costos en la Producción de la Empresas que se dedican a este negocio.</p>	<p>Es importante para la pequeños puntos de ventas del hilo cola de rata exista un distribuidora dentro de la ciudad que les ofrecerá un producto a un menor costo y de buena calidad</p>
<p>Hipótesis particular N° 2 La distribución de hilos a un bajo costo logrará satisfacer las necesidades y generar mayores ventas e ingresos a las familias Milagreñas.</p>	<p>Con el resultado obtenido de la encuesta la mayoría de las personas piensan que si van a tener un mayor ingreso económico.</p>
<p>Hipótesis particular N° 3 La inversión en este sector dependerá de la experiencia y los recursos necesarios.</p>	<p>Al contar con el conocimiento de las personas la distribuidora podrá facilitar la materia prima necesaria para cada una de las personas que lo adquieren.</p>
<p>Hipótesis particular N° 4 Los talleres de los diferentes diseños para elaboración de los productos tejidos tienen un bajo costo y por esto tendremos una mayor clientela.</p>	<p>Al contar con los talleres de diferentes diseños para la elaboración de los productos tejidos nuestros flujos o ingresos aumentarían.</p>

Autor: Chichande Anabel & Narváez Rosalva
Fuente: Verificación de la hipótesis

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de distribución y comercialización de hilos cola de rata en la ciudad de milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Los negocios, propiedad de mujeres, representan uno de los segmentos de más rápido crecimiento en este sector, la microempresa son los principales (y en ocasiones los únicos) modelos que eligen los emprendedores a la hora de organizarse e intentar alcanzar sus metas y objetivos.

A pesar de su pequeño tamaño, las microempresas producen una gran parte del empleo, producto e ingresos de la región. Más del 80% de los negocios en América Latina.

Capacitar a las mujeres con hijos en el uso de técnicas, estrategias y políticas apropiadas que promuevan el posicionamiento de las microempresas locales y la producción de bienes o servicios innovados tecnológicamente de tal forma que señalen el progreso de la región, creando cadenas productivas empresariales altamente competitivos.

Es una necesidad para las comunidades urbanas de toda la Provincia encontrar la forma de canalizar, organizar sus esfuerzos en pos de un desarrollo sustentable, sostenible que les permita aprovechar en forma eficiente y responsable la gran suma de recursos de que dispone la región.

Tejer siempre ha sido un momento de placer, de relax, donde uno hace cosas para adornar, mimar, gratificar, proteger hasta para abrigar. La técnica que más se disfruta es la de crochet, en esa técnica está basado casi todo el trabajo en un catálogo. Gusta muchísimo tejer con colores brillantes, contrastantes y tomar el desafío de que el producto final quede armonioso.

La ‘cola de rata’ es un hilo de polipropileno. Es decir, se trata de una cuerda plástica resistente formada por carbono e hidrógeno, con la que se tejen carteras, botas, sandalias, correas de carteras, entre otros.

El hilo cola de rata es un material completamente sintético, hasta casi se podría decir que es plástico. Al hacer carteras, pues siempre quedan muy duritas y bien formadas. Además de esto, también es un material artesanal, dándole a la cartera un toque de autenticidad. Una de las ventajas de este material es que al aplicarle fuego se derrite. Así se oculta más fácil los pedacitos que quedan al final e inicio de cada tejido.

Como este material es grueso, se debe usar siempre un crochet grueso y que sea cómodo para tejer, eso evitará los dolores musculares luego de algunas horas tejiéndolo.

Después de terminar la cartera, siempre se debe de forrar con tela, esto hará que se cuide el interior de la misma, para que no se enganche con nada y dure mucho tiempo.

Las personas al escuchar hilo cola de rata tienen la errada idea de pensar que el hilo proviene de la rata, explicando que el nombre del hilo, según de lo que se ha escuchado de los expertos, es el resultado de la denominación que le dieron los chinos, debido a la similitud con la cola del roedor.

5.3 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de la propuesta consiste en realizar un Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de distribución y comercialización de hilos cola de rata en la ciudad de Milagro, se propuso este tema tomando en cuenta la información obtenida en el proceso de la encuesta que se les realizó a las mujeres con hijos entre 18 a 65 años, donde las ciudadanas Milagreñas manifestaron que si desean aprender y conocer del hilo cola de rata ya que es una novedad que no pasa de moda y se puede adaptar a cualquier tipo de vestimenta ya sea casual o sport, las mujeres Milagreñas que ya conocen del tema a tratar nos manifestaron que se les hace un poco difícil encontrar calidad y variedad del hilo cola de rata dentro de la ciudad ya que existen pequeños puntos de ventas que comercializan a un precio elevado y sin calidad, variedad, tienen que desplazarse fuera de la ciudad para encontrar diferentes calidades y colores.

Esta situación se origina por la falta de una distribuidora y comercializadora que hace que las mujeres con hijos que utilizan y conocen del hilo cola de rata tengan que invertir más en la elaboración de los productos haciendo así que al venderlas tengan que aumentar el precio al consumidor final, situación que se corregirá una vez implantado la distribuidora y comercializadora de hilos cola de rata, manifestando a las mujeres con hijos que se dará un servicio de excelencia, buena calidad, atención personalizada, también se motivará en dar talleres para que las personas que quieran aprender y conocer acerca del hilo cola de rata tengan un acceso factible en el aprendizaje enseñándoles a utilizar todo el material para que no exista ningún tipo de desperdicios.

Procedimientos que conducirá a la distribuidora y comercializadora tenga un buen posicionamiento dentro de la ciudad de Milagro, dando así una oportunidad de aprendizaje y un ingreso económico a las Familias Milagreñas.

Dentro de este capítulo se podrá visualizar paso a paso el trabajo sobre Estudio de factibilidad para la creación de una distribuidora y comercializadora de hilos cola de rata en la ciudad de Milagro, la cual podrá ser tomada como ejemplo para otros estudios de factibilidad para creaciones de nuevas empresas artesanales, sin embargo, el objetivo es el estudio de factibilidad de la distribuidora dentro de la ciudad de Milagro.

Cabe mencionar que la idea propuesta nació al ver la necesidad que las personas tenían al momento de adquirir el hilo, trasladarse fuera de la ciudad, ya que los adquieren aun bajo costo, variedad y calidad, con la finalidad de mejorar el ingreso económico para las mujeres con hijos.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1 OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa distribuidora y comercializadora de hilos cola de rata, que brinden materia prima de calidad y variedad a las Mujeres con Hijos para Fomentar sus propios ingresos como los del negocio.

5.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Tener buena rentabilidad
- ✓ Ser reconocidos a nivel local e interprovincial.
- ✓ Brindar atención adecuada a los clientes.
- ✓ Ser líder en ventas en la materia prima para elaboración de productos tejidos.
- ✓ Ofrecer los niveles más altos en calidad y variedad.
- ✓ Utilizar avances tecnológicos que anticipen el futuro, capacitando y mejorando a todos los niveles administrativos de nuestra empresa, para el continuo desarrollo de nuestro grupo, conduciéndonos a superar las expectativas de los clientes.

5.5 UBICACIÓN

La Distribuidora y Comercializadora de hilos cola de rata está ubicado en la República del Ecuador, provincia del Guayas, Cantón Milagro en las calles veinticuatro de mayo entre doce de febrero y Rocafuerte en un local de una planta; donde funciona por áreas, en el cual estará dividido en dos partes: la primera es ubicara los hilos cola de rata por orden de color y tamaño, la segunda parte es un lugar totalmente acondicionado para dictar los talleres.

Figura 2 Croquis



5.6 FACTIBILIDAD

Para poder medir la factibilidad de la propuesta realizamos un estudio de mercado a través del trabajo de campo como es la encuesta, esta estrategia fue de gran aporte para obtener información importante sobre constatar la viabilidad del estudio, y así podemos constatar que sería de gran necesidad la distribuidora y comercializadora de hilo cola de rata en la ciudad de Milagro para brindar fuentes de trabajo y a su vez facilitar a las personas que se dedican a elaborar productos tejidos con este material.

Con esta propuesta estamos incrementando a la economía para las mujeres con hijos como también a la ciudad ya que se está dando fuentes de empleos, se está proponiendo una nueva tendencia en la moda en cualquier tipo de eventos.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

Esta propuesta es planteada directamente a las mujeres con hijos ya que por medio de esta pueden crear su fuente de trabajo, aun horario flexible siempre a disposición de ellas y se sientan cómodas a trabajar, así generar su propia economía sin tener que depender de una empresa, a continuación se desarrollara toda la propuesta.

5.7.1 Actividades

Para el Estudio de Factibilidad poder implementar la Distribuidora y Comercializadora de Hilo cola de Rata realizamos las siguientes actividades:

1. Recolección de información sobre el tema planteado a través de la encuesta.
2. Identificación de los pequeños punto de ventas que se dedican a la venta del hilo cola de rata.
3. Proposición de un estudio de donde adquieren el hilo cola de rata a un menor precio.
4. Realización del ambiente legal que se necesite para implementar la distribuidora y comercializadora de hilo cola de rata.
5. Recopilación de la información.
6. Tabulación de la información.
7. Análisis los resultados.

5.7.2 RECURSO, ANÁLISIS FINANCIERO.

Misión.

Ser Líder en el Mercado de la distribución innovando conocimientos, para llegar a una rentabilidad y crecimiento sostenido. Llegando a minoristas, mayoristas y consumidores finales, locales y nacionales, brindando una variedad de productos para satisfacer la necesidad de la ciudadanía Milagreñas, enfocándonos en estándares de calidad y políticas adecuadas.

Visión.

Ser una distribuidora, comercializadora líder dentro y fuera de la ciudad de Milagro, logrando un crecimiento sostenido, ofreciendo productos de calidad que permitan a nuestros clientes contar con una variedad, basándonos en la innovación tecnológica, con el fin de conseguir la apertura de nuevas sucursales a nivel local y nacional, obtener una rentabilidad equilibrada transformándonos al futuro como una empresa honesta y respetable; todo bajo un claro concepto de servicio a la comunidad.

VALORES CORPORATIVOS.

Deber.-La distribuidora tiene la obligación de satisfacer a los clientes cumpliendo las expectativas mediante un buen servicio.

Cumplimiento.-La promesa de la empresa que ofrece a los clientes es de llevar a cumplir sus expectativas a cabalidad.

La innovación.-Se ofrece una visión amplia sobre la innovación, disponiendo de algunas herramientas técnicas, principalmente como el arte de convertir las ideas y el conocimiento en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que los clientes reconozcan y valoren.

Responsabilidad.-Cumplir las metas fijadas, en el tiempo previsto y con el mejor uso de los recursos.

Confianza y Lealtad.- Estimular al personal, dándole capacitación y responsabilidad, para mejorar su desempeño y desarrollo profesional.

Disciplina.- La disciplina de los empleados suele ser aplicada por los supervisores, pero en los equipos de trabajo auto-dirigidos, la disciplina puede ser responsabilidad del equipo. Nos caracterizamos por ser puntuales en nuestras obligaciones, exactos en todos nuestros cumplimientos, atenciones y muestras de amabilidad hacia nuestros clientes.

PRINCIPIOS

Liderazgo.-Preocupación de los directivos hacia las amas de casa que se encuentren en los talleres creando una imagen tal, que pueda escuchar a la personas pudiendo generar confianza entre la empresa y la ciudadanía.

Respeto y Consideración.- Se reconoce que ante ciertos errores cometidos, hay tolerancia por parte de quienes hacemos la empresa..

Compromiso.- existe orgullo por el trabajo personal, por el trabajo en equipo, pero sobre todo, por la Empresa.

Calidad.- Se materializará en la preocupación de la alta gerencia por su recurso humano o clientes internos, la misma que se observa en la constante capacitación y oportunidades de desarrollo o promoción, con el objetivo de que el personal cumpla con todos los requerimientos para que efectúen trabajos eficientes y eficaces y ser acreedores así a las Certificaciones de Calidad. El personal de calidad realiza procesos de calidad y obtienen productos destinados a satisfacer a los clientes externos.

Preparación: Siempre estar proactivo en el mercado ya que estamos en un mundo competitivo y agresivo.

Aprovechar todas las oportunidades: El éxito se puede lograr con un plan proactivo. La innovación y la velocidad en que apliquemos nuestras estrategias serán decisivas. No desperdiciando el tiempo y los recursos necesarios.

Ser mejores: en este mercado competitivo debemos estar innovándonos constantemente para que nuestra organización sea líder, presentaran así la permanencia en el mercado.

La coordinación: es muy importante tener una organización y comunicación entre la empresa y los ciudadanos para así satisfacer mutuamente las necesidades.

Metas

Cercanía con nuestros clientes: Captar los requisitos y opiniones del cliente, gracias a lo cual podemos tomar la iniciativa de ofrecer productos y servicios durante y después de la venta, aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente ofreciendo un servicio uniforme superior mejorando su capacidad de respuesta a los pedidos.

Estrategias De Posicionamiento y Liderazgo: Una vez logrado el posicionamiento, necesitamos nada más que constancia, entusiasmo en el logro de metas y objetivos.

Dirección Efectiva: induciremos una actividad que permite a una persona coordinar el trabajo de los integrantes de grupo en base a la motivación, comunicación y liderazgo los objetivos establecidos y resolver los conflictos que pueda ocasionarse en el trabajo

Calidad Total: proceso en el cual sumamos esfuerzos para alcanzar una meta establecida y superarla de forma relevante mejorar el producto a ofertar.

Creatividad e Innovación: tendremos actitud para producir algo nuevo con la innovación de modificar el entorno, transformarlo, elaborar y transmitir modelos nuevos.

Ganancias: con nuestra actividad económica no solo generaremos ganancias para la empresa sino también para nuestros clientes.

Competencia: Cumplir los objetivos propuestos para, utilizar las herramientas y recursos con los que contamos de una manera lógica y cronológica, es decir cumplir con los procedimientos establecidos por la distribuidora, para llevar una correcta utilización de los mismos, y así generar un producto de excelente calidad, lo que nos llevará a obtener buenas utilidades.

MARCO INSTITUCIONAL

Nacemos con una gran visión comercial, este gran proyecto de estudio de factibilidad lo conformamos dos jóvenes emprendedoras que con el afán de llevar a cabo algo de nuestra autoría decidimos realizar el estudio de factibilidad de una distribuidora y comercializadora de hilos cola de rata ya que el mercado está saturado de los mismos clases de hilo y productos de cuero, innovando con un lindo hilo que además es fácil de aprender y le da un cambio excepcional al momento elegir el artículo para todo el evento social.

Figura 3 Producto Hecho de los Hilos



El nombre de la microempresa es una combinación de los nombres de las propietarias: “ZUANA”.

Las dos jóvenes mencionadas somos las accionistas de la microempresa cada una cuenta con una cantidad equitativa de acciones y capital dentro de la compañía. Además somos las encargadas de dirigir las funciones administrativas, y de comercialización del producto para el éxito de la microempresa, lo cual contaremos con recursos humanos (empleados).

FINALIDAD DEL PROYECTO

La finalidad de este proyecto al hacer productos con hilo cola de rata es dar a conocer este hilo que da trabajo a muchas mujeres como las mujeres con hijos ya que es poco desconocido dentro y fuera del país, dándole un valor agregado como en cartera y otros artículos que con el tiempo las mujeres le van dando uso haciendo que el hilo sea ocupado en su totalidad, puesto que estos son productos muy hermosos, se pueden usar en todo evento social de las personas.

PUBLICIDAD

La publicidad que realizaremos para la Empresa ZUANA será mediante entrega de hojas volantes, página web, Afiches y por el diario de mayor circulación de la ciudad de Milagro, esto ayudará a tener un mayor reconocimiento del producto de sus posibles Clientes.

LOGOTIPO

Figura 4



El logotipo escogido para la empresa, tienen como imagen de una cartera y de los hilos cola de rata, que expresa un gesto de agrado, alegría, y facilidad simboliza lo beneficioso de elegir el hilo cola de rata.

Se usa un contraste entre varios colores como: celeste, morado, rosado, amarillo, que resultan muy llamativos y dan un toque de alegría para captar la atención de quienes compren los hilos cola de rata.

También estar estampado el nombre de la Empresa como los hilos y lo que se puede fabricar con ellos, su slogan, dirección.

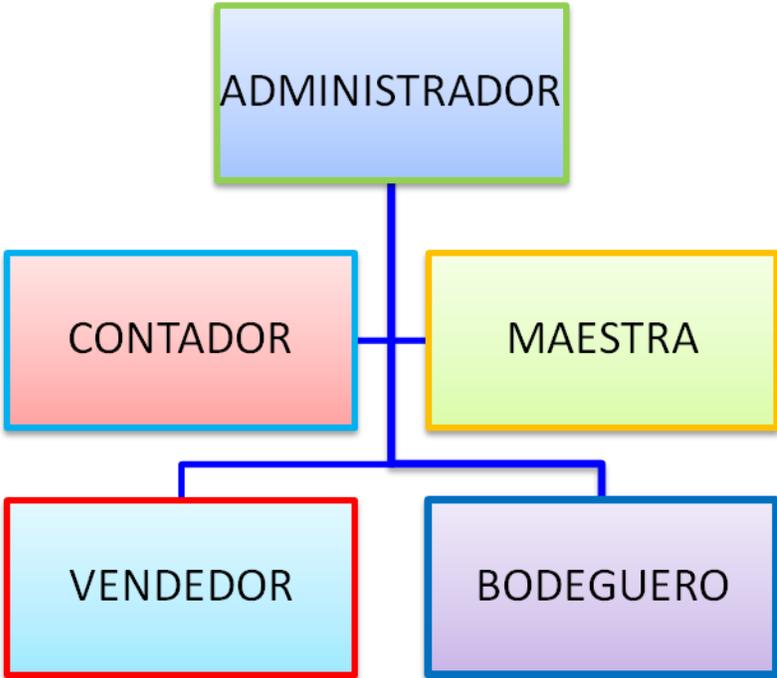
SLOGAN: Es una frase creativa de fácil recuerdo que acompaña cada mención de la empresa e incentiva al uso de estos hilos. Fue creado con el objeto de llegar a los clientes de una forma dinámica; puesto que tan solo con repetir la frase se estimula el consumo y despierta la curiosidad de las personas por conocerlo.

**PUNTADAS NUEVAS FACILES DE HACER SOLO
CON ZUANA**

ORGANIGRAMA

Organigrama Estructural.

Gráfico10



ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Gráfico 11

ADMINISTRADOR

Autorizar el cumplimiento e implantación de políticas, metas, objetivos, aprobar y controlar el presupuesto, Formulación de estrategias, Motivar a su personal a cumplir las metas propuestas
Controlar las actividades a realizar, solicitar los reportes correspondientes a cada departamento y Solucionar problemas

CONTADOR

Elaborar las presentaciones mensuales al Gerente Administrativo sobre los Estados Financieros.
Elaborar y analizar el Flujo de Caja, Análisis Financiero, control y reportes de la Empresas Relacionadas.
Análisis y estudio de propuestas de crédito e inversiones a entidades financieras., Realizar estudio de inversiones y análisis financiero.
Costeo interno de procesos y productos
Pago de Sueldos y de Servicios Básicos

MAESTRA

Autorizar el cumplimiento de las diferentes muestras a las amas de casa, implantación nuevos modelos para las carteras.
Aprobar y controlar a cada una de las personas que vayan a capacitarse dentro da la distribuidora.
Motivar a las clientas a cumplir con todas las reglas propuestas.
Controlar las actividades a realizar para que estas se cumplan con exactitud

VENDEDORA

Satisfacer las necesidades de los clientes.
Contactos con clientes.
Tomar órdenes de pedidos a las clientas
Ventas de productos.
Atención y Servicio al Cliente

BODEGUERO

Deberá tener un estado físico saludable, devolver los insumos y materiales que no cumplan con las normas establecidas,
Monitoreado el estado de los productos almacenados.
Almacenando y clasificando los insumos y materiales adquiridos.
Despachando insumos y materiales hacia él área de venta.
Limpiando y ordenando el lugar de trabajo.
Registrando la información relativa a stocks
Respetando las normas de higiene y seguridad de las condiciones operativas donde trabaja

MANUAL DE FUNCIONES

ANÁLISIS DEL PUESTO

Denominación del Cargo: Administrador.

Área: Administrativa.

Se reporta a: Accionistas.

Supervisa a: Contador.

NATURALEZA DEL CARGO:

Dirige, coordina, organiza, controla, planifica el funcionamiento de la empresa.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Determina los objetivos del negocio y los beneficios a alcanzar.
- Fijar las estrategias para un buen servicio así como el correspondiente presupuesto que requiere la empresa.
- Controla la ejecución de diversos programas de la empresa, asegurándose que los resultados obtenidos coincidan con los objetivos fijados.
- Controlar que se cumplan con las respectivas responsabilidades y que cuenten con una organización adecuada.

REQUISITOS DEL PUESTO:

- **Formación Básica:** Título de Ingeniería Comercial, o que estén a fines a la Administración.
- **Experiencia Requerida:** Ser un profesional reconocido en el campo de Administración de Empresas, Economía, Ingeniería comercial.

Perfil del Cargo

- Edad: 25 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Estado civil: Indistinto

COMPETENCIAS:

- **Liderazgo**

Grado

Capacidad que tiene para delegar las responsabilidades
Y buscar la eficacia de equipo dentro de la distribuidora.

A

- **Flexibilidad**

Cuenta con capacidad para adaptarse a diferentes tipos
De situaciones. Desempeñando su función con un nivel
Objetivo para cumplir a cabalidad con sus responsabilidades.

A

- **Organización**

Aptitud para desempeñar sus funciones en el tiempo
Requerido, esforzándose para analizar correctamente
A la Distribuidora.

A

- **Decisión**

Destreza para prever en todo momento, los diferentes
Problemas que se originan en el medio(competencia),
Y capacidad para resolverlo.

A

Capacitación mínima requerida

Cursos generales

- Word Avanzado
- Excel Avanzado
- Power Point Avanzado
- Internet Avanzado

Cursos de Especialización

- Seminario en Recursos Humanos
- Seminario de Liderazgo
- Seminario de Contabilidad General

RESPONSABILIDADES DEL PUESTO:

Actividades/Tareas/Responsabilidades

- Autorizar el cumplimiento e implantación de políticas, metas y objetivos con la finalidad de que la Distribuidora pueda alcanzar el éxito que se necesita así también como los objetivos y poder quedar en la mente de los consumidores.
- Aprobar y controlar el presupuesto y desempeño de cada una de las personas que elaboran en la distribuidora para que así se pueda verificar el desenvolvimiento de cada uno de las áreas.
- Formulación de estrategias para la distribuidora, y poder tener un posicionamiento dentro de la ciudad de Milagro.
- Motiva a su personal a cumplir las metas propuestas
- Controlar las actividades a realizar para que estas se cumplan con exactitud
- Solicitar los reportes correspondientes a cada departamento.
- Solucionar problemas que existen en cada departamento

MANUAL DE FUNCIONES

ANÁLISIS DEL PUESTO

Denominación del Cargo: Contador.

Área: Administrativa.

Se reporta a: Administrador.

Supervisa a: -----

NATURALEZA DEL CARGO:

Realizar funciones contables necesarias para el manejo de la empresa.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Llevar la contabilidad de la empresa.
- Elaborar presupuestos.

REQUISITOS DEL PUESTO:

- **Formación Básica:** Título de CPA, o que estén a fines a la Contabilidad.
- **Experiencia Requerida:** Ser un profesional reconocido en el campo de la Contabilidad sea esta general o financiera.
- **Otra Formación Complementaria:** Tener mínimo 2 años de experiencia en Contador .

Perfil del Cargo

- Edad: 25 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Estado civil: Indistinto

COMPETENCIAS:

- **Trabajo en equipo**

Grado

Capacidad primordial del éxito en equipo frente
Al éxito personal. La percepción del equipo incluye
al gerente administrativo como a los socios.

A

- **Liderazgo**

Esta capacidad no se cumple a menudo puesto
Su jefe delega las responsabilidades y buscar
la eficacia de equipo. En caso que faltare su jefe el
será quien asuma la responsabilidades dentro de la empresa.

B

- **Flexibilidad**

Cuenta con capacidad para adaptarse a diferentes tipos
De situaciones. Desempeñando su función con un nivel
Objetivo para cumplir a cabalidad con sus responsabilidades.

B

- **Organización**

Aptitud para desempeñar sus funciones en el tiempo
Requerido, esforzándose para analizar correctamente
Los Estados Financieros.

A

- **Decisión**

Destreza para prever en todo momento, los diferentes
Problemas que se originan en el medio(competencia),
Y capacidad para resolverlo.

B

Capacitación mínima requerida

Cursos generales:

- Word Avanzado o intermedio.
- Excel Avanzado
- Power Point Avanzado o intermedio

Cursos de Especialización:

- Seminario de Tributación Fiscal.
- Contabilidad de Costos.
- Contabilidad Financiera.

RESPONSABILIDADES DEL PUESTO:

Actividades/Tareas/Responsabilidades

- Elaborar las presentaciones mensuales al Administrador sobre los Estados Financieros.
- Elaborar y analizar el Flujo de Caja de Distribuidora y Comercializadora de Hilos cola de Rata.
- Análisis Financiero, control y reportes de la Empresas Relacionadas.
- Análisis y estudio de propuestas de crédito e inversiones a entidades financieras.
- Realizar estudio de inversiones y análisis financiero de compañías externas a la Empresa.
- Costeo interno de procesos y productos.
- Pago de Sueldos y Pago de Servicios Básicos.

MANUAL DE FUNCIONES

ANÁLISIS DEL PUESTO

Denominación del Cargo: Maestra.

Área: Producción.

Se reporta a: Administrador.

Supervisa a: clientes

NATURALEZA DEL CARGO:

Tienen la finalidad de la elaboración de las carteras es decir encargarse directamente de la enseñanza a las clientes.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Llevar a cabo la enseñanza de las diferentes carteras.
- Apoyar la elaboración y la venta.

REQUISITOS DEL PUESTO:

- **Formación Básica:** Título de Maestra de Manualidades
- **Experiencia Requerida:** Ser un profesional reconocido en el campo de las manualidades sea esta general o solo de tejido.
- **Otra Formación Complementaria:** Tener mínimo 1 años de experiencia en la elaboración de las diferentes carteras tejidas y/o capacitaciones de la misma.

Perfil del Cargo

- Edad: 35 años en adelante
- Sexo: Mujer
- Estado civil: Indistinto

COMPETENCIAS:

- **Trabajo en equipo**

Grado

Capacidad primordial del éxito en equipo frente

Al éxito personal. La percepción del equipo incluye

A

A la vendedora, clientes como al gerente administrativo

Y a los socios.

- **Liderazgo**

Esta capacidad no se cumple a menudo puesto

Su jefe delega las responsabilidades y buscar

B

la eficacia de equipo. Solo lideraría a las clientas.

- **Organización**

Aptitud para desempeñar sus funciones en el tiempo

Requerido, esforzándose a realizar las diferentes muestras

A

De las carteras que requieran las amas de casa.

Cursos de Especialización:

- Seminario de Tejido a crochet.
- Cursos de tejidos a macramé.
- Cursos de manualidades y artesanías.

RESPONSABILIDADES DEL PUESTO:

Actividades/Tareas/Responsabilidades

- Autorizar el cumplimiento de las diferentes muestras a las amas de casa, implementación de nuevos modelos para las carteras.
- Aprobar y controlar a cada una de las personas que vayan a capacitarse dentro de la distribuidora.
- Motivar a las clientas a cumplir con todas las reglas propuestas.
- Controlar las actividades a realizar para que estas se cumplan con exactitud

MANUAL DE FUNCIONES

ANÁLISIS DEL PUESTO

Denominación del Cargo: Vendedora.

Área: Ventas.

Se reporta a: Administrador.

Supervisa a: -----

NATURALEZA DEL CARGO:

Tienen la finalidad de vender el hilo cola de rata y cada una de los accesorios para la elaboración del producto final.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Llevar a cabo las ventas.
- Asesorar al cliente.

REQUISITOS DEL PUESTO:

- **Formación Básica:** Bachiller o estar cursando los primeros años de Universidad.
- **Experiencia Requerida:** Experiencia en la ventas y en hilo cola de rata.

Perfil del Cargo

- Edad: 18 a 25 años
- Sexo: Mujer
- Estado civil: Indistinto

COMPETENCIAS:

- **Pensamiento analítico**

Grado

Capacidad que tiene para delegar las responsabilidades
Y buscar la eficacia de equipo dentro de la distribuidora.

B

- **Flexibilidad**

Cuenta con capacidad para adaptarse a diferentes tipos
De situaciones. Desempeñando su función con un nivel
Objetivo para cumplir a cabalidad con sus responsabilidades.

A

- **Organización**

Aptitud para desempeñar sus funciones en el tiempo
Requerido, esforzándose para analizar correctamente
A la Distribuidora.

A

- **Responsabilidad**

Destreza para prever en todo momento, los diferentes
Problemas que se originan en el medio(competencia),
Y capacidad para resolverlo.

A

- **Capacidad para aprender**

Habilidades, destrezas para nuevos conocimientos,
Con conductas o valores que se reflejen en la actitud
De la persona hacia los clientes.

B

Capacitación mínima requerida

Cursos Utilitarios

- Word
- Excel
- Power Point

Cursos de Especialización

Ventas y al Servicio al Cliente.

RESPONSABILIDADES DEL PUESTO:

Actividades/Tareas/Responsabilidades

- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Contactos con clientes.
- Tomar órdenes de pedidos a las clientas
- Ventas de productos.
- Atención y Servicio al Cliente
- Solicitar a bodega los productos.

MANUAL DE FUNCIONES

ANÁLISIS DEL PUESTO

Denominación del Cargo:	Bodeguero
Área:	Administrativa.
Se reporta a:	Administrador.
Supervisa a:	-----

NATURALEZA DEL CARGO:

Encargado de desarrollar y organizar la gestión de almacenamientos de las materias primas, como sus despachos a las diferentes secciones del establecimiento.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Encargado de velar que los procedimientos de control estén aplicados correctamente.
- Supervisar las entradas y salidas de la mercadería

REQUISITOS DEL CARGO:

- **Formación Básica:** Bachiller y Capacitaciones en conocimientos básicos de atención al cliente y de relaciones humanas.
- **Experiencia Requerida:** Conocimientos de sistemas de almacenamientos con experiencia mínimo de 2 años.

Perfil del Cargo

- Edad: 24 años en adelante
- Sexo: Varón
- Estado civil: Indistinto

COMPETENCIAS:

- **Flexibilidad**

GRADO

Cuenta con capacidad para adaptarse a diferentes tipos
De situaciones. Desempeñando su función con un nivel **B**
Objetivo para cumplir a cabalidad con sus responsabilidades.

- **Organización**

Aptitud para desempeñar sus funciones en el tiempo
Requerido, esforzándose para analizar correctamente **A**
A la Distribuidora.

- **Decisión**

Destreza para prever en todo momento, los diferentes
Problemas que se originan en el medio(competencia), **A**
Y capacidad para resolverlo.

- **Responsabilidad**

Nunca se duerma en los laureles cuando de entregar
un material se trata; recuerde que de su trabajo **A**
también depende el funcionamiento del departamento
de venta.

.

Cursos de Especialización

- Curso de control de un inventarios.
- Cursos de Excel.

RESPONSABILIDADES DEL PUESTO:

Actividades/Tareas/Responsabilidades

- Deberá tener un estado físico saludable que le permita estar en movimiento durante toda la etapa exigida por su trabajo
- Devolviendo insumos y materiales que no cumplan con las normas establecidas por la empresa.
- Monitoreado el estado de los productos almacenados
- Almacenando y clasificando los insumos y materiales adquiridos.
- Despachando insumos y materiales hacia el área de venta.
- Limpiando y ordenando el lugar de trabajo.
- Registrando la información relativa a stocks de insumos y materiales.
- Respetando las normas de higiene y seguridad dependiendo de las condiciones operativas donde trabaja.

FORTALEZAS:

- ✓ Calidad y garantía en nuestro trabajo.
- ✓ Conocimiento del mercado de importación y comercialización
- ✓ Distribución exclusiva
- ✓ Personal calificado.
- ✓ Innovación y Tecnología avanzada
- ✓ Buen ambiente laboral
- ✓ Buena infraestructura
- ✓ Personal responsable
- ✓ Calidad en atención al cliente con un servicio Personalizado.
- ✓ Satisfacción al cliente brindándole confianza de nuestro servicio.
- ✓ Precios diferenciados.

OPORTUNIDADES:

- ✓ Implementar sistemas de cobranzas por medio de débitos bancarios
- ✓ La imagen desgastada de los pequeños punto de venta
- ✓ Desarrollo de nuevas agencias para el minorista
- ✓ Tiene aceptación de la comunidad.
- ✓ Poca competencia local.
- ✓ Ingresar a nuevos mercados.
- ✓ Estabilidad económica social.

<p>DEBILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Espacio físico ✓ Concentración de proveedores ✓ Alto apalancamiento financiero ✓ Falta de capacitación. ✓ Falta de seguimiento y control de la elaboración de artesanías. ✓ Insuficiencia de recursos. ✓ Falta de parqueadero. ✓ Forma de pago (tarjeta de crédito) ✓ Falta de experiencia administrativa ✓ Poca publicidad 	<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desastres naturales ✓ Inestabilidad económica y política ✓ Incrementos de aranceles afecta a los precios al hilo cola de rata. ✓ Falta de agilidad de los proveedores. ✓ Tiempo para la elaboración ✓ Competidores indirectos y directos.
---	--

ANALISIS FODA

Cuadro 12

ANÁLISIS FO

	La imagen desgastada de los pequeños punto de venta	Poca competencia local	Implementar sistemas de cobranzas por medio de débitos bancarios	Ingresar a nuevos mercados	Desarrollo de nuevas agencias para el minorista	Estabilidad económica social	Tiene aceptación de la comunidad	TOTAL
--	---	------------------------	--	----------------------------	---	------------------------------	----------------------------------	-------

Calidad y garantía en nuestro trabajo	7	10	8	7	8	4	9	53
Conocimiento del mercado de importación y comercialización	7	9	9	6	7	10	1	49
Distribución exclusiva	8	9	7	8	5	7	8	52
Personal calificado.	9	6	6	8	8	4	4	45
Innovación y Tecnología avanzada	9	5	8	10	7	6	8	53
Buen ambiente laboral	8	4	8	7	6	3	6	42
Buena infraestructura	9	9	9	5	6	3	5	46
Personal responsable	7	7	8	6	7	8	6	49
Calidad en atención al cliente con un servicio Personalizado	9	7	7	9	8	8	8	56
Satisfacción al cliente brindándole confianza de nuestro servicio.	8	9	9	9	7	7	8	57
Precios diferenciados	8	10	7	9	9	6	9	58
TOTAL	85	85	86	84	78	66	72	560

Cuadro 13

FOCO DE ATENCIÓN

ANÁLISIS DA

Cuadro 14

	Falta de agilidad de los proveedores	Desastres naturales	Inestabilidad económica y política	Incrementos de aranceles afecta a los precios al hilo cola de rata.	Tiempo para la elaboración	Competidores indirectos y directos	TOTAL
Concentración de proveedores	1	2	2	8	2	5	20
Falta de parqueadero	2	1	1	1	1	1	7
Falta de capacitación	1	1	6	1	8	6	23
Falta de seguimiento y control de la elaboración de artesanías	1	1	5	4	8	3	22
Insuficiencia de recursos	8	5	6	5	9	6	39
Apalancamiento financiero	2	7	7	5	1	1	25
Forma de pago (tarjeta de crédito)	1	8	8	2	2	7	28
Falta de experiencia administrativa	4	7	9	4	5	8	37
Poca publicidad	4	1	9	8	3	6	31
TOTAL	20	33	53	38	39	43	226

FOCO DE ATENCION

ANALISIS FOFADODA

Cuadro 15

<p style="text-align: center;">Factores Internos</p> <p style="text-align: center;">Factores Externos</p>	<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal responsable ✓ Calidad en atención al cliente con un servicio Personalizado. ✓ Satisfacción al cliente brindándole confianza de nuestro servicio. ✓ Precios diferenciados. 	<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Insuficiencia de recursos. ✓ Alto apalancamiento financiero. ✓ Forma de pago (tarjeta de crédito) ✓ Falta de experiencia administrativa ✓ Poca publicidad
<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La imagen desgastada de los pequeños punto de venta ✓ Poca competencia local ✓ Implementar sistemas de cobranzas por medio de débitos bancarios ✓ Ingresar a nuevos mercados 	<p>Estrategias FO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrecer capacitaciones de calidad al personal que trabaja como a las mujeres con hijos para dar un servicio de alta calidad y podernos posicionar en el mercado. ✓ Incrementar las opciones de pago como: pago en cuotas, o en partes y la autorización de débitos bancarios por parte del cliente. 	<p>Estrategias DO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Disminuir el apalancamiento financiero negociando (refinanciar deudas) con nuestras fuentes de financiamiento. ✓ Llegar al mercado en base a la publicidad establecida en la empresa, aprovechando la imagen desgastada de los pequeños puntos de ventas.
<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inestabilidad económica y política ✓ Incrementos de aranceles afecta a los precios al hilo cola de rata. ✓ Tiempo para la elaboración ✓ Competidores indirectos y directos 	<p>Estrategias FA:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer planes de financiamiento que se ajusten al poder de endeudamiento que tiene el cliente. 	<p>Estrategia DA:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar nuestros cobros por medio de tarjetas de crédito.

PLAN DE MARKETING

El cliente es lo primero

Buscamos cumplir con la regla de oro “Sirvamos a otros como quisiéramos que nos sirvan.”

Capacidad de innovación

Buscamos anticiparnos en el desarrollo de procesos eficientes e implementar ideas innovadoras para la creación de nuevos productos, con respaldos tecnológicos y métodos flexibles de trabajo. De esta manera estaremos listos para garantizar alta calidad y satisfacción a nuestros clientes.

MARKETING MIX

PRODUCTO

Los productos son importados, tienen varios tipos de Hilos cola de rata. Aquí se puede encontrar hilos cola de rata gruesos, finos, matizados, esponjados. Los productos son diversos y de buena calidad. También tenemos para que puedan elaborar blusas, zapatos, botas, cartuchera, mochilas, moños y tapetes. Entrar a este local será un placer porque encuentra diversidad de estilos ya que se procura poseer un icono con la moda de los últimos tiempos.

Los productos serán enfundados que lleven el logo de la empresa para que así los clientes se familiaricen y acudan con mayor constancia a las instalaciones de la empresa.

PRECIO

El precio se establecerá según las tendencias del mercado, será accesible acorde a las necesidades del consumidor para que no estén buscando los pequeños punto de venta, ya que se les facilitaría comprar directamente a la distribuidora y comercializadora aun el precio promedio. Y que no afecte a la economía de los consumidores como de los administradores del comercial.

PROMOCIÓN

Se puede establecer una política de descuentos, dependiendo de la cantidad de hilos cola de rata vendidos, pero esta política se debe realizar una vez que se hayan cubierto los costos fijos.

La promoción estará enfocada directamente en la oferta de hilos cola de rata, que permitirá a los clientes adquirir mayor cantidad de productos a menor precio.

- ✓ Por apertura del local si lleva dos hilos cola de rata recibirá un high colita totalmente gratis a su elección
- ✓ Si lleva tres hilos de high colita le sale cada uno a \$1 dólar ya que por individual le cuesta \$1.20 cada uno.
- ✓ A las primeras 30 personas se les dará la capacitación totalmente gratis.
- ✓ A los locales comerciales se les dará un 2% de descuento por la compra de 10 docenas en adelante.

OBJETIVOS DE NUESTRA PUBLICIDAD

1.- Informar

- ❖ Informar al mercado acerca del negocio.
- ❖ Descubrir los beneficios disponibles (aprovechar las debilidades de la competencia)
- ❖ Reducir los temores de los consumidores.
- ❖ Hacerle una imagen a la compañía.

2.- Recordar

- ❖ Mantener en su mente quieran de su uso.
- ❖ Sugerirle al consumidor donde adquirir el producto y de qué manera.

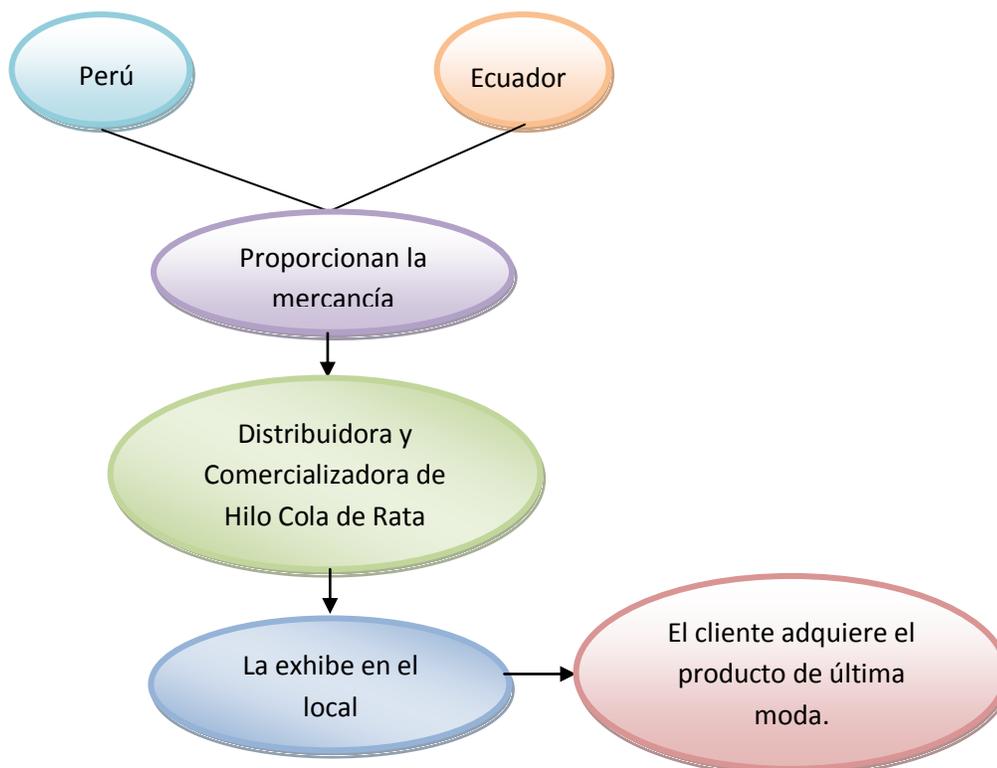
NUESTRA CAMPAÑA DE MARKETING SE BASA EN TRES PUNTOS IMPORTANTES

1. Nuestra idea central, en la publicidad de nuestro negocio, es llamar la atención del consumidor. Que observe por algunos segundos nuestra propaganda.
2. Lograr mantener la atención del consumidor. Que esta no decaiga con el pasar de los segundos ni deje de ver la publicidad. Para que así termine de ver el stop y se sienta atraído a comprar en nuestro almacén.
3. Para el negocio es fundamental la creatividad de nuestros anuncios publicitarios ya que estos son los que obtendrán la completa atención, del consumidor frente a la publicidad.

PLAZA / DISTRIBUCIÓN

La Distribuidora y Comercializadora de Hilo Cola de Rata opera comercialmente en el Cantón Milagro zona céntrica, en las calles veinticuatro de mayo entre Rocafuerte y doce de febrero, local de una sola planta que cuenta con diferentes áreas de trabajo.

Gráfico 12



Personas.-Dentro del personal lo más importante es la Actitud con la que ellos tengan al momento de atender a cada uno de los clientes.

La actitud en el trabajador o de las propietarias, es un factor importante dentro de la empresa, permitiendo así llegar a cada uno de los clientes y quedarnos en la mente de las personas.

MANUAL DE PROCESOS

COMPRA DE PRODUCTOS.

OBJETIVO.-Mantener un stock de productos de alta calidad con la finalidad de no quedarnos sin reservas y así poder brindar un buen servicio al cliente marcando siempre la diferencia en el mercado competitivo.

POLÍTICAS:

- ✓ La compra de mercaderías se realizará solo los días laborables.
- ✓ El contacto de los proveedores será a través de la visita de los mismos.
- ✓ En caso de necesitar de un producto agotado el contacto del proveedor se lo hará vía telefónica.
- ✓ La compra de productos nuevos y de promoción se lo hará previa autorización de gerencia.
- ✓ Los pagos se lo realizaran con Cheque en base al plazo de crédito otorgado.
- ✓ El encargado de inventario llevara un registro diario de entrada y salida de los inventarios de los diferentes productos y coordinara con el gerente administrador.
- ✓ En caso de deterioro y faltante de mercadería el responsable será el encargado de inventarios y será descontado de su sueldo.

Descripción del Proceso

Compra de productos.

ENCARGADO DE LA COMPRAS.

1. Identifica productos a comprar.
2. Elabora el reporte en original y copia de los artículos a adquirir.
3. Registra firma en original y copia.
4. Envía al Contador original y copia del reporte.

CONTADOR

5. Recibe del encargado de las compras el reporte original y copia.
6. Revisa lo que se va adquirir y verifica el alcance del costo. En caso de no estar de acuerdo devuelve reporte.
7. Registra visto bueno de revisado del reporte y entrega al gerente.
8. Elabora copia y original de orden de compra.

GERENTE

9. Recibe reporte y orden de compra.
10. Revisa reportes del contador.
11. Registra visto bueno
12. Entrega al Contador.

CONTADOR

13. Recibe la documentación.
14. Envía copia y original de orden de compra al jefe de compras.

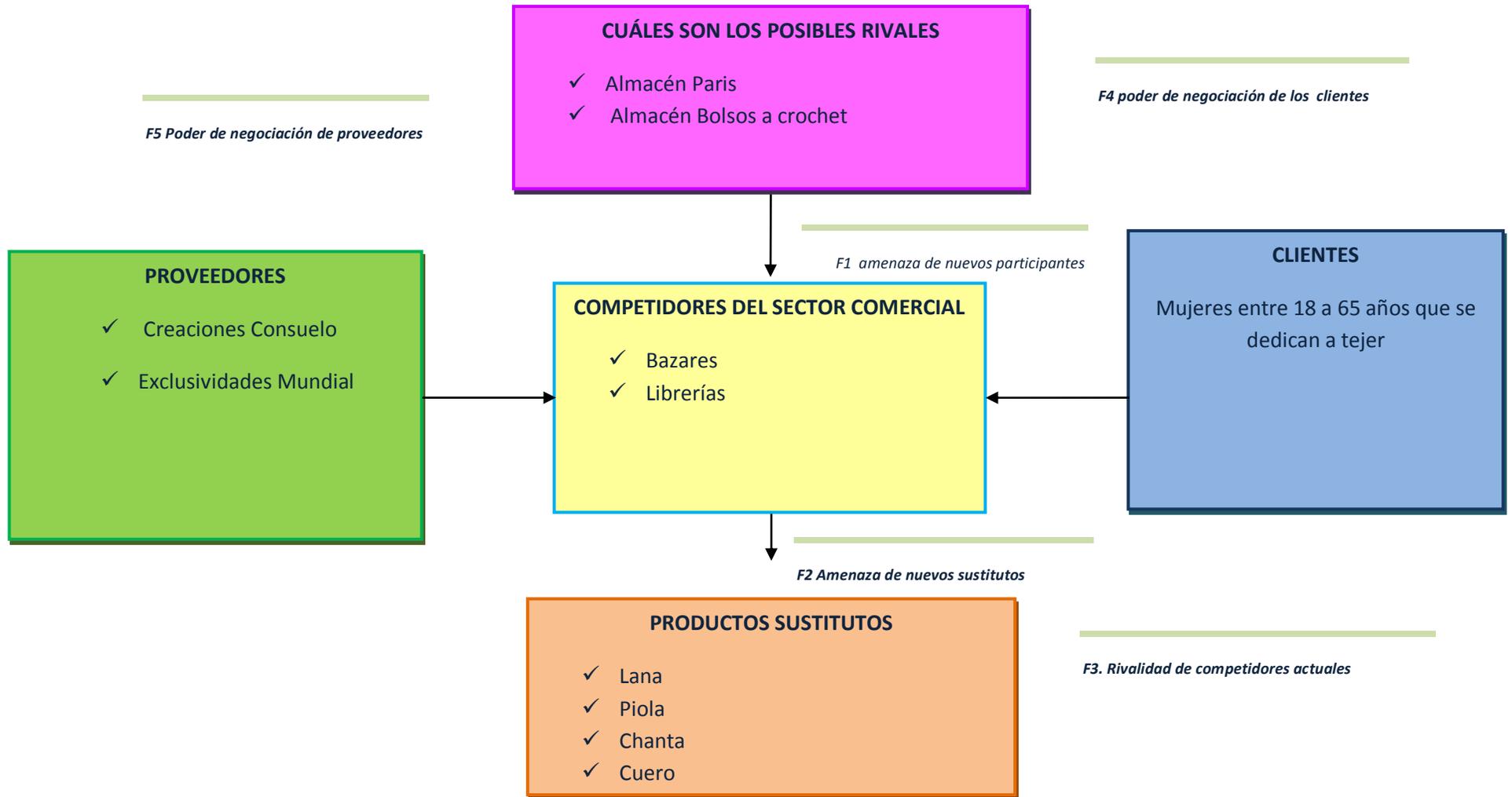
ENCARGADO DE LAS COMPRAS.

15. Recibe copia y original de la orden de compra.
16. Entrega copia de la orden de compra a los Proveedores.
17. Espera la entrega de producto del proveedor.
18. Recibe del proveedor el producto y adjunta facturas.
19. Verifica productos con las facturas y con la orden de compra.
20. Firma y entrega acuse de recibido a Proveedor.
21. Ingresa a inventario y entrega a contabilidad documentación.

ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE HILO COLA DE RATA.(Polipropileno)

Gráfico 13



F1.-BARRERAS DE ENTRADA

Cuadro 16

	BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
Infraestructura		X		
Prestigio y confianzas entre proveedores y clientes		X		
Conocimiento sobre la calificación de la calidad y precios de mercado			X	
Distribución en los diferentes lugares en referencia a la estanterías que no están disponibles		X		
Financiamiento para capital de trabajo	X			
Total	1	3	1	5
Amenaza de Participante nuevos	20%	60%	20%	100%

Como podemos observar en el cuadro existen el 60% de las barreras de entradas con un nivel medio debido a que las amenazas de nuevos entrantes es baja porque estos enfrentan importantes barreras de entradas para competir, siendo principal la competencia que no cuenta con la distribución de los hilos cola de rata de la cual nosotros como distribuidora y comercializadora si contamos con ello.

Otras barreras que enfrentan los pequeños negocios:

✓

El sistema de franquicia de los proveedores las que tienen contratos exclusivos con los productores de hilo.

F2.-PRODUCTOS SUSTITUTOS

Cuadro 17

	BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
Precios relativos		X		
Ventajas Sustitutas		X		
Variedad	X			
Total	1	2	0	3
Amenaza de sustitución	33.33%	66.67%	33.33%	100%

Analizando la segunda fase podemos observar que la amenaza de productos sustitutos tiene un nivel medio esto se debe a un efecto secundario que producen los productos sustitutos, ya que el hilo en ocasiones puede estirarse con el pasar el tiempo lo cual se dañarían los modelos de productos tejidos.

F3.- RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES

Cuadro 18

	BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
Competidores de tamaños pequeños		X		
Manejo de Precios			X	
Diferenciación de productos		X		
Total	0	2	1	3
Amenaza de rivalidad	0	66.67%	33.33%	100%

Observando la fase tres de rivalidad entre competidores existente en un nivel medio del 66.67% en el cual determinamos que no existen ningún rival potencial para nuestra distribuidora.

F4.- PODER DE LOS COMPRADORES

Cuadro 19

	BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
Calidad del producto ofertado		X		
Precios Estándar en el mercado		X		
Capacidad de modificar políticas de pago(crédito)		X		
Demanda		X		
Total	0	4	0	4
Poder de los compradores	0	100%	0	100%

En el análisis de la fase cuatro nos habla sobre el poder de los compradores donde determinados que en este caso existe un poder equilibrado entre los cliente y la distribuidora.

Los cuales si es bien cierto necesitan del producto que ofrecemos, antes situaciones externas a ellos como bruscas variaciones de precios del mercado, ya que pueden modificar unilateralmente los tratos comercial y las políticas de pago establecidas previamente, por lo que debemos ser muy cuidadosos y estratégicos al momento de realizar las negociaciones.

F5.-NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

Cuadro 20

	BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
Impacto del volumen ofrecido por el proveedor		X		
Números de Proveedores		X		
Conformidad con el producto entregado por los proveedores		X		
Total	0	3	0	3
Poder de los proveedores	0	100%	0	100%

En la apreciación de la fase quinta de la negociación de los proveedores tiene un nivel medio de 100% donde los proveedores con este antecedentes el margen de negociación se basa en la percepción que ellos tengan que están realizando un negocio con nosotros.

**RESUMEN DEL ANALISIS DEL NIVEL DE ATRACTIVIDAD DEL MERCADO
“DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE HILOS COLA DE RATA PARA
ELABORAR CARTERAS”**

Cuadro 21

	ACTUAL			FUTURO			TOTAL
	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	
MAGNITUD DE LAS FUERZAS							
Barreras a la entrada.	1	3	1			X	
Productos sustitutos.	1	2	0		X		
Rivalidad entre competidores existentes.	0	2	1			X	
Poder de los compradores.	0	4	0		X		
Negociación de los proveedores.	0	3	0		X		
EVALUACION GENERAL	2	14	2				18
PORCENTAJE	11.11%	77.78%	11.11%				100%

En este grafico general concluimos que la Distribuidora y Comercializadora de hilos cola de rata para elaborar carteras en la actualidad se encuentra en un nivel medio del 77.78% en la que determinamos que va a tener permanencia y larga vida en el mercado de la distribución y comercialización de hilos la cual será siendo bastante atractivo y se mantendrá cuidadosamente compitiendo en el mercado inteligentemente.

RECURSOS FINANCIEROS

Cuadro 22

<u>DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"</u>			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
2	ESCRITORIO	300,00	600,00
2	SILLA EJECUTIVA	280,00	560,00
30	SILLAS DE ESPERA	18,00	540,00
1	ARCHIVADOR	90,00	90,00
4	SILLAS DE OFICINA	123,00	492,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		2.282,00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
1	AIRE ACONDICIONADO	350,00	350,00
1	TELEFONOS	40,00	40,00
3	VITRINAS	500,00	1.500,00
1	DISPENSADOR DE AGUA	50,00	50,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		1.940,00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>		
2	COMPUTADORAS	650,00	1.300,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	300,00	300,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1.600,00
	<u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u>		
1	MAQUINA DE COSER	300,00	300,00
5	ANAQUELES PARA ENBODEGAR LOS HILOS	300,00	1.500,00
1	MAQUINA REGISTRADORA	940,00	940,00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		2.740,00
	<u>LOCAL</u>		
1	ARRIENDO DE LOCAL	600	600,00
	TOTAL LOCAL		600,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			9.162,00

Cuadro 23

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	2.282,00	10%	19,02	228,20
EQUIPO DE COMPUTACION	1.600,00	33%	44,00	528,00
EDIFICIO	450,00		-	-
EQUIPO DE OFICINA	1.940,00	10%	16,17	194,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	2.740,00	10%	22,83	274,00
TOTAL	9.012,00		102,02	1.224,20

Cuadro 24

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"													
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	
	VENTAS	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00
(-)	COSTO DE VENTAS	13.160,00	13.160,00	13.160,00	13.160,00	13.160,00	13.160,00	13.160,00	13.160,00	13.160,00	13.160,00	13.160,00	13.160,00
	UTILIDAD BRUTA	4.696,00											
	COSTOS INDIRECTOS	4.105,64	3.106,64	3.110,64	5.222,64	3.605,64	3.106,64	3.110,64	3.110,64	3.605,64	3.106,64	3.110,64	5.247,64
(-)	DEPRECIACION	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02
(-)	AMORTIZACION												
	UTILIDAD OPERACIONAL	488,35	1.487,35	1.483,35	628,65	988,35	1.487,35	1.483,35	1.483,35	988,35	1.487,35	1.483,35	653,65
(-)	GASTOS FINANCIEROS	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47
	UTILIDAD ANTES PART. IMP	324,87	1.323,87	1.319,87	792,13	824,87	1.323,87	1.319,87	1.319,87	824,87	1.323,87	1.319,87	817,13
	PARTICIPACION EMPLEADOS	120,21	120,21	120,21	120,21	120,21	120,21	120,21	120,21	120,21	120,21	120,21	120,21
	UTILIDAD ANTES DE IMPTO	204,67	1.203,67	1.199,67	912,33	704,67	1.203,67	1.199,67	1.199,67	704,67	1.203,67	1.199,67	937,33
	IMPUESTO RENTA	170,29	170,29	170,29	170,29	170,29	170,29	170,29	170,29	170,29	170,29	170,29	170,29
	UTILIDAD NETA	34,38	1.033,38	1.029,38	1.082,62	534,38	1.033,38	1.029,38	1.029,38	534,38	1.033,38	1.029,38	1.107,62

Cuadro 25

<u>DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"</u>						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	214.272,00	227.128,32	240.756,02	255.201,38	270.513,46	1.207.871,18
(-) COSTO DE VENTAS	157.920,00	164.236,80	170.806,27	177.638,52	184.744,06	855.345,66
UTILIDAD BRUTA	56.352,00	62.891,52	69.949,75	77.562,86	85.769,40	352.525,52
COSTOS INDIRECTOS	43.549,64	45.142,66	46.799,40	47.994,40	49.786,33	233.272,43
(-) DEPRECIACION	1.224,20	2.448,40	3.672,60	4.896,80	6.121,00	18.363,00
(-) AMORTIZACION						
UTILIDAD OPERACIONAL	11.578,16	15.300,46	19.477,75	24.671,65	29.862,07	100.890,09
(-) GASTOS FINANCIEROS	1.961,68	1.569,34	1.177,01	784,67	392,34	5.885,04
UTILIDAD ANTES PART. IMP	9.616,48	13.731,12	18.300,74	23.886,98	29.469,73	95.005,05
PARTICIPACION EMPLEADOS	1.442,47	2.059,67	2.745,11	3.583,05	4.420,46	14.250,76
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	8.174,01	11.671,45	15.555,63	20.303,93	25.049,27	80.754,30
IMPUESTO RENTA	2.043,50	2.917,86	3.888,91	5.075,98	6.262,32	34.439,33
UTILIDAD NETA	6.130,51	8.753,59	11.666,72	15.227,95	18.786,95	60.565,72

Cuadro 26

<u>DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"</u>									
DETALLES DE GASTOS									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
ADMINISTRADOR	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
CONTADOR	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
VENDEDORA	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00
MAESTRA	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00
BODEGUERO	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00
APORTE PATRONAL	180,62	180,62	180,62	180,62	180,62	180,62	180,62	180,62	180,62
DECIMO CUARTO				2.112,00					
DECIMO TERCERO									
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.822,62	1.822,62	1.822,62	3.934,62	1.822,62	1.822,62	1.822,62	1.822,62	1.822,62

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
AGUA	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
ENERGIA ELECTRICA	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
TELEFONO	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
SERVICIOS DE INTERNET	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00
UTILES DE OFICINA	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
CARRERAS DEL PRODUCTO	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00
VARIOS	479,00	480,00	484,00	484,00	479,00	480,00	484,00	484,00	479,00
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	19,02	19,02	19,02	19,02	19,02	19,02	19,02	19,02	19,02
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	16,17	16,17	16,17	16,17	16,17	16,17	16,17	16,17	16,17

DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83
TOTAL GASTOS GENERALES	1.283,02	1.284,02	1.288,02	1.288,02	1.283,02	1.284,02	1.288,02	1.288,02	1.283,02

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
PUBLICIDAD	1.000,00	-	-	-	500,00	-	-	-	500,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	1.000,00	-	-	-	500,00	-	-	-	500,00

	4.105,64	3.106,64	3.110,64	5.222,64	3.605,64	3.106,64	3.110,64	3.110,64	3.605,64
--	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	4.003,62	3.004,62	3.008,62	5.120,62	3.503,62	3.004,62	3.008,62	3.008,62	3.503,62
GASTOS GENERALES	1.181,00	1.182,00	1.186,00	1.186,00	1.181,00	1.182,00	1.186,00	1.186,00	1.181,00
DEPRECIACION	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02	102,02

Cuadro 27

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"								
DETALLES DE GASTOS								
	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRADOR	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.616,00	5.840,64	6.074,27	6.317,24
CONTADOR	400,00	400,00	400,00	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32
VENDEDORA	264,00	264,00	264,00	3.168,00	3.294,72	3.426,51	3.563,57	3.706,11
MAESTRA	264,00	264,00	264,00	3.168,00	3.294,72	3.426,51	3.563,57	3.706,11
BODEGUERO	264,00	264,00	264,00	3.168,00	3.294,72	3.426,51	3.563,57	3.706,11
APORTE PATRONAL	180,62	180,62	180,62	2.167,44	2.254,14	2.344,30	2.438,08	2.535,60
DECIMO CUARTO				2.112,00	2.196,48	2.284,34	2.375,71	2.470,74
DECIMO TERCERO			1.642,00	1.642,00	1.707,68	1.775,99	1.847,03	1.920,91
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.822,62	1.822,62	3.464,62	25.625,44	26.650,46	27.716,48	28.825,13	29.978,14

	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	25,00	25,00	25,00	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
ENERGIA ELECTRICA	25,00	25,00	25,00	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
TELEFONO	30,00	30,00	30,00	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
SERVICIOS DE INTERNET	22,00	22,00	22,00	264,00	274,56	285,54	296,96	308,84
UTILES DE OFICINA	50,00	50,00	50,00	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
Carreras del producto	550,00	550,00	550,00	6.600,00	6.864,00	7.138,56	7.424,10	7.721,07
VARIOS	480,00	484,00	479,00	5.776,00	6.007,04	6.247,32	6.497,21	6.757,10
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	8,25	8,25	8,25	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	44,00	44,00	44,00	528,00	528,00	528,00	-	-
DEPRECIACION DE VEHICULO	-	-	-	-	-	-	-	-
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	6,17	6,17	6,17	74,00	74,00	74,00	74,00	74,00

DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	15,00	15,00	15,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
TOTAL GASTOS GENERALES	1.255,42	1.259,42	1.254,42	15.081,00	15.649,00	16.239,72	16.326,07	16.964,99

	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	-	-	500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	-	-	500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00

	3.078,04	3.082,04	5.219,04	43.206,44	44.799,46	46.456,20	47.651,20	49.443,13
--	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	3.004,62	3.008,62	5.145,62	42.325,44	43.918,46	45.575,20	47.298,20	49.090,13
GASTOS GENERALES	1.182,00	1.186,00	1.181,00	14.200,00	1.896,96	1.972,84	2.051,75	2.133,82
DEPRECIACION	73,42	73,42	73,42	881,00	881,00	881,00	353,00	353,00
				881,00	1.762,00	2.643,00	2.996,00	3.349,00

Cuadro 28

VARIOS PARA GASTOS DE OFICINA				
RAZON	CANT.		COSTO	total
ARRIENDO	0	unidades	450	450
COLORO	1	galones	2	2
TRAPEADOR	1	unidades	5	5
ESCOBAS	2	unidades	3	6
DESINFECTANTES	2	galones	2	4
GUANTES	1	pares	12	12
TOTAL				479

Cuadro29

<u>DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA " ZUANA "</u>									
GASTOS DE LA IMPORTACION DE LOS HILOS									
EGRESOS	UF	P.U.	TOTAL	UF	P.U.	TOTAL	UF	P.U.	TOTAL
	ENERO			FEBRERO			MARZO		
HILO HIGH COLA DE RATA	2.000	0,94	\$ 1.880,00	2.000	0,94	\$ 1.880,00	2.000	0,94	\$ 1.880,00
HILO COLA DE RATA MEDIANO	3.000	1,88	\$ 5.640,00	3.000	1,88	\$ 5.640,00	3.000	1,88	\$ 5.640,00
HILO COLA DE RATA GRANDE	2.000	2,82	\$ 5.640,00	2.000	2,82	\$ 5.640,00	2.000	2,82	\$ 5.640,00
TOTAL EGRESOS	7.000	5,64	13.160,00	7.000	5,64	13.160,00	7.000	5,64	13.160,00

Cuadro 30

<u>DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA " ZUANA "</u>									
GASTOS DE LA IMPORTACION DE LOS HILOS									
EGRESOS	UF	P.U.	TOTAL	UF	P.U.	TOTAL	UF	P.U.	TOTAL
	ABRIL			MAYO			JUNIO		
HILO HIGH COLA DE RATA	2.000	0,94	\$ 1.880,00	2.000	0,94	\$ 1.880,00	2.000	0,94	\$ 1.880,00
HILO COLA DE RATA MEDIANO	3.000	1,88	\$ 5.640,00	3.000	1,88	\$ 5.640,00	3.000	1,88	\$ 5.640,00
HILO COLA DE RATA GRANDE	2.000	2,82	\$ 5.640,00	2.000	2,82	\$ 5.640,00	2.000	2,82	\$ 5.640,00
TOTAL EGRESOS	7.000	5,64	13.160,00	7.000	5,64	13.160,00	7.000	5,64	13.160,00

Cuadro 31

<u>DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA " ZUANA "</u>									
GASTOS DE LA IMPORTACION DE LOS HILOS									
EGRESOS	UP	P.U.	TOTAL	UP	P.U.	TOTAL	UP	P.U.	TOTAL
	JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE		
HILO HIGH COLA DE RATA	2.000	0,94	\$ 1.880,00	2.000	0,94	\$ 1.880,00	2.000	0,94	\$ 1.880,00
HILO COLA DE RATA MEDIANO	3.000	1,88	\$ 5.640,00	3.000	1,88	\$ 5.640,00	3.000	1,88	\$ 5.640,00
HILO COLA DE RATA GRANDE	2.000	2,82	\$ 5.640,00	2.000	2,82	\$ 5.640,00	2.000	2,82	\$ 5.640,00
TOTAL EGRESOS	7.000	5,64	13.160,00	7.000	5,64	13.160,00	7.000	5,64	13.160,00

Cuadro 32

<u>DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA " ZUANA "</u>									
GASTOS DE LA IMPORTACION DE LOS HILOS									
EGRESOS	UF	P.U.	TOTAL	UF	P.U.	TOTAL	UF	P.U.	TOTAL
	OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
HILO HIGH COLA DE RATA	2.000	0,94	\$ 1.880,00	2.000	0,94	\$ 1.880,00	2.000	0,94	\$ 1.880,00
HILO COLA DE RATA MEDIANO	3.000	1,88	\$ 5.640,00	3.000	1,88	\$ 5.640,00	3.000	1,88	\$ 5.640,00
HILO COLA DE RATA GRANDE	2.000	2,82	\$ 5.640,00	2.000	2,82	\$ 5.640,00	2.000	2,82	\$ 5.640,00
TOTAL EGRESOS	7.000	5,64	13.160,00	7.000	5,64	13.160,00	7.000	5,64	13.160,00

Cuadro 33

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA " ZUANA "						
GASTOS DE LA IMPORTACION DE LOS HILOS						
EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
TOTAL EGRESOS	\$ 157.920,00	\$ 164.236,80	\$ 170.806,27	\$ 177.638,52	\$ 184.744,06	\$ 855.345,66
	\$ 157.920,00	\$ 164.236,80	\$ 170.806,27	\$ 177.638,52	\$ 184.744,06	\$ 855.345,66

Cuadro 34

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA "									
PRESUPUESTO DE INGRESOS									
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL
	ENERO			FEBRERO			MARZO		
HILO HIGH COLA DE RATA	1.920	1,20	2.304,00	1.920	1,20	2.304,00	1.920	1,20	2.304,00
HILO COLA DE RATA MEDIANO	2.880	2,30	6.624,00	2.880	2,30	6.624,00	2.880	2,30	6.624,00
HILO COLA DE RATA GRANDE	1.920	3,60	6.912,00	1.920	3,60	6.912,00	1.920	3,60	6.912,00
PAGO POR MUESTRA	960	1,00	960,00	960	1,00	960,00	960	1,00	960,00
TOTAL DE INGRESOS	7.680		17.856,00	7.680		17.856,00	7.680		17.856,00

Cuadro 35

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"									
PRESUPUESTO DE INGRESOS									
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL
	ABRIL			MAYO			JUNIO		
HILO HIGH COLA DE RATA	1.920	1,20	2.304,00	1.920	1,20	2.304,00	1.920	1,20	2.304,00
HILO COLA DE RATA MEDIANO	2.880	2,30	6.624,00	2.880	2,30	6.624,00	2.880	2,30	6.624,00
HILO COLA DE RATA GRANDE	1.920	3,60	6.912,00	1.920	3,60	6.912,00	1.920	3,60	6.912,00
PAGO POR MUESTRA	960	1,00	960,00	960	1,00	960,00	960	1,00	960,00
TOTAL DE INGRESOS	7.680		17.856,00	7.680		17.856,00	7.680		17.856,00

Cuadro 36

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"									
PRESUPUESTO DE INGRESOS									
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL
	JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE		
HILO HIGH COLA DE RATA	1.920	1,20	2.304,00	1.920	1,20	2.304,00	1.920	1,20	2.304,00
HILO COLA DE RATA MEDIANO	2.880	2,30	6.624,00	2.880	2,30	6.624,00	2.880	2,30	6.624,00
HILO COLA DE RATA GRNDE	1.920	3,60	6.912,00	1.920	3,60	6.912,00	1.920	3,60	6.912,00
PAGO POR MUESTRA	960	1,00	960,00	960	1,00	960,00	960	1,00	960,00
TOTAL DE INGRESOS	7.680		17.856,00	7.680		17.856,00	7.680		17.856,00

Cuadro 37

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"									
PRESUPUESTO DE INGRESOS									
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL	UNIDADES	P.U.	TOTAL
	OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
HILO HIGH COLA DE RATA	1.920	1,20	2.304,00	1.920	1,20	2.304,00	1.920	1,20	2.304,00
HILO COLA DE RATA MEDIANO	2.880	2,30	6.624,00	2.880	2,30	6.624,00	2.880	2,30	6.624,00
HILO COLA DE RATA GRNDE	1.920	3,60	6.912,00	1.920	3,60	6.912,00	1.920	3,60	6.912,00
PAGO POR MUESTRA	960	1,00	960,00	960	1,00	960,00	960	1,00	960,00
TOTAL DE INGRESOS	7.680		17.856,00	7.680		17.856,00	7.680		17.856,00

Cuadro 38

2%

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"						
PRESUPUESTO DE INGRESOS						
INGRESOS POR VENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
TOTAL DE INGRESOS	214.272,00	227.128,32	240.756,02	255.201,38	270.513,46	1.207.871,18
	214.272,00	227.128,32	240.756,02	255.201,38	270.513,46	1.207.871,18

Cuadro 39

<u>Distribuidora y Comercializadora "ZUANA"</u>						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	-					
CAJA -BANCOS	15.000,00	16.983,74	24.453,84	34.624,88	47.723,46	63.858,74
INVERSIONES		7.278,74	10.480,22	14.839,24	20.452,91	27.368,03
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	15.000,00	24.262,48	34.934,05	49.464,12	68.176,36	91.226,78
ACTIVOS FIJOS	9.012,00	9.012,00	9.012,00	9.012,00	9.012,00	9.012,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		1.224,20	2.448,40	3.672,60	4.368,80	5.065,00
TOTAL DE ACTIVO FIJO	9.012,00	7.787,80	6.563,60	5.339,40	4.643,20	3.947,00
TOTAL DE ACTIVOS	24.012,00	32.050,28	41.497,65	54.803,52	72.819,56	95.173,78
<u>PASIVO</u>	-					
<u>CORRIENTE</u>						
PRESTAMO	14.012,00	11.209,60	8.407,20	5.604,80	2.802,40	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	1.626,10	2.426,93	3.296,00	4.317,57	5.338,61
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	2.303,64	3.438,15	4.669,34	6.116,55	7.563,03
TOTAL PASIVO	14.012,00	15.139,35	14.272,28	13.570,14	13.236,52	12.901,64
<u>PATRIMONIO</u>	-					
APOORTE CAPITAL	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	6.910,93	10.314,44	14.008,01	18.349,66	22.689,09
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	6.910,93	17.225,38	31.233,38	49.583,04
TOTAL PATRIMONIO	10.000,00	16.910,93	27.225,38	41.233,38	59.583,04	82.272,14
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	24.012,00	32.050,28	41.497,65	54.803,52	72.819,56	95.173,78

Cuadro40

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	2.282,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1.600,00
EDIFICIO	450,00
EQUIPO DE OFICINA	1.940,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	2.740,00
CAJA - BANCO	15.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	24.012,00

Cuadro41

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		24.012,00
Financiado	58%	14.012,00
Aporte Propio	42%	10.000,00
		24.012,00

Cuadro 42

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	14,00%	0,14
		0,14

Cuadro 43

PRESTAMO BANCARIO		
Préstamo Bancario	14.012,00	1.961,68

Cuadro 44

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				14.012,00
1	2.802,40	1.961,68	4.764,08	11.209,60
2	2.802,40	1.569,34	4.371,74	8.407,20
3	2.802,40	1.177,01	3.979,41	5.604,80
4	2.802,40	784,67	3.587,07	2.802,40
5	2.802,40	392,34	3.194,74	-
	14.012,00	5.885,04	19.897,04	

Cuadro 45

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				14.012,00
1	233,53	163,47	397,01	13.778,47
2	233,53	163,47	397,01	13.544,93
3	233,53	163,47	397,01	13.311,40
4	233,53	163,47	397,01	13.077,87
5	233,53	163,47	397,01	12.844,33
6	233,53	163,47	397,01	12.610,80
7	233,53	163,47	397,01	12.377,27
8	233,53	163,47	397,01	12.143,73
9	233,53	163,47	397,01	11.910,20
10	233,53	163,47	397,01	11.676,67
11	233,53	163,47	397,01	11.443,13
12	233,53	163,47	397,01	11.209,60
	2.802,40	1.961,68	4.764,08	

Cuadro 46

PUNTO DE EQUILIBRIO

DATOS	
ventas	1.207.871,18
costo fijos	233.272,43
Costos variables	855.345,66

Y X

1.207.871,18
1.088.618,09
855.345,66

Cuadro 47

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{233272,43}{0,29186} = 799269,91$$

Gráfico 14

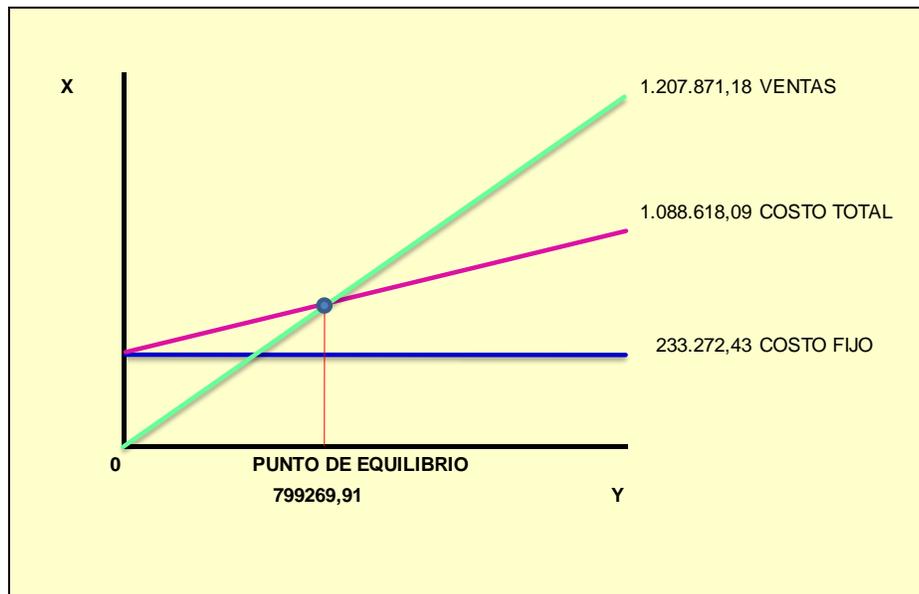
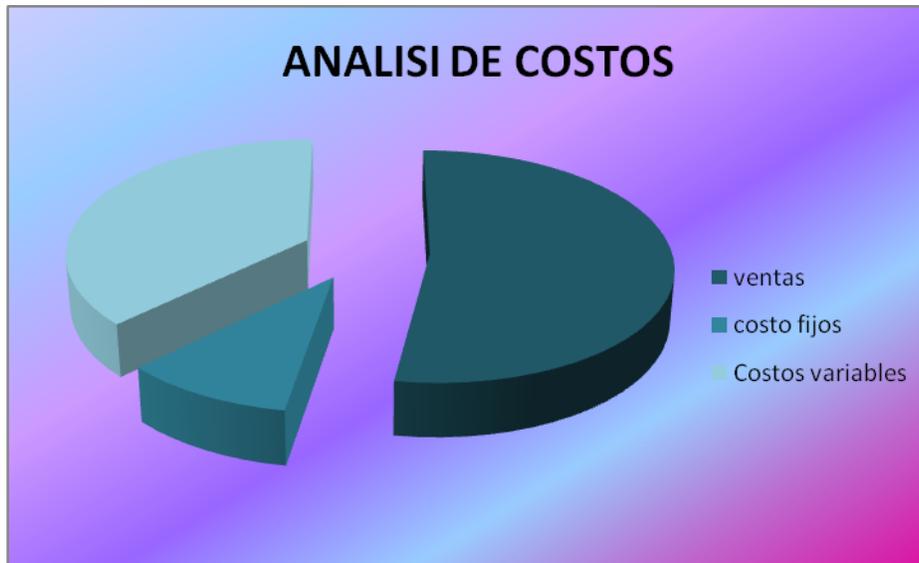


Gráfico15



Cuadro 48

<u>DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"</u>							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	24.012,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	1.822,62	1.822,62	1.822,62	3.934,62	1.822,62	1.822,62
GASTO DE VENTAS	-	1.000,00	-	-	-	500,00	-
PAGO A PROVEEDORES							
GASTO GENERALES	-	1.283,02	1.284,02	1.288,02	1.288,02	1.283,02	1.284,02
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	-	-	-	-
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	24.012,00	4.105,64	3.106,64	3.110,64	5.222,64	3.605,64	3.106,64
FLUJO OPERATIVO	-24.012,00	13.750,36	14.749,36	14.745,36	12.633,36	14.250,36	14.749,36
<u>INGRESOS NO OPERATIVOS</u>							
PRESTAMO BANCARIO	14.012,00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	14.012,00	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
<u>INVERSIONES</u>							
PAGO DE CAPITAL	-	233,53	233,53	233,53	233,53	233,53	233,53
PAGO DE INTERESES	-	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	397,01	397,01	397,01	397,01	397,01	397,01
FLUJO NETO NO OPERATIVO	14.012,00	-397,01	-397,01	-397,01	-397,01	-397,01	-397,01
FLUJO NETO	-10.000,00	13.353,36	14.352,36	14.348,36	12.236,36	13.853,36	14.352,36
SALDO INICIAL	-	15.000,00	28.353,36	42.705,71	57.054,07	69.290,43	83.143,78
FLUJO ACUMULADO	-	28.353,36	42.705,71	57.054,07	69.290,43	83.143,78	97.496,14

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00	17.856,00
EGRESOS OPERATIVOS						
INVERSION INICIAL	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	1.822,62	1.822,62	1.822,62	1.822,62	1.822,62	3.464,62
GASTO DE VENTAS	-	-	500,00	-	-	500,00
PAGO A PROVEEDORES						
GASTO GENERALES	1.288,02	1.288,02	1.283,02	1.284,02	1.288,02	1.283,02
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	-	-	-
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	3.110,64	3.110,64	3.605,64	3.106,64	3.110,64	5.247,64
FLUJO OPERATIVO	14.745,36	14.745,36	14.250,36	14.749,36	14.745,36	12.608,36
<u>INGRESOS NO OPERATIVOS</u>	-	-	-	-	-	
PRESTAMO BANCARIO	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS						
<u>INVERSIONES</u>						
PAGO DE CAPITAL	233,53	233,53	233,53	233,53	233,53	233,53
PAGO DE INTERESES	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47	163,47
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	397,01	397,01	397,01	397,01	397,01	397,01
FLUJO NETO NO OPERATIVO	-397,01	-397,01	-397,01	-397,01	-397,01	-397,01
FLUJO NETO	14.348,36	14.348,36	13.853,36	14.352,36	14.348,36	12.211,36
SALDO INICIAL	97.496,14	111.844,50	126.192,85	140.046,21	154.398,57	168.746,92
FLUJO ACUMULADO	111.844,50	126.192,85	140.046,21	154.398,57	168.746,92	180.958,28

Cuadro 49

<u>DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA "ZUANA"</u>						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS	214.272,00	227.128,32	240.756,02	255.201,38	270.513,46	1.207.871,18
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	214.272,00	227.128,32	240.756,02	255.201,38	270.513,46	1.207.871,18
EGRESOS OPERATIVOS						
INVERSION INICIAL	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	-	-	-	-	-
GASTO DE VENTAS	-	-	-	-	-	-
PAGO A PROVEEDORES	157.920,00	164.236,80	170.806,27	177.638,52	184.744,06	855.345,66
GASTO GENERALES	42.325,44	43.918,46	45.575,20	47.298,20	49.090,13	228.207,43
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	1.626,10	2.426,93	3.296,00	4.317,57	5.338,61
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	2.303,64	3.438,15	4.669,34	6.116,55	7.563,03
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	200.245,44	212.085,00	222.246,54	232.902,06	244.268,32	1.096.454,73
FLUJO OPERATIVO	14.026,56	15.043,32	18.509,48	22.299,32	26.245,15	96.123,82
<u>INGRESOS NO OPERATIVOS</u>		-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS						
<u>INVERSIONES</u>						
PAGO DE CAPITAL	2.802,40	2.802,40	2.802,40	2.802,40	2.802,40	14.012,00
PAGO DE INTERESES	1.961,68	1.569,34	1.177,01	784,67	392,34	5.885,04
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	4.764,08	4.371,74	3.979,41	3.587,07	3.194,74	19.897,04
FLUJO NETO NO OPERATIVO	-4.764,08	-4.371,74	-3.979,41	-3.587,07	-3.194,74	-19.897,04
FLUJO NETO	9.262,48	10.671,57	14.530,07	18.712,24	23.050,41	76.226,78
SALDO INICIAL	15.000,00	24.262,48	34.934,05	49.464,12	68.176,36	
FLUJO ACUMULADO	24.262,48	34.934,05	49.464,12	68.176,36	91.226,78	

TIR DEL NEGOCIO

59%

TIR DEL INVERSIONISTA

137%

Cuadro 50

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-24.012,00	14.026,56	15.487,09	19.397,02	23.630,63	28.020,24

Cuadro 51

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	14,00%

Cuadro 52

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	100.561,54
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	24.012,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	83,76%

Cuadro 53

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		63.206,60
VAN	POSITIVO	39.194,60
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,61
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	61,26
TASA INTERNA DE RETORNO		62,91%

Cuadro 54

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	214.272,00
COSTO DIRECTO	157.920,00
COSTO INDIRECTO	43.549,64
FLUJO NETO	9.262,48
PAGO DE DIVIDENDOS	2.802,40
GASTOS FINANCIEROS	1.961,68
GASTOS PERSONAL	25.625,44
ACTIVOS FIJOS NETOS	7.787,80

Cuadro55

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	799.269,91
EN PORCENTAJE	373,02%

Cuadro56

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	14.530,07
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	4,31
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	12,87
INDICE DE EMPLEO		3,29

Cuadro57

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	24.262,48
ACTIVOS TOTALES	32.050,28
UTILIDAD NETA	6.130,51

Cuadro58

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,2430	24,30%

Cuadro 59

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,1913	19,13%

Cuadro 60

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	100.561,54
GASTOS FINANCIEROS	5.885,04
INVERSION INICIAL	24.012,00
UTILIDAD NETA	60.565,72
VALOR DEL CREDITO	14.012,00
VENTAS	1.207.871,18
COSTO DE VENTA	1.088.618,09
TOTAL DEL ACTIVO	3.947,00

Cuadro 61

INDICE DE DEUDA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ACTIVOS	\$ 24.012,00	\$ 32.050,28	\$ 41.914,42	\$ 56.134,84	\$ 75.482,20	\$ 99.611,50
PASIVOS	\$ 10.000,00	\$ 16.130,51	\$ 24.884,09	\$ 36.550,82	\$ 51.778,77	\$ 70.565,72
	2,40	1,99	1,69	1,54	1,46	1,41

Cuadro62

PRUEBA ÁCIDA					
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
1,07	1,16	1,85	2,91	4,33	6,37

5.7.3 Impacto.

La Creación de la Distribuidora y Comercializadora de Hilos de Cola de Rata causara un impacto beneficioso para la empresa y a la ciudadanía, ya que estamos ofreciendo además del servicio de ventas de hilos cola de rata, la capacitación de cómo elaborar carteras tejidas aún bajo Costo y fomentaremos la economía tanto de la empresa como el de los hogares de las Mujeres Milagreñas.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 63

TIEMPO ACTIVIDADES	MESES 2012															
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.- coordinación para el financiamiento	■	■	■	■												
2.-Contacto con proveedores					■											
3.-Finiquitar contrato de arrendamiento del local						■										
4.-Adquisicion de materiales y equipo de oficina							■	■								
5.-seleccio de personal									■	■						
6.-campaña publicitaria											■	■				
7.-apertura del local													■			

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

Entre los lineamientos para evaluar la propuesta de “Estudio de Factibilidad de Una Distribuidora y Comercializadora de Hilo cola de Rata”, se inició la recopilación de información veraz en un intenso trabajo de campo sobre el tema a estudiar, la aplicación de encuestas, que estuvieron dirigidas a la Mujeres con hijos de la Ciudad de Milagro, entre 18 a 65 años respectivamente, para indagar directamente que criterio tenían sobre el tema propuesto, como calificaban la distribuidora, comercializadora y el hilo que se les ofrece, por ultimo si llenaban las expectativas de ellos, siendo estos clientes usuarios internos de la empresa. Una vez obtenida esta información se procedió a proponer esta propuesta, con el claro objetivo de establecer un estudio de factibilidad bien definida con bases sólidas tanto en la parte administrativa, operativa y financiera.

CONCLUSIONES

Una vez concluidos la redacción del presente proyecto de tesis de grado es necesario indicar que se llevo a las siguientes conclusiones:

- ✓ Las expectativas determinadas en la recopilación de la información al segmento de las mujeres con hijos del cantón Milagro, parece una buena oportunidad que exista una Distribuidora y Comercializadora de Hilos Cola de Rata para poder acceder a una variedad de materia prima y sobre todo dotada de una gama de hilos con calidad.
- ✓ Concluimos que hay oportunidad para ejecutar el proyecto porque no existe competencia directa y segmentos al que se puede dirigir la Distribuidora y Comercializadora hilos cola de rata.
- ✓ La rentabilidad del proyecto no es exorbitante pero da la iniciativa que si es posible invertir en el mercado artesanal en nuestro cantón.
- ✓ Este proyecto es factible llevar a prueba por los análisis realizados en el mercado laboral dando como conclusión final obteniendo buenos ingresos.
- ✓ La distribuidora y comercializadora de hilos cola de rata cuenta con la oportunidad del mercado artesanal en el cantón Milagro de acuerdo a las encuestas realizadas a la población mujeres con hijos y la aprobación puesto con la cercanía al conseguir el producto.
- ✓ De acuerdo a la investigación realizada la creación de la distribuidora y comercializadora hilos cola de rata, tiene gran nivel de aceptación ya que promoverá fuentes de empleo y oportunidad del crecimiento del cantón como los habitantes.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones del proyecto están enfocadas en el reconocimiento de la Distribuidora y Comercializadora de Hilos Cola de Rata, su marca como sus productos, para lo cual tenemos lo siguiente:

- ✓ Realizar investigaciones del mercado continuas, para conocer las expectativas que generar la adquisición de los productos y realizar mejoramientos continuos.
- ✓ Promocionar por los medios de comunicación de mayor aceptación por parte de la ciudadanía la creación de la Distribuidora y Comercializadora, la materia prima, puntualizando conocimientos, la calidad y variedad.
- ✓ Se debe realizar un monitoreo constante de los inventarios, la rentabilidad y una revisión del sistema dependiendo del crecimiento según las nuevas necesidades de la Distribuidora y Comercializadora.
- ✓ Establecer la apertura de la Distribuidora y Comercializadora dentro un plazo determinado para llevar la delantera en este sector comercial y posesionar la empresa en un nivel respetable ante los posibles competidores.
- ✓ Efectuar una correcta inversión de activos y análisis adecuados para que el servicio que se brinde sea de calidad, para así llegar a la fidelidad de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

BERK, Jonathan y **DEMARZO**, Peter: Finanzas Corporativas, Pearson Educación, México, 2008.

BESLEY, Scott y **BRIGMAN**, Eugene: Fundamento de Administración Financiera, Mc. Graw – Hill Interamericano, México, 2008.

BERNAL, César A, y **SIERRA**, Hernán: Proceso Administrativo para las Organizaciones del Siglo XXI, Pearson Educación, México, 2008.

CARDOZO, Alejandro Pablo: Administración Empresarial, Grupo Editorial, Argentina, 2007.

CHIAVENTO, Idalberto: Introducción a la Teoría General de la Administración, Mc. Graw – Hill Interamericano, México, 2005.

GITMAN, Lawrence: Administración Financiera, Pearson Educación, México, 2007.

HATTON, Angela: La Guía Definitiva del Plan de Marketing, Pearson Educación, España, 2000.

HILL, Charles y **JONES** Gareth: Administración Estratégica, Mc. Graw – Hill Interamericano, México, 2009.

KOONTZ, Harold y **WEIHRICH**, Heinz: Admonistración Una Perspectiva Global 12^{VA} Edición, Mc. Graw – Hill Interamericano, México, 2004.

KOTLER, Philip y **ARMSTRONG**, Gary: Principios de Marketing, Pearson Educación, España, 2008.

LAMBIN, Jean: Marketing Estrategico, Mc. Graw – Hill Interamericano, España, 2009.

MADURA, Jeff: Administración Financiera Internacional 6^{TA} Edición, México, 2001.

ROBBINS, Stephen P y **COULTER**, Mary: Administración 10^{MA} Edición, Pearson Educación, México, 2010.

THOMPSON, Arthur, **STRICKLAND III, A.J.** y **GAMBIE**, John: Administración Estratégica, Mc. Graw – Hill Interamericano, México, 2007.

WHEELEN, Thomas y **HUNGER**, David: Administración Estratégica y Política de Negocios, Pearson Educación, México, 2007.

LINCOGRAFÍAS

ACCESORIOS, Gisela: Acrochet.com, <http://blog.acrochet.com/patrones-gratis/la-cartera-roja-en-cola-de-rata.html>, extraído el 29 de Mayo del 2011

BRUNET, Caroline Anne y TURCK, Valérie Paul: Plan de exportación de talavera a España, http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/bad/brunet_ca/capitulo3.pdf, extraído el 31 de Mayo del 2011

EL UNIVERSO: Con el regreso de las piñas, Milagro festeja sus 97 años de cantón, <http://www.eluniverso.com/2010/09/16/1/1445/regreso-pinas-milagro-festeja-sus-97-anos-canton.html> , extraído el 28 de Mayo del 2011.

INEC: Censo de Población y Vivienda 2001, <http://redatam.inebin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2001&MAIN=WebServerMain.inc.gob.ec/cgil>, extraído el 28 de Mayo del 2011.

REYES, Susana y SILVA, Johanna: Creación de una Microempresa Dedicada a la Elaboración y Comercialización de Panela Granulada en la Ciudad de Milagro, Tesis de grado para obtener el Título de Ingeniero Comercial, Unidad Comerciales y Administrativas, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, 2009.

ANEXOS



Buenos Días somos egresadas de la Universidad Estatal Milagro pertenecemos a la Unidad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la carrera de Ingeniería Comercial la siguiente encuesta está dirigida a las mujeres Milagreñas de la zona céntrica o propietarios de puntos de ventas del hilo de Cola de Rata nuestro objetivo es conocer la factibilidad para la creación de una distribuidora y comercializadora de hilos cola de rata.

ENCUESTA

1.- ¿Tiene usted conocimiento acerca de los hilos para elaborar productos a crochet?

Sí No

2.- ¿Usted conoce de la elaboración de productos tejida con hilo cola de rata?

Mucho Poco Nada

3.- ¿Desearía usted conocer más sobre el hilo cola de rata?

Sí No

4.- ¿Qué le parece la atención y comercialización de los pequeños vendedores de los hilos cola de rata?

Excelente Bueno Malo

5.- ¿Le gustaría que existan una distribuidora de hilos cola de rata dentro de la ciudad de Milagro?

Sí

No

6.- ¿Estaría dispuesto a capacitarse para aprender a la elaboración de productos tejidos?

Interesada

poco interesada

no interesada

7.- ¿Cree usted que la distribuidora le traerá una fuente económica a las mujeres con hijos ?

Sí

No

8.- ¿Cree usted que con la implementación de la distribuidora y comercializadora de hilo cola de rata contribuiría con el medio ambiente?

Sí

No

9.- ¿Al momento de adquirir el hilo, qué es lo primero que toma en cuenta?

- La marca
- La calidad del Hilo
- El precio
- La atención
- Otros

IMAGENES





TRICTICO



**García Moreno entre Eloy Alfaro y
12 de febrero.**

**Teléfono: 099178417 -
097292390
Correo: zuana@hotmail.com**

Distribuidora y Comercializadora

ZUANA

Hilos Cola de Rata



Proyectos nuevos fáciles de hacer si usas "Zuana"

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

Esta propuesta es planteada directamente a las amas de casa ya que por medio de esta pueden crear su fuente de trabajo, aun horario flexible siempre a disposición de ellas y se sientan cómodas a trabajar y así generar su propia economía sin tener que depender de una empresa, a continuación

Misión.

Ser Líder en el Mercado de la distribución innovando conocimientos, para llegar a una rentabilidad y crecimiento sostenido. Llegando a minoristas, mayoristas y consumidores finales, locales y nacionales, brindando una variedad de productos para satisfacer la necesidad de la ciudadanía Milagreñas, enfocándonos en estándares de calidad y políticas adecuadas.

Visión.

Ser una distribuidora, comercializadora líder dentro y fuera de la ciudad de Milagro, logrando un crecimiento consistente sostenido, ofreciendo productos de calidad que permitan a nuestros clientes contar con una variedad, basándonos en la innovación tecnológica, con el fin de conseguir la apertura de nuevas sucursales a nivel local y nacional, obtener una rentabilidad equilibrada transformándonos al futuro como una empresa honesta y respetable; todo bajo un claro concepto de servicio a la comunidad.

UBICACIÓN

La Distribuidora y Comercializadora de hilos cola de rata está ubicado en la República del Ecuador, provincia del Guayas, Cantón Milagro en las calles veinticuatro de mayo entre doce de febrero y Rocafuerte en un local de una planta; donde funciona por áreas, en el cual estará dividido en dos partes: la primera es ubicada los hilos cola de rata por orden de color y tamaño, la segunda parte es un lugar totalmente acondicionado para dictar los talleres.

HOJA VOLANTE

CELL: 099178417 - 097292390

FECHA DE INAGURACION: 11/05/2012



“ZUANA”



DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE HILOS COLA DE RATA. OFRECE:

- HILOS MATIZADOS
- HIGH LIGHT
- CAPACITACIONES EN CUANTO A LA ELABORACION DE CARTERAS TEJIDAS

Lugar: GARCIA MORENO ENTRE ELOY ALFARO Y 12 DE FEBRERO.

zuana@hotmail.com



HORA: 08:00 AM A 19:00 PM
LUNES A SÁBADO

"PUNTADAS NUEVAS FACILES DE HACER SOLO CON "ZUANA"

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE HILOS
"COLA DE RATA"

ZUANA

[INICIO](#) [QUIENE SOMOS](#) [PROMOCIONES](#) [CONTACTOS](#)



"PUNTADAS NUEVAS FACILES DE HACER SOLO CON "ZUANA"



DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE HILOS
"COLA DE RATA"

ZUANA

[INICIO](#)

[QUIENE SOMOS](#)

[PROMOCIONES](#)

[CONTACTOS](#)

Misión.

Ser Líder en el Mercado de la distribución innovando conocimientos, para llegar a una rentabilidad y crecimiento sostenido. Llegando a minoristas, mayoristas y consumidores finales, locales y nacionales, brindando una variedad de productos para satisfacer la necesidad de la ciudadanía Milagreña, enfocándonos en estándares de calidad y políticas adecuadas.

Visión.

Ser una distribuidora, comercializadora líder dentro y fuera de la ciudad de Milago, logrando un crecimiento consistente sostenido, ofreciendo productos de calidad que permitan a nuestros clientes contar con una variedad, basándonos en la innovación tecnológica, con el fin de conseguir la apertura de nuevas sucursales a nivel local y nacional, obtener una rentabilidad equilibrada transformándonos al futuro como una empresa honesta y respetable; todo bajo un claro concepto de servicio a la comunidad.



"PUNTADAS NUEVAS FÁCILES DE HACER SOLO CON "ZUANA"

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE HILOS
"COLA DE RATA"

ZUANA

[INICIO](#)

[QUIENE SOMOS](#)

[PROMOCIONES](#)

[CONTACTOS](#)

- * Por apertura del local si lleva dos hilos cola de rata recibirá un high colita totalmente gratis a su elección
- * Si lleva tres hilos de high colita le sale cada uno a \$1 dólar ya que por individual le cuesta \$1.20 cada uno.
- * A las primeras 30 personas se les dará la capacitación totalmente gratis.
- * A los locales comerciales se les dará un 2% de descuento por la compra de 10 docenas en adelante.



"PUNTADAS NUEVAS FACILES DE HACER SOLO CON "ZUANA"

DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE HILOS
"COLA DE RATA"

ZUANA

[INICIO](#)

[QUIENE SOMOS](#)

[PROMOCIONES](#)

[CONTACTOS](#)

TELEFONOS:

099178417 - 097292390

Lugar: GARCIA MORENO ENTRE ELOY

ALFARO Y 12 DE FEBRERO.

zuana@hotmail.com

www.zuana.com.ec

MILAGRO - ECUADOR