

## **CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

**1.1. Reseña histórica.-** En el mundo actual las actividades productivas juegan un papel importante en el desarrollo de los pueblos, contribuyendo así, al engrandecimiento de la economía en los países, siendo las artesanías una de las actividades privilegiadas en la economía de la nación y en vista que nuestra provincia de Imbabura es el centro artesanal, diversificadas en textil, folclórica, tejidos de cuero, tallados de madera, entre otros, la empresa **Confecciones Jhino's** ha incursionado en la actividad serigráfica y textil.

Confecciones Jhino's nació como una pequeña empresa artesanal, obteniendo dicha calificación en el año de 1990, con gran impulso entusiasta e inversión propia de los dueños, que vieron en la confección de ropa deportiva sublimada una gran oportunidad de obtener buenos réditos económicos y lograr de esta manera el sustento de su diario vivir.

Están dedicados a confeccionar uniformes deportivos sublimados, elaborando prendas de vestir como camisetas, pantalonetas, calentadores, licras de ciclismo, halterofilia, natación y la venta de toda clase de implementos deportivos como balones, canilleras, rodilleras, guantes entre otros, el local donde funciona la fábrica actualmente se encuentra ubicado en las calles Borrero 9-64 y Pedro Rodríguez en la ciudad de Ibarra.

La empresa es reconocida a nivel local, teniendo un 80% de la aceptación regional y un 15% a nivel nacional de la población deportiva, este nombre tiene su historia y surge del sobrenombre que el dueño tuvo desde su infancia se lo conocía a Don Roberto como "CHINO", a quién se le ocurrió cambiar la C por la J y aumentar la S al final quedando Jhino's.

Por motivos de marketing estratégico la empresa Confecciones Jhino's, decidió registrar su propia marca de ropa deportiva sublimada para poder identificar sus productos con un nombre mucho más llamativo, y que se encuentre más relacionado con la actividad que realiza, para lo cual se contrató una consultora peruana quien realizó un estudio de mercado, de entre varias alternativas se eligió al nombre de **GIOCO**. “**Que en italiano significa juego**”, dicho nombre ha tenido gran aceptación en el mercado local y es hoy por hoy la marca que ha permitido sacar adelante a los productos confeccionados en la fábrica, se ha logrado consolidar vendiendo la imagen corporativa de la empresa con dicha marca, para los clientes, **Gioco** representa la calidad de la prenda que visten, la marca Gioco se encuentra patentada y registrada en el Ministerio de Industrias como propiedad exclusiva de Confecciones Jhino's.

En los actuales momentos las empresas tienen la necesidad de incorporar a su accionar diario, procesos y políticas que conlleven a obtener productos y servicios similares o superiores a los de su competencia, con calidad y precios competitivos que satisfagan y superen las expectativas de sus clientes fijos y potenciales quienes finalmente deciden la permanencia o no de la empresa.

Estos productos y servicios están a satisfacción del cliente cuando creamos la capacidad de mejorar todos los sistemas de trabajo, en base a acciones de innovación, control, garantía aplicadas con un enfoque sistemático de continuidad, las mismas que permitieron a corto, mediano o largo plazo obtener alta calidad y productividad.

Es importante destacar que Confecciones Jhino's es la empresa pionera en el norte del país en la confección de ropa deportiva sublimada, y los únicos que en la actualidad dentro de la provincia de Imbabura cuentan con máquinas sublimadoras.

Actualmente existe una alta producción lo que ha provocado hasta cierto punto a tener pérdidas a la empresa por no poder colocar sus productos en el mercado, esto ha conllevado a realizar despidos continuos de personal para reducir los costos de producción.

Además hoy por hoy existe una competencia exagerada por cuanto los productos que vienen de otros países como Colombia, Perú y la China son mucho más baratos y han determinado que los productos confeccionados en Jhino's no se los pueda vender en el mercado a precios reales, esto ha sobrellevado a la empresa ha tener grandes dificultades para poder colocar sus productos y han ocasionado problemas de sobre oferta por lo tanto se tiene que vender a precios similares al de su competencia.

Hoy se cuenta con los proveedores necesarios para no tener problemas en el stock de materia prima, la misma que llega a tiempo y sin mayores tropiezos al sitio señalado, algo que antes no se disponía pero el gran inconveniente son sus costos ya que éstos son elevados en relación a la materia prima que tienen en los países anotados anteriormente.

Se piensa tener una producción en que se aproveche al máximo sus maquinarias e instalaciones, tener un personal adecuado y capacitado en las diferentes áreas como son diseño, estampado, sublimado y confección, ofertar sus productos de acuerdo a la capacidad de producción y cubrir el nicho de mercado a nivel local y nacional, para ello se propuso desarrollar varias estrategias de promoción y marketing para colocar sus productos en el medio y cubrir al 90% de la población imbabureña que se dedica a cualquier tipo de deporte además atender al no menos del 30% de la población nacional dedicada al deporte y por que no ser ambiciosos y empezar a producir para traspasar las fronteras a través de las ventas on line que se ha convertido en la nueva forma de hacer ventas y mejorar sus ingresos.

## 1.2 Antecedentes.

Confecciones Jhino's está dedicado a confeccionar uniformes deportivos sublimados (**Es una técnica serigráfica que consiste en estampar el diseño realizado en la cartulina y luego pasarla a la tela, a través de la transmisión de calor y dejarla por un lapso de tiempo, utilizando para ello máquinas sublimadoras**), elaborando prendas de vestir como camisetas, pantalonetas, calentadores, licras de ciclismo, halterofilia, natación y la venta de toda clase de implementos deportivos como balones, canilleras, rodilleras, guantes entre otros.

*GIOCO* es la marca que se promociona dentro de los productos confeccionados en la empresa, dicho nombre ha tenido gran aceptación en el mercado local.

En cada periodo económico durante ya varios años, Confecciones Jhino's presenta un caso especial, durante los meses de noviembre y diciembre del año que fenece y los meses de enero y febrero del siguiente año, no existe la demanda suficiente de los productos que se confeccionan en la fábrica y la empresa tiene que verse obligado a tomar medidas correctivas en todo campo, desde el financiero como en el campo administrativo, llegando a momentos a producir a pérdida por cuanto la capacidad instalada no es aprovechada en su totalidad ya que no existe actividad deportiva durante estos meses en toda la provincia, datos que han sido tomados de los balances de los cinco últimos años de la empresa.

Durante los meses de marzo, abril y mayo la demanda copa la capacidad instalada en la fábrica y son meses donde se empieza a recuperar las pérdidas producidas durante los meses anteriores, desde el mes de junio hasta el mes de agosto sucede en cambio todo lo contrario la demanda es exagerada y sobrepasa la capacidad instalada lo que obliga a recurrir a tomar otro tipo de medidas para solucionar este problema y poder atender todos los pedidos, se presenta este fenómeno por que son meses donde existe la temporada vacacional y los almacenes demandan de la confección de uniformes estudiantiles para escuelas y colegios, por ende la confección de ropa deportiva viene en aumento, la empresa se ve obligado a

instalar talleres satélites en los alrededores de la ciudad, bajando estos niveles los meses de septiembre y octubre a una demanda similar a la de los meses de abril y mayo.

En los actuales momentos para los administradores de la empresa es un motivo de preocupación ya que continuamente se tiene que buscar estrategias para dar solución a estos inconvenientes.

Los uniformes sublimados no son tan conocidos en el medio deportivo, ya que tan solo el 15% de los deportistas saben lo que es vestir un uniforme sublimado, razón por la cual la demanda de los mismos son bajos lo que hacía que las ventas fueran reducidas y el 85% de la población deportiva utilizaba uniformes estampados en plastisol, se tenían determinados clientes y no existía una maquinaria tecnificada acorde con el tiempo, la competencia era exagerada y el nicho de mercado inexplorado y para poder vender en el mercado internacional hace falta un buen *plan de marketing* que permita ir más allá del producto, poder llegar a entender al cliente y de esta manera poder incrementar las ventas en los meses críticos que tiene la institución.

Hoy se cuenta con los proveedores necesarios para no tener problemas en el stock de materia prima, la misma que llega a tiempo y sin mayores tropiezos al sitio señalado, algo que antes no se disponía pero el gran inconveniente son sus costos ya que los mismos son elevados en relación a la materia prima que tienen otros países.

Se propone este plan de marketing para poder satisfacer las necesidades de los clientes y lograr incrementar las ventas de los productos durante todo el año, que se aproveche al máximo sus maquinarias e instalaciones, tener un personal adecuado y capacitado en las diferentes áreas como son diseño, estampado, sublimado y confección, ofertar sus productos y cubrir el nicho de mercado que bien ganado se lo tiene a nivel local y nacional.

Por las razones expuestas, la presente investigación partió del siguiente problema: **“¿Cuáles son las principales dificultades de la demanda que presenta la empresa de Confecciones Jhino’s y cómo generar un plan de marketing de mayor participación en el mercado para posicionar sus productos y su marca durante el período 2009 - 2014?”**.

### **1.3 Objetivos.**

#### **1.3.1 Objetivo general.**

- Elaborar un plan de marketing para mejorar la demanda e incrementar las ventas de Confecciones Jhino’s en la provincia de Imbabura.

#### **1.3.2 Objetivos específicos.**

1. Realizar un análisis situacional de la empresa Confecciones Jhino’s para determinar sus fortalezas y debilidades.
2. Proponer las bases teóricas y científicas mediante una investigación bibliográfica que servirá como contexto y marco referencial para la investigación de campo y propuesta a desarrollarse.
3. Diseñar un plan estratégico para fundamentar la filosofía institucional en los trabajadores y clientes de la empresa.
4. Proponer estrategias mercadológicas de crecimiento de mercado, promoción y ventas para mejorar la demanda de los uniformes deportivos sublimados en la población imbabureña.
5. Plantear estrategias de publicidad para posicionar a Gioco como marca de calidad perteneciente a los uniformes deportivos sublimados en Confecciones Jhino’s.

#### **1.4 Preguntas de investigación.**

1. ¿Por qué existen y cómo han afectado las dificultades de la demanda a Confecciones Jhino's, durante los meses de noviembre y diciembre del año que fenece y en enero y febrero del año que comienza?
2. ¿Qué tipo de estrategias de ventas son las más idóneas para ampliar el mercado y poder posicionar de mejor forma los productos confeccionados en Jhino's?
3. ¿Cuáles son las consecuencias de la disminución del impacto de la empresa en el mercado dentro del aspecto técnico, financiero, talento humano y económico?

#### **1.5 Justificación.**

Confecciones Jhino's es una empresa pionera en el norte del país en la confección de ropa deportiva sublimada, hoy en día sus instalaciones han crecido notablemente al igual que su tecnología.

En el presente proyecto se propone elaborar un plan de marketing donde se diseñe las estrategias mercadológicas factibles, que permitan mejorar las ventas de los productos confeccionados en la empresa Jhino's, y de esta forma incrementar los ingresos a la fábrica para no tener que recurrir a los problemas de despido de personal durante los meses señalados.

Las ventas cada día requieren una mayor profesionalidad ante mercados más dinámicos, consumidores más informados y el desarrollo de las telecomunicaciones, por ello se necesita la formación de una área comercial que venga a solucionar los problemas de la demanda y ventas de la empresa.

Confecciones Jhino's debe buscar otras formas de realizar transacciones comerciales y por qué no proponer como alternativa las ventas on line ya que en los negocios *e-business*, han ganado ya un lugar en las economías mundiales y en las naciones más desarrolladas ocupan un sitio privilegiado y su desarrollo, por tanto, es más acelerado que en países como el nuestro.

Con el plan de marketing diseñado se propone el comercio a través del Internet como una actividad que involucre medios electrónicos, y de esta forma conseguir nuevos clientes para la fábrica.

## **1.6 Viabilidad.**

La realización de este proyecto en Confecciones Jhino's es viable ya que la empresa necesita urgentemente un buen plan de marketing donde se ponga en práctica nuevas formas de estrategias mercadológicas para mejorar sus ventas durante el periodo 2009 - 2014.

### **1.6.1 Viabilidad técnica.**

Desde el punto de vista del investigador se tiene la plena seguridad de que el proyecto saldría adelante ya que se cuenta con la formación académica necesaria al igual que la experiencia en el conocimiento de la empresa lo que garantiza a la institución la propuesta de este plan de marketing.

### **1.6.2 Viabilidad administrativa.**

Los directivos de Confecciones Jhino's han demostrado todo el interés y apoyo a la propuesta presentada, lo que garantizaría que la presente investigación tenga todo el soporte necesario que el trabajo demandaría, ya que están consientes de que una vez puesto en marcha esto redundará en beneficios económicos para la institución.



### **1.6.3 Viabilidad política.**

Existió un acuerdo mutuo y consenso entre los accionistas de la compañía y el investigador para realizar la propuesta, donde se dispuso de la información real, veraz y necesaria para que el trabajo proyecte resultados positivos en el momento de ser implantado en la empresa.

### **1.6.4 Viabilidad financiera.**

Se llegó a un acuerdo entre los accionistas y el investigador para que todos los gastos que demande el presente trabajo sean financiados en partes iguales es decir se cuenta con el apoyo directo del 50% de los gastos.

### **1.6.5 Viabilidad legal.**

La parte legal de la investigación está sustentada en el Art. 124 del reglamento interno de Confecciones Jhino's que dice textualmente: "Trabajos e investigaciones para beneficio de la institución si son realizados por personas que trabajen dentro de la empresa, la fábrica reconocerá el 50% de los gastos que demanden hasta que entren en ejecución", además se sustenta en la Ley del Consumidor, Ley de Compañías, Ley y Reglamento del Servicio de Rentas Internas.