



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMERICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE SANDALIAS BORDADAS EN CUERO EN LA CIUDAD DE AMBATO
PROVINCIA DE TUNGURAHUA

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración
de Empresas y Negocios.

Autora:

Masaquiza Sillagana Myriam Nataly

Tutora:

Ing. Espinoza Guano Mónica Paulina Mg.

AMBATO – ECUADOR

2020

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Masaquiza Sillagana Myriam Nataly, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SANDALIAS BORDADAS EN CUERO EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, como requisito para optar al grado de Administración de Empresa y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 16 días del mes de enero de 2020, firmo conforme:

Autor: Masaquiza Sillagana Myriam Nataly

Firma: 

Número de Cédula: 1804900627

Dirección: Tungurahua, Ambato, Quisapincha, El Galpón.

Correo Electrónico: natymasaquiza@hotmail.com

Teléfono: 0985451032

APROBACIÓN DEL TUTOR.

En mi calidad de Director del trabajo de investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SANDALIAS BORDADAS EN CUERO EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentado por Masaquiza Sillagana Myriam Nataly, para optar por el Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 16 Enero 2020.

Ing. Espinoza Guano Mónica Paulina.Mg
TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 16 Enero 2020.



Masaquiza Sillagana Myriam Nataly
CI. 180490062-7

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SANDALIAS BORDADAS EN CUERO EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios., reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 16 Enero 2020.



Ing. Catalina A. Silva Ordoñez, MSc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Ing. Tatiana Guadalupe Rodríguez, MSc.
VOCAL



Ing. Patricio Fabián Bucheli Ponce
VOCAL

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primera instancia a Dios por darme la sabiduría e inteligencia día a día hasta culminar esta meta importante en mi vida, a mis padres Rosa Sillagana y Enrique Masaquiza quienes me han apoyado y permitido continuar en el proceso de mi formación, a mi esposo Edwin Pandashina, mis hijos Ibeth y Elían quienes son el pilar fundamental en mi vida, a mis hermanas Diana y Érica quienes me brindaron su apoyo incondicional para seguir adelante, y a mis profesores que me han impartido varios conocimientos importantes en horas de clase para el desarrollo del presente proyecto.

Nataly Masaquiza

DEDICATORIA

Dedico, este trabajo a Dios por darme la fuerza para continuar y culminar mi formación profesional, A mis padres, mi esposo y mis hijos mis hermanas por su apoyo y amor incondicional, a mi tutora por su guía y paciencia.

Nataly Masaquiza.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	vi
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICES DE IMÁGENES	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
1. ÁREA DE MARKETING.....	2
1.1. OBJETIVOS DE ESTUDIOS DE MERCADO	2
1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	2
1.2.1. Especificación del servicio y productos.....	2
1.2.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona	4
1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO	5
1.3.1 Que mercado se va a tocar en general.....	5
1.3.1.1. Categorización de sujetos.....	5
1.3.1.2 Studio de Segmentación.....	6
1.3.1.3 Plan de muestreo	8
1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información	12
1.3.1.5 Diseño y recolección de información.....	14
1.3.1.6. Análisis e Interpretación	17
1.3.2. Demanda potencial.....	29
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE	32
1.4.1. Análisis del micro ambiente.....	32
1.4.2. Análisis del macro ambiental	37
1.4.3. Proyección de la oferta.....	44

1.4. Demanda potencial Insatisfecha.....	46
1.5 Promoción y publicidad que se realiza. (Canales de Comunicación)	46
1.6 Sistema de distribución a utilizarse (Canales de distribución).....	51
1.7 Seguimiento de clientes.....	53
1.8 Especificar mercados alternativos.....	54
CAPITULO II	55
2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	55
2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN	55
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	55
2.2.1. Descripción del proceso de transformación del bien o servicio.....	55
2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	61
2.2.3 Tecnología a aplicar	65
2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	66
2.3.1. Ritmo de producción.....	66
2.3.2 Nivel de inventario promedio.....	67
2.3.3. Números de trabajadores.....	68
2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	69
2.4.1. Capacidad de Producción Futura.	69
2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	69
2.5.1. Especificación de materia prima y grados de sustitución que pueden presentar.	69
2.6. CALIDAD.....	70
2.6.1. Método de Control de Calidad.	70
2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.....	73
2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional.....	73
CAPITULO III.....	78
3. ÁREA DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN.....	78
3.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	78
3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICOS Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	78
3.2.1. Visión de la empresa	78
3.2.2. Misión de la empresa	78
3.2.3. Objetivos y estrategia.....	78

3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	79
3.2.1 Organización Interna.....	80
3.2.2 Descripción de puestos.....	82
3.3 CONTROL DE GESTIÓN	87
3.3.1 Indicadores de gestión.....	87
3.4 NECESIDADES DE PERSONAL	87
CAPITULO IV.....	89
4. AREA JURIDICO LEGAL.....	89
4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL	89
4.2 Determinación de la forma jurídica.....	89
4.3 Patentes y Marcas.....	92
4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	93
CAPITULO V	97
5. AREA FINANCIERA.....	97
5.1 OBJETIVOS DE ESTUDIOS DE FINANCIERO	97
5.2 PLAN DE INVERSIONES.....	97
5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO	99
5.4. CALCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	99
5.5. Cálculo de Ingresos	115
5.6 Flujo de Caja	118
5.7. Punto de equilibrio	119
5.8. Estado de Resultados proyectado.....	121
5.9. Evaluación Financiera.....	123
a) Indicadores	123
a.1) Valor Actual Neto	123
a.2) Tasa Interna Retorno.....	124
a.3) Beneficio Costo.....	124
a.4) Periodo de Recuperación	125
BIBLIOGRAFÍA.....	126
ANEXOS.....	137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción de las sandalias	4
Tabla 2. Categorización de sujetos.....	6
Tabla 3. Dimensión conductual.....	6
Tabla 4. Dimensión Geográfica	7
Tabla 5. Dimensión demográfica	7
Tabla 6. ¿Con que frecuencia compra usted una sandalia al año?.....	9
Tabla 7. Calculo de la frecuencia de consumo.....	10
Tabla 8. Objetivo Especifico 1.....	12
Tabla 9. Objetivo Especifico 2.....	13
Tabla 10. Objetivo Especifico 3.....	13
Tabla 11. Detalle de los proveedores de entrega insumos y materia prima.....	15
Tabla 12. Frecuencia que compra las sandalias	17
Tabla 13. Cada cuanto usa las sandalias	18
Tabla 14. Porque decide comprar las sandalias	19
Tabla 15. Por qué usa sandalias.	20
Tabla 16. Material para elaborar las sandalias	21
Tabla 17. Cuánta paga por un par de sandalias.....	22
Tabla 18. Donde prefiere comprar las sandalias	23
Tabla 19. Compraría sandalias bordadas	24
Tabla 20. Diseños bordados en cuero	25
Tabla 21. Cómo le gustaría que sea los bordados para las sandalias	26
Tabla 22. Cuanto pagarías por un par de sandalias.....	27
Tabla 23. Medios de comunicación	28
Tabla 24. Demanda en personas.....	30
Tabla 25. Demanda por producto.....	31
Tabla 26. Proyección de la demanda unidades	32
Tabla 27. Poder de negociación de los compradores o clientes.....	33
Tabla 28. Análisis de Rivalidad entre competidores.....	34
Tabla 29. Análisis amenazas de los nuevos entrantes.....	34
Tabla 30. Análisis poder de negociación de los proveedores	35
Tabla 31. Análisis amenaza de productos sustitutos	36
Tabla 32. Evaluación de las cinco fuerzas de Porter.....	36
Tabla 33. Análisis de FODA.....	37
Tabla 34. Análisis de evaluación de factores externos	38
Tabla 35. Análisis de evaluación de factores internos	39
Tabla 36. Matriz del perfil competitivo (MPC)	41
Tabla 37. Análisis de factores externos e internos.....	42
Tabla 38. Plan de acción	43
Tabla 39. Plan de contingencia	44
Tabla 40. Proyección de la oferta.....	44

Tabla 41. Proyección de la oferta.....	45
Tabla 42. Demanda Insatisfecha unidades	46
Tabla 43. Promoción y publicidad	47
Tabla 44. Formato de seguimiento al cliente	53
Tabla 45. Mercados alternativos	54
Tabla 46. Simbología de diagrama de flujo	59
Tabla 47. Descripción de actividades para el proceso	59
Tabla 48. Descripción de cuadro de áreas.....	62
Tabla 49. Descripción de los equipos y maquinaria	64
Tabla 50. Descripción de personas.....	65
Tabla 51. Tecnología a aplicar	66
Tabla 52. Ritmo de producción.....	66
Tabla 53. Ritmo de producción (Diario, semanal, mensual, anual).....	67
Tabla 54. Nivel de inventarios promedio	67
Tabla 55. Número de trabajadores	68
Tabla 56. Capacidad de producción futura	69
Tabla 57. Grado de sustitución.....	70
Tabla 58. Método de control lista de verificación.....	71
Tabla 59. Método de control de calidad Diagrama de Pareto	72
Tabla 60. Descripción de puestos del gerente	82
Tabla 61. Descripción de puestos Secretaria.....	83
Tabla 62. Descripción de puestos Jefe de Ventas	84
Tabla 63. Descripción de puestos Jefe de Producción	85
Tabla 64. Descripción de puestos Operario	86
Tabla 65. Indicadores de gestión.....	87
Tabla 66. Necesidades de personal	88
Tabla 67. Plan de inversión.....	97
Tabla 68. Plan de Financiamiento	99
Tabla 69. Detalle de costos	100
Tabla 70. Proyección de costos 1	102
Tabla 71. Proyección de Costos 2	103
Tabla 72. Detalles de gastos administrativos	105
Tabla 73. Detalle de gastos ventas	106
Tabla 74. Detalle de gastos financieros.....	107
Tabla 75. Proyecciones de gastos administrativos 1	108
Tabla 76. Proyecciones de gastos administrativos 2.....	109
Tabla 77. Proyección gastos de ventas.....	110
Tabla 78. Proyecciones de gastos financieros.....	110
Tabla 79. Registro de Mano de obra	111
Tabla 80. Sueldos y Beneficios de Ley.....	112
Tabla 81. Registro de Mano de obra indirecta	112
Tabla 82. Detalle de provisiones MOI	113

Tabla 83. Detalle de rol de pago personal administrativo y ventas	113
Tabla 84. Provisión personal administrativo y ventas	113
Tabla 85. Detalle de depreciaciones de activos	114
Tabla 86. Proyección de depreciación de activos	115
Tabla 87. Cálculo de ingresos	116
Tabla 88. Proyecciones de ingresos	117
Tabla 89. Detalle flujo de caja	118
Tabla 90. Detalles punto de equilibrio	119
Tabla 91. Estado de resultado	122
Tabla 92. Tasa mínima aceptable de rendimiento.....	123
Tabla 93. Valor actual neto	124
Tabla 94. Beneficio-Costo	125

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1. Consumo de sandalias.....	9
Grafico 2: Frecuencia compra de sandalias	18
Grafico 3: Con qué frecuencia usa sandalias	19
Grafico 4: Porque decide comprar las sandalias	20
Grafico 5: Por que usa sandalias	21
Grafico 6: Material para elaborar sandalias	22
Grafico 7: Cuanto paga usted por un par de sandalias	23
Grafico 8: Donde prefiere comprar las sandalias	24
Grafico 9: Compraría sandalias bordadas	25
Grafico 10: Diseños bordados en cuero	26
Grafico 11: Cómo le gustaría que sea los bordados para las sandalias.....	27
Grafico 12: Cuantos estas dispuesto pagar un par de sandalias	28
Grafico 13: Medios de comunicación	29
Grafico 14: Demanda en personas	30
Grafico 15: Demanda de proyección unidades	32
Grafico 16: Proyección de Oferta	45
Grafico 17: Canales de distribución.....	51
Grafico 18: Fabricante, intermediario al consumidor final.....	52
Grafico 19: Fabricante, mayorista, intermediario al consumidor final	52
Grafico 20. Mapa de procesos.....	58
Grafico 21: Flujograma de proceso de producción de sandalias.....	60
Grafico 22: Objetivo estratégicos.....	79
Grafico 23: Organigrama Estructural.....	80
Grafico 24: Organigrama funcional	81
Gráfico 25. Punto de equilibrio.....	121

ÍNDICES DE IMÁGENES

Imagen 1: Logotipo	48
Imagen 2: Etiquetas.....	49
Imagen 3: Empaque.....	50
Imagen 4: Banner	50
Imagen 5: Prototipo.....	51
Imagen 6: Mapa ubicación de la empresa	61
Imagen 7: Distribución de planta	63

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SANDALIAS BORDADAS EN CUERO, EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

AUTORA: Masaquiza Sillagana Myriam Nataly

TUTORA: Mg. Espinoza Guano Mónica Paulina

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios trata sobre la creación de una empresa dedicada a la elaboración de sandalias bordadas en cuero, con diseños étnicos de la cultura Quisapincha de la provincia de Tungurahua. Se visiona crear diseños con colores provenientes de la vestimenta autóctona como es el blanco, negro y rojo que caracterizaran por la calidad del material que se va a emplear. Combinaciones de colores, bordados en cuero marcará la diferencia de lo común con lo tradicional concluyendo con un producto de calidad el mismo que será comercializado en centro comerciales, almacenes o feria de calzado que son organizado por la Cámara Nacional de Calzado (Caltu). Este estudio nos permitirá competir ofreciendo productos con mayor beneficio en cuanto a la durabilidad, calidad, precio y presentación, pero lo más importante es que el cliente obtenga un producto que cumpla con toda la expectativas y requerimientos requeridos. El levantamiento de la información se realizó a través de encuestas de campo a un grupo de 178 mujeres entre 20 a 59 años quienes manifestaron en un 58% compraría este tipo de calzado. Un factor muy importante que se investigo es de los productos que ofrece la competencia. Seguido los detalles de la conformación jurídica del emprendimiento finalmente la evaluación de la factibilidad del emprendimiento es viable porque el Valor Actual Neto es \$24.777,97, con una Tasa Mínima Aceptable Rendimiento de 23,22%, una Tasa Interna Retorno de 46% con un Beneficio Costo de 2,27 dólares, es decir, que por cada dólar invertido se ganaría 2,27 dólares, recuperando la inversión en el tiempo de dos años, diez meses y nueve días.

DESCRIPTORES: Bordado, calidad, cuero, diseños, Plan de negocios, sandalias.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TOPIC: "BUSINESS PLAN FOR THE ELABORATION AND COMMERCE OF LEATHER SANDALS, IN THE CITY OF AMBATO, PROVINCE OF TUNGURAHUA".

AUTHOR: Masaquiza Sillagana Myriam Nataly

TUTOR: Mg. Espinoza Guano Mónica Paulina

ABSTRACT

This business plan is about the creation of a company dedicated to the elaboration of sandals embroidered in leather, with ethnic designs of the Quisapincha culture of Tungurahua province. It is seen to create designs with colors from the native clothing such as white, black and red that will characterize by the quality of the material to be used. Combinations of colors, embroidered in leather will make the difference from the common with the traditional concluding with a quality product that will be marketed in the shopping center, warehouses or footwear fair that is organized by the "Camara Nacional de Calzado" (Caltu). This study will allow competing by offering products with greater benefit in terms of durability, quality, price, and presentation, but the most important thing is that the customer obtains a product that meets all the expectations and mandatory requirements. The data collection was carried out through field surveys to 178 women between 20 and 59 years who said in 58%, that they will buy this type of footwear. A very important factor that is investigated is the products offered by the competition. Following some details of the legal formation of the undertaking, the assessment of the feasibility of the entrepreneurship is accurate because the Net Current Value is \$24,777.97, with a Minimum Acceptable Yield Rate of 23.22%, and Internal Rate Return of 46% with a Profit Cost of \$2.27. That is, for every dollar invested would be earned \$2.27, recovering the investment over time of two years, ten months and nine days.

KEYWORDS: Business plan, designs, embroidery, leather, quality, sandals.

INTRODUCCIÓN

La Empresa Calzado Naty's que pretende incursionar en el mercado nacional e internacional, con sandalias bordadas en cuero y con alto sentido cultural de la etnia ecuatoriana pueblo Quisapincha, Este ha sido enmarcado con elementos del bordado tradicional los cuales fueron simplificados, colores manejados en el diseño provienen de la vestimenta autóctona como es el blanco, negro y rojo.

El presente plan de negocios se ha desarrollado en base los siguientes capítulos:

En el Capítulo I, Área de Marketing se determinó la definición del producto o servicio, especificación del producto, aspectos innovadores, definición del mercado objetivo que se va a tocar, categorización de sujetos, estudio de segmentación, plan de muestreo, diseño y recolección de información, análisis e interpretación, en base a esta información se realizó el análisis demanda potencial, análisis del macro y micro ambiente, análisis del micro ambiente, proyección de la oferta, demanda potencial insatisfecha, herramientas de promoción y publicidad que se ejecutará, sistema de distribución a manejar, seguimiento de clientes, y especificar mercados alternativos para la comercialización de sandalias.

En el Capítulo II, área de producción consta de: establecer la transformación de la materia prima en producto terminado (sandalias), planear los pasos a seguir, realizar un análisis sobre la localización física del proyecto, el tamaño de la planta donde se distribuirán por áreas específicas de trabajo y la capacidad de producción con la finalidad de llegar al cumplimiento del objetivo.

En el Capítulo III, área de organización y gestión establece la base filosófica para la microempresa por medio de: análisis estratégico, visión, misión análisis FODA, organigrama funcional y estructural, descripción del cargo, control de gestión, indicadores de gestión y necesidades del personal dentro de la organización.

En el Capítulo IV, área jurídica y legal establece; el tipo de empresa, los permisos y licencias para el correcto funcionamiento de la organización.

En el Capítulo V, área financiera constan: todos los aspectos económicos financieros para el plan de inversión total del plan el mismo que se considera los activos requeridos para el proyecto.

CAPITULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. OBJETIVOS DE ESTUDIOS DE MERCADO

- Analizar el mercado de sandalias
- Determinar un segmento específico de mercado
- Identificar estrategias de marketing para dar a conocer el producto

1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Producto se define como "un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor" (Kerin, Hartley, & Rudelius, 2009, pág. 254).

La creación de la empresa “Calzado Naty 's” dedicada a la elaboración de sandalias de cuero bordadas, inspiradas con colores de la cultura Quisapincha.

1.2.1. Especificación del servicio y productos

“Naty's Calzado” dedicada a la elaboración de sandalias de cuero bordadas con diseños únicos y exclusivos. Las sandalias se caracterizan por la calidad del material que se va a emplear como es el cuero, las combinaciones de colores de la cultura Quisapincha, bordados marcando la diferencia de la competencia, concluyendo con un producto de calidad y un precio accesible para el cliente.

El calzado está inspirado en la etnia Quisapincha ubicada en la provincia de Tungurahua cantón Ambato. La vestimenta autóctona de los hombres está conformada por pantalón blanco, camisa blanca, poncho con flecos cortó color rojo, sombrero redondo blanco de paño. Las mujeres visten blusa blanca bordada con temas florales, Chumbi o faja, anaco de color negro, bayeta en colores vivos como el rojo, el mismo sombrero blanco de paño, bisutería de colores rojos. De esta,

hemos tomado los colores blancos, negro, rojo y los detalles bordados de su indumentaria como predominantes en los prototipos.

El principal beneficio que tiene la sandalia es su durabilidad, ya que el cuero es un material natural más flexible y blando, al comprar haría una inversión a largo plazo, en comparación de otros materiales que son usados para elaborar el calzado. Al exhibir las sandalias bordadas es promover la identidad propia del país ecuatoriana, ofreciendo producto de calidad, lo más importante es que el cliente obtenga un producto que cumpla con todas las expectativas requeridas. Será ofertado en ciudad de Ambato para todo tipo de cliente media o alta, el mismo que se presentaran diseños exclusivos. Ya que las mujeres que estudian o trabajan son clientes independientes que buscan destacarse ante los demás.

En la provincia de Tungurahua como en otras provincias de la sierra ecuatoriana existen diferentes etnias culturales. En la actualidad se resisten a desaparecer como es la vestimenta, la comida típica, el idioma los juegos ancestrales y las diversas costumbres y tradiciones de cada cultura que forman parte de una diversidad cultural.

La creación de la empresa ayudara establecer fuentes de trabajo y contribuir con el desarrollo de este crear un ambiente de trabajo próspero y específico en donde se puedan confeccionar diseños llamativos e innovadores para los clientes.

Para este se requiere ciertos recursos como:

Recursos económicos: Los primeros diseños de las sandalias bordadas en cuero estarán costeados por la empresa, exhibiendo diseños exclusivos y de calidad para los clientes.

Recursos humanos: Personal capacitado para el trabajo dando oportunidades a las familias que se dedican a elaborar calzados, disponiendo la experiencia reflejándose en los productos de calidad.

El recurso económico y humano estará ligado al cumplimiento con los diferentes estatutos y reglamentos que la constitución lo adjudica para la ejecución.

Tabla 1. Descripción de las sandalias

SERVICIO	CARACTERÍSTICAS	PROPIEDADES	ATRIBUTOS
Sandalias	Diseños bordados en cuero con colores rojo, blanco y negro de la cultura Quisapincha	<ul style="list-style-type: none"> • Material de calidad • Diseños exclusivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseños y acabados personalizados • Marca registrada y con su respectiva identificación. • Empaquetadas en cartón

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

1.2.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona

Tungurahua produce más del 65% de todo tipo de zapatos y produce el 80% del cuero del país. La feria es la principal vitrina para exponer el producto nacional y hacer negocios (El Comercio, 2019). Por la cual la industria de calzado es liderada y comercializada por las principales empresas fabricantes de la ciudad de Ambato están Plasticaucho, Kiwi, Gamos, Rubber Shoes Mozzafiato Studio entre otros; estas empresas ofrecen sandalias de cuero y se caracteriza por los constantes cambios que proporcionan a los modelos.

Los detalles en esta propuesta integran de modo sutil la identidad cultural del pueblo Quisapincha, dando predominancia al color rojo ya que es un color importante que habla de la sangre que se derrama en honor de la madre naturaleza como agradecimiento por todo lo recibido de ella. A la cual se adhieren los colores blanco y negro para equilibrar. Se propone el uso de las flores bordadas en cuero las cuales provienen de la vestimenta de inspiración, estas flores serán talladas a mano o mediante sellos personalizadas. Este trabajo se le da un valor agregado y además destacara de entre los demás modelos existentes en el mercado.

Las tiras serán confeccionadas en cuero de colores, las cuales envolverán el pie en pequeños detalles que le darán delicadeza y femineidad al producto. Se usará la silueta de la sandalia con plataforma, que es un concepto que se ha puesto muy de moda en el guardarropa femenino por su comodidad en el ámbito urbano. Este calzado, al basarse en tendencias se mantiene a la vanguardia que fácilmente entraría al mercado nacional e internacional.

El factor de diferenciación del producto será la calidad de materia prima y precios accesibles. Será comercializado a nivel nacional en una caja de cartón donde se encuentra la marca, etiqueta, talla, el color y la forma de cómo dar el cuidado necesario al calzado dando un impacto positivo al producto.

1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO

“Conjunto de actos de compra y venta asociados a un producto o servicio concreto en un momento del tiempo, sin que haya ninguna referencia de espacio” (Garcia, 2017).

1.3.1 Que mercado se va a tocar en general

El mercado que se va a tocar está enfocado a mujeres de la provincia de Tungurahua cantón Ambato zona urbana entre 20 a 59 años clase social media y alta. El comportamiento del público meta se encuentra basado en el empoderamiento femenino, al que se dirigirán las sandalias están en edad de estudiar en la universidad contando con el apoyo de sus padres o podrían encontrarse ya en la vida laboral por lo cual su poder adquisitivo estaría dentro de sus posibilidades para adquirir el producto.

Los lugares en los que se desarrolla su vida son establecimientos educativos y de oficina en los cuales el cambio de vestuario diario es necesario; en el ocio a los sitios que acude el público meta son bares, cafés, restaurants, centros comerciales, reuniones, presentaciones de trabajos, etc.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

Los clientes de “**Calzado Naty's**” se relacionan de manera directa o indirecta, a continuación, se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2. *Categorización de sujetos*

CATEGORIA	SUJETO
¿Quién compra?	Mujeres 20-59
¿Quién usa?	Mujeres 20-59
¿Quién decide?	Mujeres 20-59
¿Qué influye?	Los distribuidores

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Según la tabla categorización de sujetos se puede determinar que las mujeres de 20 a 59 años son las que compran, usan y deciden el producto, a su vez quien influye son los distribuidores porque son las personas quien promociones nuevos diseños en el mercado.

1.3.1.2 Studio de Segmentación

Dimensión Conductual

Tabla 3. *Dimensión conductual*

VARIABLES	DESCRIPCION
Tipo de necesidad	Fisiológica
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	NO
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

La dimensión conductual busca analizar necesidades y expectativas de los consumidores a través del producto y en el futuro afirmar si el producto será aceptado o no en el mercado.

Dimensión Geográfica

Tabla 4. *Dimensión Geográfica*

VARIABLES	DESCRIPCION	POBLACION	POBLACION	TCP
		2010	2019	
País	Ecuador	14.483.449	17.158.284	1,56%
Provincia	Tungurahua	504,583	581.389	
Tamaño de la ciudad	Ambato	328.217	117.073	
Zona	Urbana	165.185	60.545	

Fuente: INEC

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Examinan las diferentes áreas geográficas del país con el número de habitantes para el año 2010 de la base de datos del INEC y con proyección para el 2019 con la tasa de crecimiento poblacional del 1,45% de la ciudad de Ambato.

Dimensión demográfica

Tabla 5. *Dimensión demográfica*

VARIABLES	DESCRIPCION	POBLACION
EDAD	20-59	90.036
SEXO	Mujeres	92.239
SOCIOECONOMICO	PEA	281.450
OCUPACION	Universitarias y trabajadores	45.589

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010)

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

En la tabla dimensión demográfica se analiza variables como edad, género, socioeconómico y ocupación donde se observa el número aproximado según datos tomados del INEC, para segmentar adecuadamente el mercado objetivo y conocer el número exacto de mujeres que adquirirán el producto.

1.3.1.3 Plan de muestreo

El muestreo ayuda a definir el mercado objetivo que se va a dirigir los productos, se define como; “la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada para inferir el valor de una o varias características del conjunto” (Baca, 2014, pág. 56).

Población: “La población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (Areas, 2012, pág. 83).

Muestreo no probabilístico

Se determinó que el muestreo a utilizar para este proyecto será el no probabilístico por lo que no se conoce el mercado existente en la ciudad de Ambato. En este tipo de muestreo, denominado también muestreo de modelos, las muestras no son representativas por el tipo de selección, son informales o arbitrarias y se basan en supuestos generales sobre la distribución de las variables en la población (Pimienta Lastra, 2000).

Población infinita

La población es infinita porque no podemos detallar a las personas que pueda consumir el producto. La muestra está aplicada a mujeres de la ciudad de Ambato a los cuales se aplicará las entrevistas.

Prueba piloto: Al ejecutar pruebas piloto generando un nivel de confiabilidad que se tradujo en resultados coherentes y consistentes, para determinar la predisposición de compra del producto, la encuesta fue ejecutada a mujeres residentes en la ciudad de Ambato.

1. ¿Con que frecuencia compra usted una sandalia al año?

Tabla 6. ¿Con que frecuencia compra usted una sandalia al año?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
1	16	53%
2	11	37%
3	3	10%
4	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

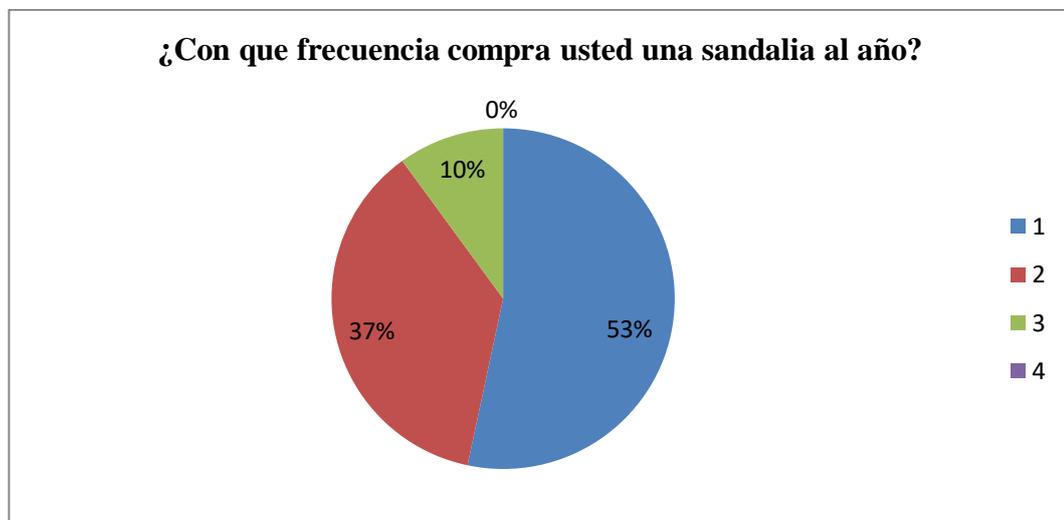


Gráfico 1. Consumo de sandalias

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis: A través de una prueba piloto de consumo del producto dirigida a 30 personas se pudo determinar que de la población encuestada el 53% de mujeres compran un par de sandalias al año, el 37% dos pares al año, el 10% adquiere 3 pares y 0% es decir no pasa la compra de sandalias de 1 a 3 pares al año.

Interpretación: En la ciudad de Ambato las mujeres compran al año entre uno a dos pares de sandalias, lo que se considera que el producto va a tener una aceptación favorable en el mercado.

Tabla 7. *Cálculo de la frecuencia de consumo*

Variable	Encuestas	Consumo	
		Sigma	Tiempo
1	16	2	1 año
2	11	0,17	1 mes
3	3	0,043	1 semana
		0,34	8 semanas
Total	30		

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Como población se determina para el presente proyecto el número de mujeres de la ciudad de Ambato.

A continuación, se presenta la fórmula del muestreo:

$$N = \frac{\partial^2 * Z^2}{E^2}$$

$$n = \frac{\partial^2 * Z^2}{E^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z= nivel de confiabilidad

P= probabilidad de ocurrencia 50%

Q= probabilidad de no ocurrencia 50%

N= población o universo

E= error de la muestra (5%)

∂ = Frecuencia de consumo

Datos

Z=1,96 de desviación estándar con el 95% de confiabilidad

$\rho = 2$ y 0,26

E=5% valor estándar 0,05

Cálculo del tamaño de muestreo

$$N = \frac{2^2 \cdot (1,96)^2}{(0,05)^2}$$

$$N = \frac{4 * 3,84}{0,0025}$$

$$N = \frac{15,36}{0,0025}$$

$$N = \mathbf{6144}$$

$$n = \frac{0,34^2 \cdot (1,96)^2}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{0,44408896}{0,0025}$$

$$n = \mathbf{178}$$

Una vez realizado el cálculo del tamaño de la muestra de esta investigación es de 178, es decir, realizar 178 encuestas a las mujeres residentes en la ciudad de Ambato.

Objetivo General

- Elaborar un plan de negocios para la elaboración y comercialización de sandalias bordadas en cuero en la provincia de Tungurahua cantón Ambato.

Objetivo Especifico

- Determinar el mercado potencial al que va a ser comercializado el producto
- Realizar un estudio de proceso para la elaboración de sandalias bordado en cuero.
- Construir un plan financiero para la determinación de la viabilidad del emprendimiento.

1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

Objetivo Especifico 1: Determinar el mercado potencial al que va ser comercializado el producto.

Tabla 8. *Objetivo Especifico 1*

Necesidades de Información	Tipos de Información	Fuentes	Instrumentos
Clasificar al mercado al que va dirigido el producto.	Secundaria	Internet	Bancos de datos de otras empresas
Determinar los gustos y preferencias de los consumidores	Secundaria	Consumidor final	Servicios Agrupados
Difundir el producto a posibles clientes potenciales	Secundarias	Internet	Bancos de datos de otras empresas

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Objetivo Especifico 2: Realizar un estudio de proceso para la elaboración de sandalias bordado en cuero.

Tabla 9. Objetivo Especifico 2

Necesidades de Información	Tipos de Información	Fuentes	Instrumentos
Establecer el proceso para la elaboración de sandalias	Secundario	Proveedores	Bancos de datos de otras empresas
Detallar la maquinaria que se va emplear en la elaboración de sandalias	Segundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras empresas
Conocer los proveedores de insumos y de las materias primas	Secundario	Proveedores	Bancos de datos de otras empresas

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Objetivo Especifico 3: Construir un plan financiero para la determinación de la viabilidad del emprendimiento.

Tabla 10. Objetivo Especifico 3

Necesidades de información	Tipos de información	Fuentes	Instrumentos
Definición del plan financiero, inversión y de financiamiento	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Investigar que es la evaluación financiera	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Detallar que es el Estado de Resultados	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Indagar que son los indicadores financieros	Secundaria	Libros	Servicios agrupados

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

1.3.1.5 Diseño y recolección de información

DESARROLLO DE INSTRUMENTOS

INFORMACIÓN SECUNDARIA

BANCO DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES

Necesidad 1: Clasificar al mercado al que va dirigido el producto.

Conocer el número de mujeres que podrían comprar las sandalias lo que se determina mediante datos obtenidos por el INEC un valor de 90.036 siendo un mercado potencial al cual va dirigido el producto.

Necesidad 2: Difundir el producto a posibles clientes potenciales

Se procederá a investigar y difundir el producto mediante medios publicitarios que se encuentra detallado en la tabla No 44 Promoción y publicidad, mediante las empresas que existen en ciudad de Ambato, se buscara precios accesibles y sobre todo materia prima e insumos de calidad.

Necesidad 3: Establecer el proceso para la elaboración de sandalias

Para establecer el proceso productivo para la elaboración de sandalias se encuentra detallado en la en el Capítulo II en el punto 2.2.1. Descripción del proceso de transformación del bien o servicio.

Necesidad 4: Detallar la maquinaria que se va a emplear en la elaboración de sandalias

Investigar la información económica de equipos y maquinarias mediante las proformas para la previa elaboración de un plan financiero. Se encuentra detallada tabla No 47 con el nombre de descripción de maquinarias y equipos.

Maquinaria para la confección de sandalias

“Una maquinaria, dentro de una empresa productiva, puede servir para producir un bien intermedio, realizar una función dentro de una secuencia de operaciones o bien producir un bien final” (Baca, 2014, pág. 30).

Necesidad 5: Conocer los proveedores de insumos y de las materias primas

Para la elaboración de sandalias bordadas en cuero nuestros proveedores para la entrega de insumos y de las materias primas serán:

Tabla 11. *Detalle de los proveedores de entrega insumos y materia prima*

NOMBRE DE LA EMPRESA	DETALLE
Curtiembre Quisapincha	Cuero blanco
	Cuero negro
	Cuero rojo
	Charol
Distribuidora Dimar	Plataformas
	Hevillas
	Cierres
	Pegas
	Plantas
	Plantillas
	Borros

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

DATOS AGRUPADOS

Necesidad 1: Determinar los gustos y preferencias de los consumidores

“El mercado potencial se conforma de los entes de mercado total donde se exhibe los productos y servicios cumpliendo con las necesidades y gustos de los clientes y que están en condiciones de adquirirlas” (Manene L. , 2012).

Materias Primas

“Son aquellos elementos sobre los cuales se efectuará el proceso de transformación para obtener el producto final” (Baca, 2014, pág. 104).

Necesidad 2: Definición del plan financiero, inversión y de financiamiento

Plan de Inversión

“Es todo desembolso de dinero que se utiliza para adquirir bienes o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, que la empresa utilizara durante varios años para alcanzar sus objetivos y obtener un beneficio” (Caldas, Fernandez, & Carrión, 2017, pág. 166).

Plan de Financiamiento

“El plan de financiación es la herramienta que nos permitirá describir cuáles van a ser las fuentes de financiación de nuestro negocio” (Caurin, 2017).

Necesidad 3: Investigar que es la evaluación financiera

Evaluación Financiera

“La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad de los fondos” (Espinoza , 2007).

Necesidad 4: Detallar que es el Estado de Resultados

Estado de Resultados

“Reflejan los resultados de restar los ingresos menos los egresos esperados de la venta de un bien o producto” (Fischer & Espejo , 2003).

Necesidad 5: Investigar que es la evaluación financiera

Indicadores Financieros

“Los indicadores financieros son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; y sirven para analizar su liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una entidad” (Fischer & Espejo , 2003).

INFORMACIÓN PRIMARIA:

Encuesta

La encuesta se define como: “Una estrategia (oral o escrita) cuyo propósito es obtener información”(Areas, 2012, pág. 33).

1.3.1.6. Análisis e Interpretación

Después de haber realizado la encuesta, los datos fueron tabulados mediante el paquete informático Excel con la finalidad de conocer lo que opina las personas en cuanto a la producción y comercialización de sandalias en la ciudad de Ambato.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. ¿Con que frecuencia compra usted sandalias al año?

Tabla 12. *Frecuencia que compra las sandalias*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 Par	25	14%
2 Par	103	58%
3 Par	38	21%
4 Par	12	7%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

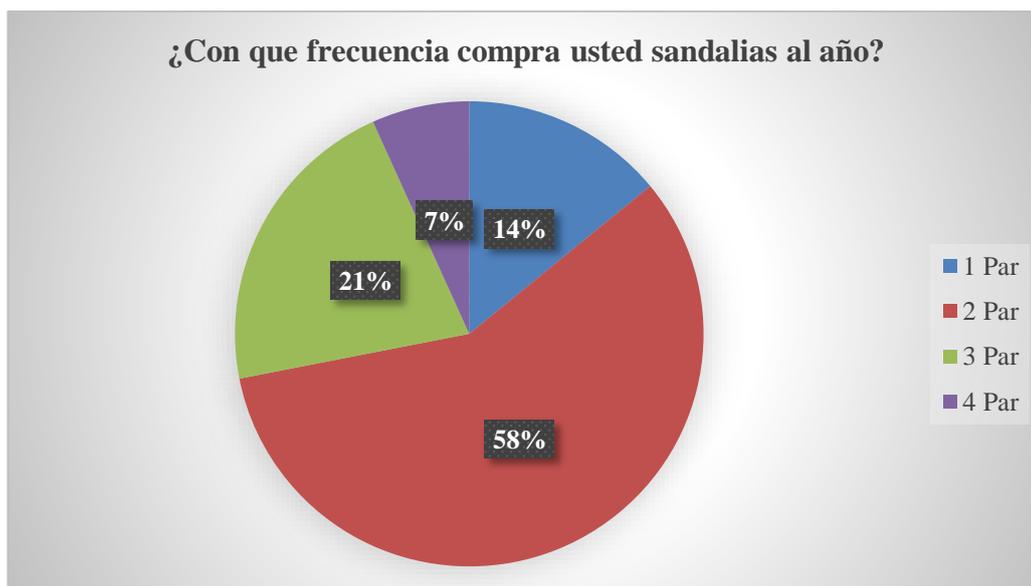


Gráfico 2: Frecuencia compra de sandalias

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman en un 58% adquiere dos pares de calzado al año, mientras que el 21% adquiere tres pares, 14% un par y el 7% compran cuatro pares al año.

Interpretación. - Según los datos obtenidos la mayoría de las mujeres adquieren al año un promedio de dos a tres pares de sandalias, por lo tanto, es necesario crear diseños innovadores para que las mujeres adquieran el producto con más frecuencia.

2. ¿Cada cuánto usa las sandalias?

Tabla 13. Cada cuanto usa las sandalias

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 vez por semana	35	20%
De 1 a 3 veces por semana	79	44%
De 4 a 6 veces por semana	42	24%
Más de 6 veces por semana	22	12%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

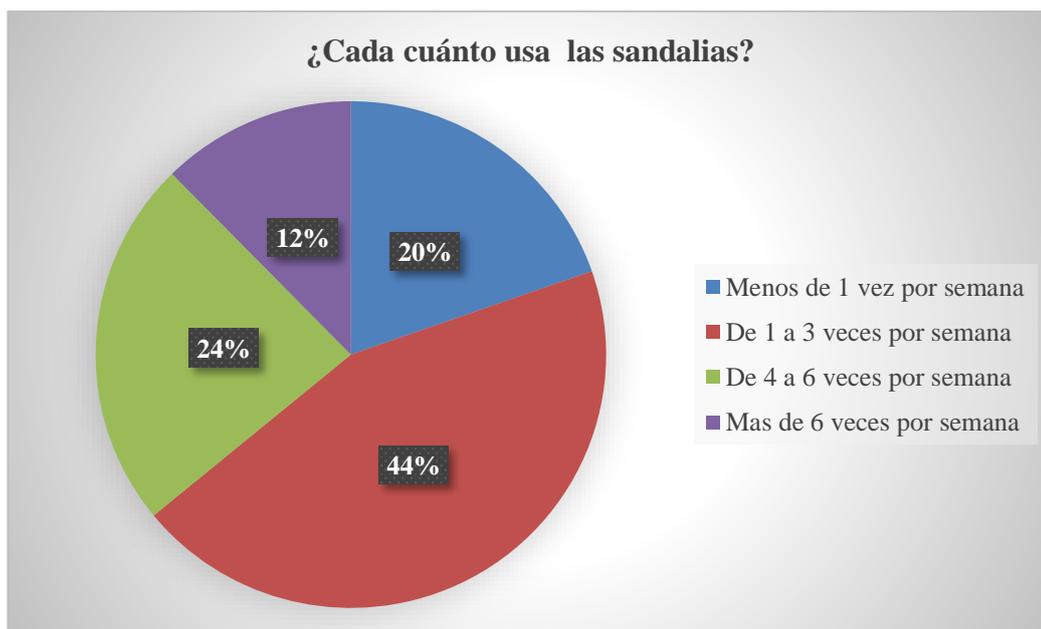


Gráfico 3: Con qué frecuencia usa sandalias

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que un 44% usan sandalias de 1 a tres veces por semana, 24% de 4 a 6 por semana, 20%, menos de 1 vez por semana y el 12% más de 6 veces por semana.

Interpretación. – Según con los datos obtenidos la mayoría de mujeres utilizan sandalias de uno a tres veces por semana por la cual se pretende diseñar sandalias cómodas con diseños innovadores con el objetivo que adquieran con más frecuencias nuestro producto.

3. ¿De las siguientes indique porque decide comprar una sandalia?

Tabla 14. *Porque decide comprar las sandalias*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	35	20%
Calidad	48	27%
Diseño	66	37%
Moda	19	11%
Precio	10	6%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

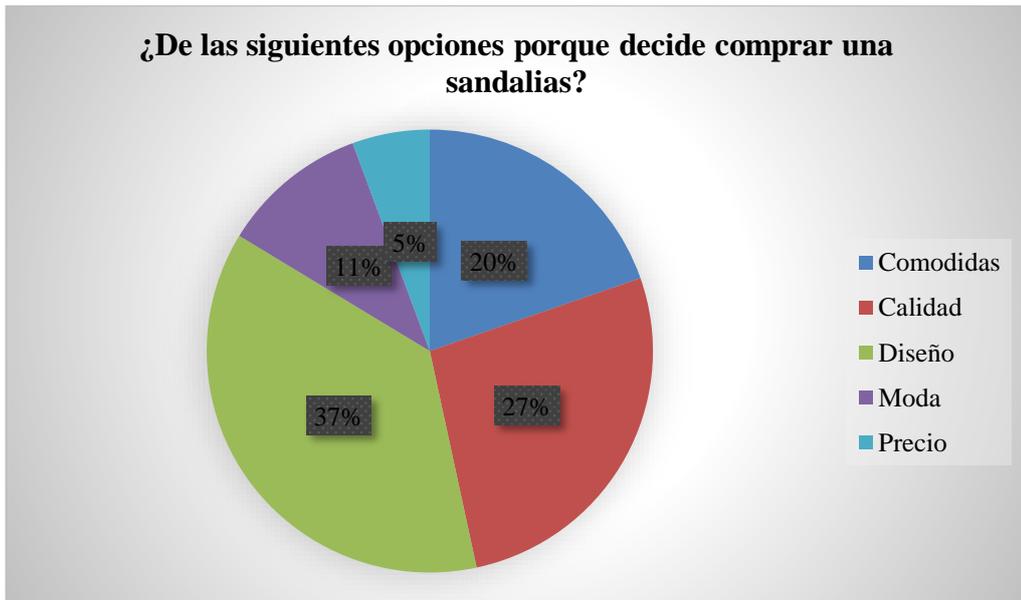


Gráfico 4: Porque decide comprar las sandalias

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que 37% compran por el diseño, 27% por la calidad del producto, 20% por comodidad, 11% por la tendencia de la moda y 5% por el precio económico.

Interpretación. Debido a que la mayor parte de las encuestadas manifiestan que prefieren comprar las sandalias por el diseño, calidad, o comodidad. Calzado Naty's empleara insumos y materia prima de calidad, innovaciones en diseños y buscara establecer costos accesibles al cliente.

4. ¿Usa sandalias por?

Tabla 15. Por qué usa sandalias.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Gusto	123	69%
Moda	42	24%
Necesidad	10	6%
Trabajo	3	2%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

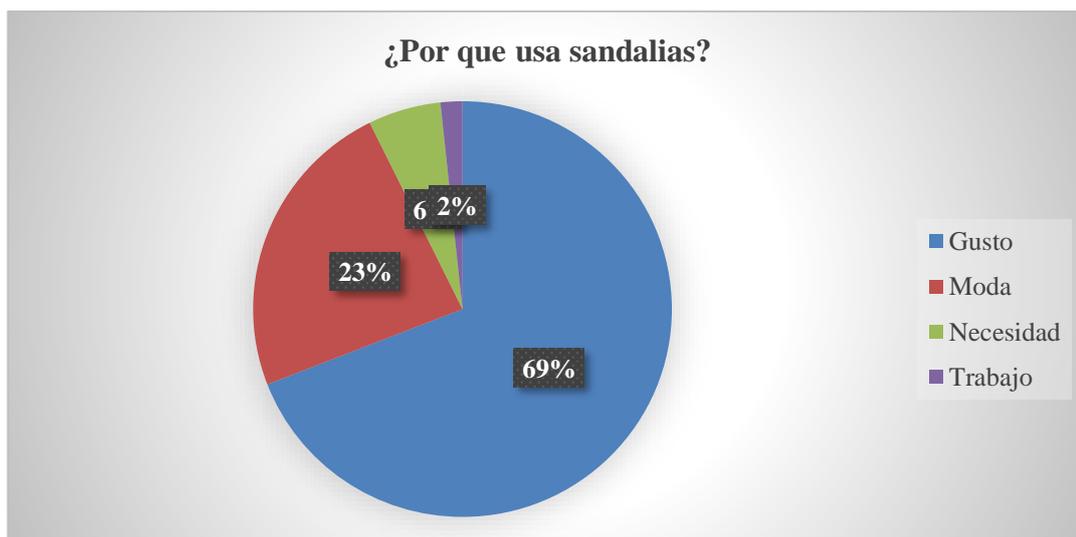


Gráfico 5: Por que usa sandalias
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que 69% usan por gusto, mientras el 23% por la tendencia o la moda, 6% por necesidad y el 2% por su trabajo.

Interpretación. - Según los datos obtenidos la mayoría de las mujeres adquieren las sandalias por gusto o también por la influencia de las tendencias de moda. Por la cual Calzado Naty´s lanzara diseños innovadores y exclusivos al mercado a todo tipo de clientes.

5. ¿Qué material prefiere para las sandalias?

Tabla 16. Material para elaborar las sandalias

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cuero	75	42%
Gamuza	42	24%
Lona	61	34%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

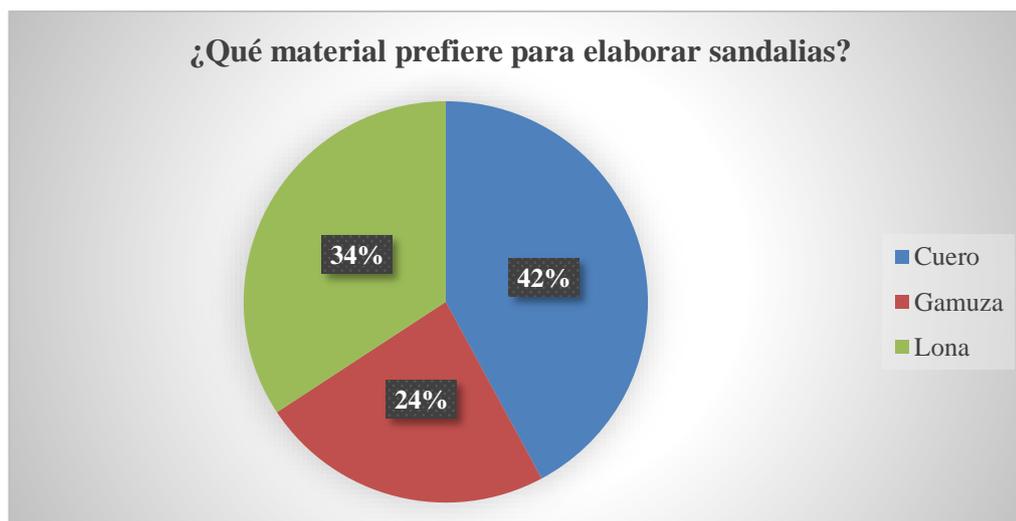


Gráfico 6: Material para elaborar sandalias
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que 42% prefieren material en cuero, mientras que el 34% en lona y el 24% en material de gamuza para los diseños.

Interpretación. - Según los datos obtenidos la mayoría de las mujeres prefieren que las sandalias estén diseñadas en material de cuero por la durabilidad que tiene este tipo de material. Es así que Calzado Naty´s debe innovar sus diseños en cuero puro para satisfacer las necesidades del consumidor.

6. ¿Cuánta paga usted por un par de sandalias?

Tabla 17. *Cuánta paga por un par de sandalias*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$ 10,00	12	7%
\$ 15,00	36	20%
\$ 20,00	46	26%
\$ 30,00	84	47%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

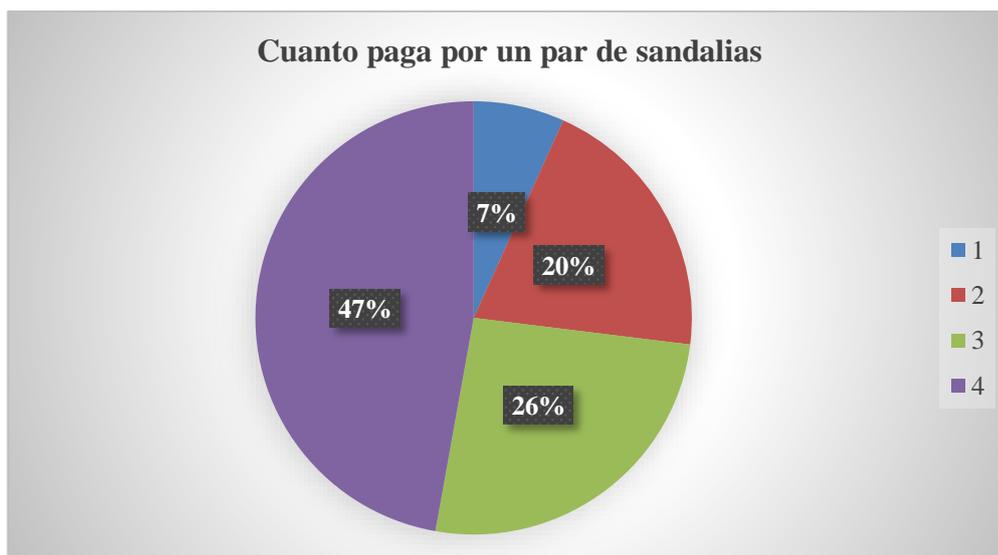


Gráfico 7: Cuanto paga usted por un par de sandalias

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que el 47% paga un precio de \$ 30 de un par de sandalias, mientras que 26% un precio mínimo de \$ 20, 20% paga \$ 15 y el 7% paga un precio de 10 dólares por un par de sandalias.

Interpretación. - La mayoría de las mujeres al comprar un par de sandalias de cuero paga un precio de \$ 30 a \$20 dólares, por la cual para vender nuestros diseños tenemos que promediar precios con las competencias ya existentes en el mercado.

7. ¿En qué sitio prefiere comprar las sandalias?

Tabla 18. Donde prefiere comprar las sandalias

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Centro comercial	33	19%
Almacén	91	51%
Sector de comercio de calzado	54	30%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

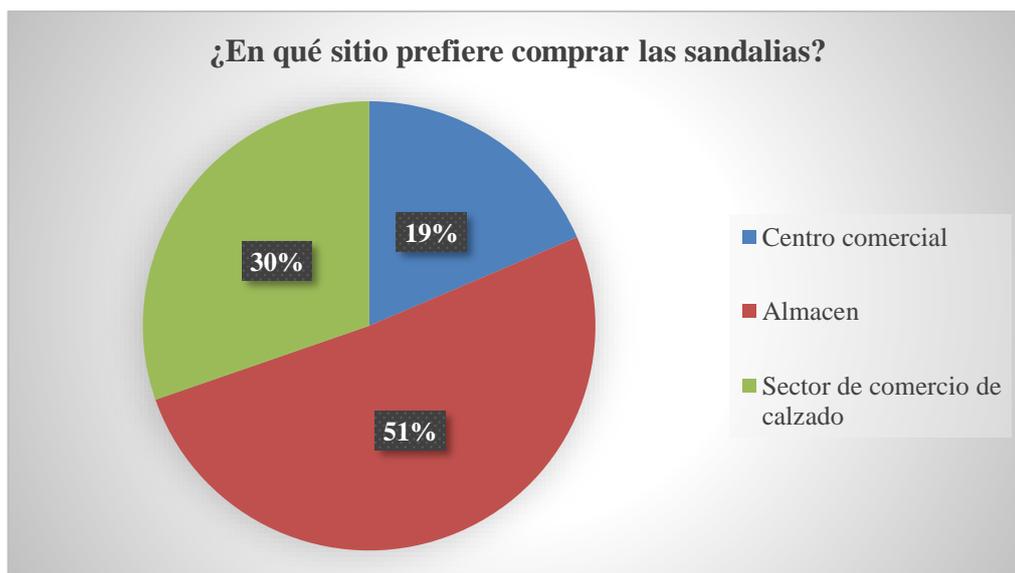


Gráfico 8: Donde prefiere comprar las sandalias

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que 51% prefieren comprar en los almacenes, mientras que el 30% en un sector de comercio de calzado y el 19% en centros comerciales de la ciudad.

Interpretación. - Según los datos obtenidos la mayoría de las mujeres prefieren comprar en almacenes o centros comerciales, por la cual tenemos que enfocar en tener un lugar apropiado para poder exhibir nuestros diseños de sandalias como son los almacenes, centros comerciales y estar con ferias de calzado para dar a conocer el producto

8. ¿Compraría sandalias bordadas en cuero?

Tabla 19. *Compraría sandalias bordadas*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	104	58%
NO	74	42%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

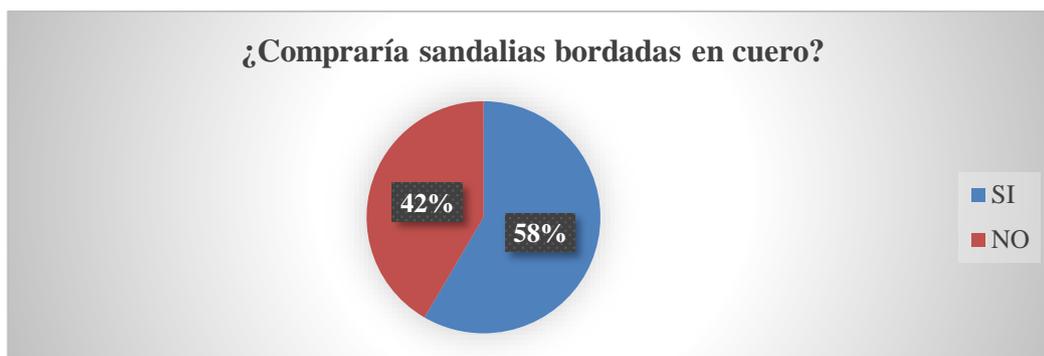


Gráfico 9: Compraría sandalias bordadas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que el 58% comprarían sandalias bordadas en cueros y el 42% no les gusta comprar.

Interpretación. - Según los datos obtenidos la mayoría de las mujeres comprarían sandalias bordadas en cuero. Por lo que el direccionamiento del proyecto es correcto y viable para ejecutarlo.

9. ¿Cómo le gustaría los diseños bordados en cuero?

Tabla 20. Diseños bordados en cuero

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Floridos	37	21%
Colores Bajos	89	50%
Colores Altos	52	29%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

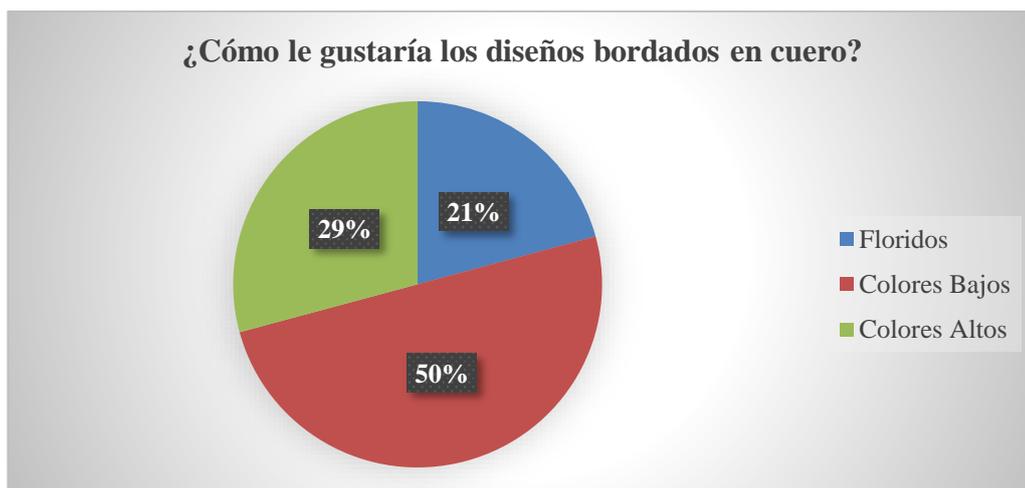


Gráfico 10: Diseños bordados en cuero

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que 50% le gusta que los bordados sean con colores bajos, mientras el 29% prefiere colores altos y 21% eligen colores floridos.

Interpretación. - Según los datos obtenidos la mayoría de las mujeres prefieren que en los diseños de bordados sean con colores bajos con acabados exclusivos e innovadores.

10. ¿Cómo le gustaría que sea los bordados para las sandalias?

Tabla 21. *Cómo le gustaría que sea los bordados para las sandalias*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
A mano	109	61%
A maquina	69	39%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

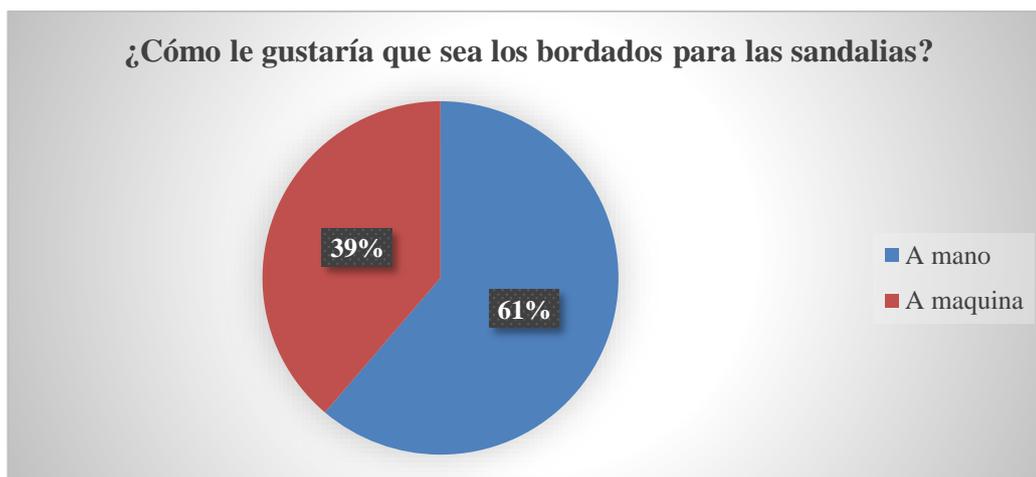


Gráfico 11: Cómo le gustaría que sea los bordados para las sandalias

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que el 61% prefieren que las sandalias sean bordadas a mano y el 39% bordadas a máquina.

Interpretación. - Según los datos obtenidos la mayoría de las mujeres prefieren que los bordados sean a mano, por la cual nuestros diseños serán bordados con materiales de calidad, diseños personalizados con el objetivo de satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores.

11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un par de sandalias?

Tabla 22. *Cuanto pagarías por un par de sandalias*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$ 11 a \$15	8	4%
\$ 16 a \$20	29	16%
\$21 a \$25	87	49%
\$26 a \$30	54	30%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)



Gráfico 12: Cuánto está dispuesto a pagar un par de sandalias

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que 49% están dispuestos a pagar por un par de sandalias un promedio de \$21 a \$25 dólares, mientras 30% un precio de \$26 a \$30, 16% de \$16 a \$20 dólares y 5% de \$11 a \$15 por el par de una sandalia bordada en cuero.

Interpretación. - Según los datos obtenidos la mayoría de las mujeres están dispuestas a pagar por un par de sandalias bordadas en cuero un precio promedio de \$21 a \$25 dólares, considerando que es un precio accesible para nuestro posible cliente.

12. ¿Por qué medio de comunicación desearía que se realizara información publicitaria de esta marca de sandalias?

Tabla 23. Medios de comunicación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	46	26%
Redes Sociales	62	35%
Prensa	20	11%
Radio	50	28%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)



Gráfico 13: Medios de comunicación
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - De la totalidad de mujeres encuestadas afirman que 35% les gustaría ver la información publicitaria por medio de las redes sociales, mientras 28% por radio, 26% por televisión y el 11% por medio de periódicos.

Interpretación. - La emprendedora deberá invertir en publicidad por medio de las redes sociales porque esta herramienta hoy en día es de fácil acceso a ese tipo de medio para cualquier empresa indicando el bien o servicio que se está ofreciendo.

1.3.2. Demanda potencial

La demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. (Fischer & Espejo, 2011, pág. 120).

“La demanda potencial es la máxima demanda posible que se pudiera dar para uno o varios productos en un mercado determinado, el hallar la demanda potencial para el tipo de producto o servicio que ofrecemos, tiene como objetivo principal el ayudarnos a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestro negocio” (Crecenegocios, 2010).

Demanda por persona

Para la realización de la demanda por personas se toma el número de habitantes por edad 90.036 multiplicado por la opción SI en base a los resultados de las encuestas de la pregunta 8 relacionada con la aceptación del producto, se determina que si existe la aceptación con una demanda de 58% dando como resultado 52.220 para el año 2019 para los siguientes periodos van incrementando con la tasa de crecimiento poblacional de 1.45% de la ciudad de Ambato.

Tabla 24. Demanda en personas

AÑO	CANTIDAD
2019	52.220
2020	52.977
2021	53.745
2022	54.525
2023	55.315

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

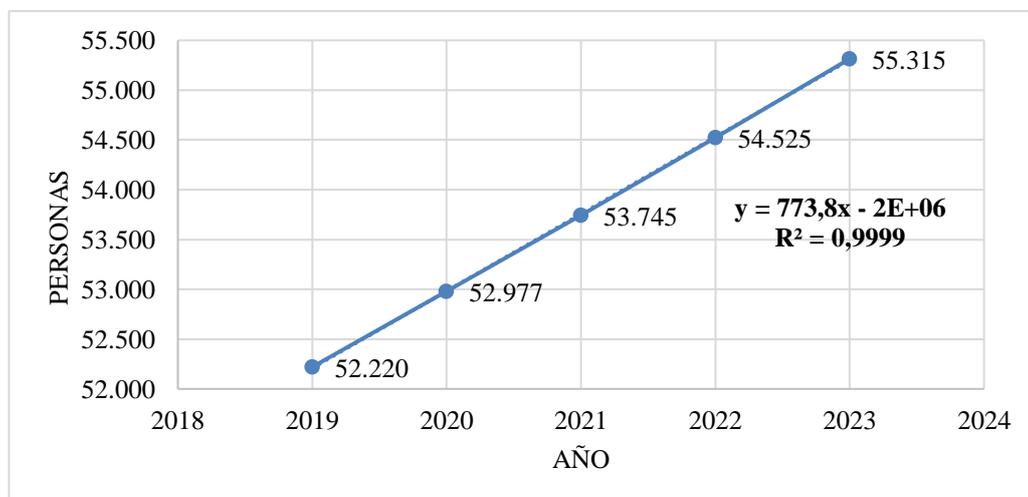


Gráfico 14: Demanda en personas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Interpretación: Una vez realizado el cálculo entre el porcentaje de aceptación del producto y el mercado meta del año 2019, se puede indicar que 52.220 personas desean adquirir las sandalias de la empresa Calzado Naty's que ofertara en el año 2019. Luego de realizar la proyección con la tasa poblacional del 1,45% para el año 2023, se tendrá una demanda de 55.315 personas.

Demanda en unidades

Para el cálculo de la demanda por unidades tomaremos como referencia la pregunta 1 de la encuesta donde se encuentra la frecuencia de compra que las mujeres realizan al año, por consiguiente, se debe multiplicar el valor del año 2019 52.220 por 14% del porcentaje de la frecuencia de consumo de un par al año como resultado 7.310, adicionalmente se vuelve a multiplicar por 2 pares siendo un total de 60.575, de la misma forma se realiza para las demás frecuencias 115.409 pares de sandalias.

Tabla 25. *Demanda por producto*

Variables	Porcentaje	Demanda	total
1	14%	52.220	7.310
2	58%	52.220	60.575
3	21%	52.220	32.898
4	7%	52.220	14.621
Total			115.404

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Posteriormente el valor total 115.404 pares de sandalias ayudara para la demanda anual del 2019, proyectando con la tasa crecimiento poblacional del

Tabla 26. Proyección de la demanda unidades

Años	Cantidad
2019	115.409
2020	117.082
2021	118.780
2022	120.502
2023	122.250

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

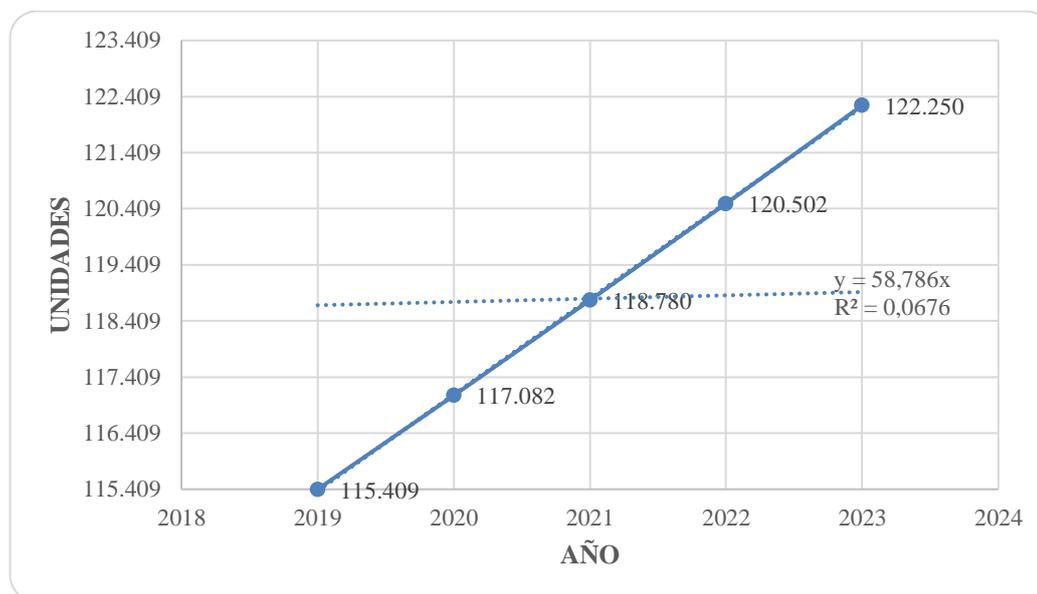


Gráfico 15: Demanda de proyección unidades

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Interpretación: La demanda proyectada para el año 2019 es de 115.409 pares de sandalias, para el año 2020 la cantidad incrementa es de 117.082 pares, posteriormente para el año 2021 es de 118.780 pares, seguidamente para el año 2022 es de 120.502 que demandarán en la elaboración de diferentes diseños, hasta el año 2023 que serán de 122.250 pares de sandalias.

1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE

1.4.1. Análisis del microambiente

Las cinco fuerzas de Porter ayudan a analizar el mercado por lo que se define: “Las 5 fuerzas se basa en un análisis completo de la empresa, con el objetivo

de saber en dónde se encuentra situada respecto a la competencia en el momento” (Villar, 2016, p. 2).

1. Poder de negociación de los compradores o clientes

Los clientes de ahora están informados sobre los diferentes productos que hay en el mercado al igual que la diferencia de costos que existen entre uno y otros, esto hace que los clientes se vuelvan cada vez más exigentes y por lo tanto exijan una reducción de costos en los productos de una forma notable (Villar, 2016).

Tabla 27. Poder de negociación de los compradores o clientes

FACTOR	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES		
	ALTO	MEDIO	BAJO
OPCIONES			
Diseño	x		
Bordado		x	
Calidad del cuero	x		
TOTAL	2	1	0
%	66.67%	33.33%	0%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - El 66.67% del poder de negociación con los compradores o clientes es alto en el diseño y la calidad de cuero que se utilizara para elaborar el producto; mientras que el 33,33% el nivel de negociación con los clientes es medio en el bordado.

2. Rivalidad entre las empresas

Esta fuerza de Portes podemos competir directamente con otras empresas que ofertan similares productos que nosotros: “La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa” (Wikipedia, 2018).

Tabla 28. *Análisis de Rivalidad entre competidores*

FACTOR	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES		
	ALTO	MEDIO	BAJO
OPCIONES			
Diseño			X
Bordado		x	
Calidad del cuero	x		
TOTAL	1	1	1
%	33.33%	33.33%	33.33%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - Existe un 33.33% de probabilidad de rivalidad entre los competidores tanto como en el diseño, bordados y la calidad de cuero de la cual tenemos que agregar un plus al fabricar diseños de sandalias.

3. Amenazas de los nuevos entrantes

Existen muchos componentes que influyen uno de ellos son la economía de escala la lealtad de los clientes hacia la marca, se define como: “La clave para analizar esta fuerza es el de las barreras contra la entrada, que son todas aquellas fuerzas que crean una dificultad para el ingreso de nuevos competidores a un sector” (Marciniak, 2017).

Tabla 29. *Análisis amenazas de los nuevos entrantes*

FACTOR	AMENAZAS DE LOS NUEVOS ENTRANTES		
	ALTO	MEDIO	BAJO
OPCIONES			
Diseño			x
Bordado		X	
Calidad del cuero		X	
TOTAL		2	1
%		66,67%	33.33%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - El 66,67% de probabilidad de amenazas de nuevos entrantes es medio en bordado y la calidad de cuero que pueda utilizar nuestros competidores.

4. Poder de negociación de los proveedores

El poder de los proveedores se define como: “Los proveedores poderosos capturan una mayor parte del valor para sí mismos cobrando precios más altos, restringiendo la calidad o los servicios, o transfiriendo los costos a los participantes del sector” (Porter, 2008, p. 4).

Tabla 30. *Análisis poder de negociación de los proveedores*

FACTOR	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES		
	ALTO	MEDIO	BAJO
OPCIONES			
Diseño			X
Bordado		X	
Calidad del cuero			X
TOTAL	0	1	2
%	0%	33.33%	66.67%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - El poder de negociación de los proveedores es bajo con el 66,67% de probabilidad en diseño y la calidad de cuero; mientras que el 33,33% tiene un nivel medio en la negociación de los proveedores en cuanto al bordado.

5. Amenaza de productos sustitutos

Según el autor Sanchez S, (2017)

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Tabla 31. Análisis amenaza de productos sustitutos

FACTOR	AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS		
	ALTO	MEDIO	BAJO
OPCIONES			
Diseño	X		
Bordado		x	
Calidad del cuero		x	
TOTAL	1	2	
%	33.33%	66.67%	0%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - El 66.67% de probabilidad en medio en la amenaza de productos sustitutos en cuanto a bordado y la calidad de cuero mientras que el 33.33% tiene un alto amenaza de diseño.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Tabla 32. Evaluación de las cinco fuerzas de Porter

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTERO			
OPCIONES	ALTO	MEDIO	BAJO
Poder de negociación de los compradores o cliente	2	1	0
Rivalidad entre las empresas	1	1	1
Amenazas de los nuevos entrantes	0	2	1
Poder de negociación de los proveedores	0	1	2
Amenazas de productos sustitutos	1	2	0
TOTAL	4	7	4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - Al analizar las cinco fuerzas de Porter se puede concluir el nivel alto tiene cuatro puntos, el nivel medio siete puntos y el nivel bajo cuatro puntos en lo que se refiere al poder de negociación de los competidores (clientes), rivalidad entre las empresas, poder de negociación de los proveedores, clientes y amenazas de productos sustitutos en el mercado.

1.4.2. Análisis del macro ambiental

Según el autor Ponce Hunberto, (2006)

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

Tabla 33. *Análisis de FODA*

FODA	
Fortalezas	Oportunidades
Innovación en el producto	Diseños innovadores e exclusivos que sean únicos en el mercado
Precio competitivo	El mercado no está saturado
Adquisición de maquinaria moderna	Crear fuentes de trabajo
Variedad de diseños	Utilización de economías de escala
Calidad en contenido de fabricantes	Disponibilidad de locales
Debilidades	Amenazas
Costo elevado de fabricación	Competencia desleal
Marca y producto poco conocido en el mercado de sandalias	Entrada de nuevos competidores
Empresa nueva en el sector de calzado	Alto posicionamiento de marcas nacionales
Desconocimiento de canales de comercialización	Inestabilidad económica y política del país
Altos gastos financieros	Posibilidad de escases de materia prima

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

En la matriz de evaluación de factores externos se analiza las oportunidades y amenazas que tiene la empresa, por lo tanto se evalúa según el grado de importancia en peso y la calificación siendo 1 menor y 4 mayor finalmente se multiplica los valores para la ponderación, con el objetivo de planear estrategias que ayude a optimizar a la empresa (Yi Min Shum, 2018).

Tabla 34. Análisis de evaluación de factores externos

FACTOR CLAVE	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	PORCENTAJE
Oportunidades				
1 Diseños innovadores e exclusivos en el mercado	0.13	4	0.52	21%
2 El mercado no está saturado	0.07	4	0.28	11%
3 Crear fuentes de trabajo	0.12	3	0.36	14%
4 Utilización de economías en escala	0.11	3	0.33	13%
5 Disponibilidad de locales	0.09	3	0.27	11%
Amenazas				
1 Competencia desleal	0.11	2	0.22	9%
2 Entrada de nuevos competidores	0.07	2	0.14	6%
3 Alto posicionamiento de marcas nacionales	0.09	2	0.18	7%
4 Inestabilidad económica y política del país	0.11	1	0.11	4%
5 Posibilidad de escases de materia prima	0.1	1	0.1	4%
TOTAL	1		2.51	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - El factor más importante en la EFE son los diseños innovadores e exclusivos en el mercado con un peso de 0,13 con una calificación de 4 y un porcentaje de 21%. El valor de promedio ponderado de 2,51 nos indica que la empresa está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes en el mercado.

Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

La matriz EFI (Evaluación de Factores Internos) es un recurso usado por las empresas para analizar las cuestiones que influyen negativa o positivamente en su crecimiento y sustentabilidad en el mercado (Muelle, 2019).

Tabla 35. *Análisis de evaluación de factores internos*

Factor Clave		Peso	Calificación	Valor	
				Ponderado	Porcentaje
Fortalezas					
1	Innovación en el producto	0.2	4	0.8	28%
2	Precio competitivo	0.12	4	0.48	17%
3	Adquisición de maquinaria moderna	0.09	3	0.27	9%
4	Variedad de diseños	0.15	4	0.6	21%
5	Calidad en contenido de fabricación	0.06	3	0.18	6%
Debilidades					
1	Costo elevado de fabricación	0.1	1	0.1	3%
2	Marca y producto poco conocido en el mercado de sandalias	0.11	1	0.11	4%
3	Empresa nueva en el sector de calzado	0.09	2	0.18	6%
4	Desconocimiento de canales de comercialización	0.05	2	0.1	3%
5	Altos gastos financieros	0.03	2	0.06	2%
TOTAL		1		2.88	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Análisis. - La matriz de evaluación de factores internos nos muestra que la fortaleza más importante de la empresa es la innovación de productos, variedad de diseños y precio competitivo, siendo estos factores son favorables, con un puntaje

ponderado de 2,88 contra las debilidades muestra que la empresa tiene una sólida situación interna.

Matriz de perfil competitivo (MPC)

Para el autor Perez A (2019)

La Matriz del Perfil Competitivo (MPC) identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fortalezas y debilidades particulares, en relación con una muestra de la posición estratégica de la empresa, los factores de una MPC incluyen cuestiones internas y externas; las calificaciones se refieren a las fuerzas y a las debilidades.

Tabla 36. Matriz del perfil competitivo (MPC)

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO												
Factor Clave	¡CALZADO NATY! S				CALZADO MONTALVO				CALZADO GAMO! S			
	Peso	calificación	Ponderado	%	Peso	calificación	Ponderado	%	Peso	calificación	Ponderado	%
Fortalezas												
1 Innovación en el producto	0,2	4	1	28%	0,2	4	0,88	30%	0,18	4	0,72	25%
2 Precio competitivo	0,12	4	0	17%	0,1	4	0,44	15%	0,1	4	0,48	17%
3 Adquisición de maquinaria moderna	0,09	3	0	9%	0,1	4	0,36	12%	0,07	3	0,21	7%
4 Variedad de diseños	0,15	4	1	21%	0,1	4	0,44	15%	0,12	4	0,48	17%
5 Calidad en contenido de fabricación	0,06	3	0	6%	0,1	3	0,21	7%	0,09	4	0,36	13%
Debilidades												
1 Costo elevado de fabricación Marca y producto poco conocido en el mercado de sandalias	0,1	1	0	3%	0,1	1	0,11	4%	0,1	1	0,13	5%
2 Empresa nueva en el sector de calzado	0,11	1	0	4%	0,1	1	0,12	4%	0,11	1	0,11	4%
3 Desconocimiento de canales de comercialización	0,09	2	0	6%	0,1	2	0,14	5%	0,09	2	0,18	6%
4 Altos gastos financieros	0,05	2	0	3%	0,1	2	0,12	4%	0,06	2	0,12	4%
5	0,03	2	0	2%	0	2	0,08	3%	0,03	2	0,06	2%
TOTAL	1		3	100%	1		2,9	100%	1		2,85	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 37. *Análisis de factores externos e internos*

FODA CRUZADA		
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Diseños innovadores y exclusivos que sean únicos en el mercado El mercado no está saturado	Competencia desleal Entrada de nuevos competidores
FACTORES INTERNOS	Crear fuentes de trabajo Utilización de economías de escala Disponibilidad de locales	Alto posicionamiento de marcas nacionales Inestabilidad económica y política del país Posibilidad de escases de materia prima
FORTALEZAS Innovación en el producto Precio competitivo Adquisición de maquinaria moderna Variedad de diseños Calidad en contenido de fabricantes	ESTRATEGIAS FO Ubicar a la empresa en un lugar estratégico para obtener la materia prima de manera fácil Promocionar nuevos diseños de las sandalias	ESTRATEGIAS FA Realizar productos de calidad.
DEBILIDADES Costo elevado de fabricación Marca y producto poco conocido en el mercado de sandalias Empresa nueva en el sector de calzado Desconocimiento de canales de comercialización Altos gastos financieros	ESTRATEGIAS DO Implementar estrategias para aumentar los canales de distribución y hacer ventas por medio del internet.	ESTRATEGIAS DA Cumplir con todos los requisitos necesarios para la creación de la empresa Naty!s Calzado.
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)		

Plan de acción

Tabla 38. *Plan de acción*

Objetivo	Estrategia	Táctica	Actividad	Presupuesto	Responsable
Incrementar la presencia de la marca en la mente del consumidor	Ubicar a la empresa en un lugar estratégico para dar a conocer el producto.	Promocionar el producto realizando descuentos especiales. Promocionar nuevos diseños de las sandalias.	Contratar personal profesional para la realización de investigación del mercado.	1500	Jefe de ventas
Incrementar canales de distribución	Aumentar canales de distribución por medio de ventas en internet	Realizar convenios con centros comerciales que dedique a la venta de calzado.	Investigar nuevos segmentos de mercado	2000	Jefe de Marketing
Fidelizar a los clientes a través de la satisfacción y necesidades y gusto del cliente	Innovar constantemente las sandalias con diseños únicos y exclusivos	Diseñar diseños innovadores para dar más prestigio a la marca.	Investigar las tendencias de mercado y los gustos y preferencias del consumidor	1034	Jefe de Marketing

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Plan de contingencia

“Son los procedimientos específicos preestablecidos de respuesta y rehabilitación ante la ocurrencia o inminencia de un evento adverso natural o inducido por la actividad del ser humano para el cual se tiene escenarios definidos” (Valdiviezo, 2017).

Tabla 39. *Plan de contingencia*

RIESGO	ACCIONES PARA TOMAR	COSTO	RESPONSABLE
Competencia vigente y futura en el mercado.	Mantener los precios en el producto, para mantener la demanda propuesta	\$ 400.00	Jefe de producción
Perder demanda.	Realizar convenios con empresas dedicadas a la comercialización de todo tipo de calzado.	\$ 400.00	Gerente General

Fuente: **Investigación propia**
 Elaborado por: **Masaquiza, M. (2019)**

1.4.3. Proyección de la oferta

“La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los fabricantes están dispuestos a ofrecer a diversos precios en un determinado mercado” (Fischer & Espejo , 2003).

Para calcular la oferta es necesario indagar en los diferentes almacenes y centros comerciales que ofrecen sandalias similares, el porcentaje es estimado de acuerdo con el posicionamiento empresarial, a continuación, el detalle en la siguiente tabla.

Tabla 40. *Proyección de la oferta*

ALMACENES	ANUAL	PORCENTAJE
ALANA BOUTIQUE	2.112	6%
DIVAS	2.400	7%
EXQUISIT BOUTIQUE	3.600	11%
NICOLE SHOES	1.200	4%
PRODU MODA	1.680	5%
CALZADO GAMOS	3.120	10%
CENTRO COMERCIAL JUAN CAJAS	18.720	57%
TOTAL	32.832	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 41. *Proyección de la oferta*

AÑO	OFERTA
2019	32.832
2020	33.308
2021	33.791
2022	34.281
2023	34.778

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Para la proyección de la oferta se realiza para cinco años posteriores con una tasa de crecimiento poblacional del 1.45%. Dichos valores la cantidad que la empresa tendría que producir para satisfacer el nicho del mercado.

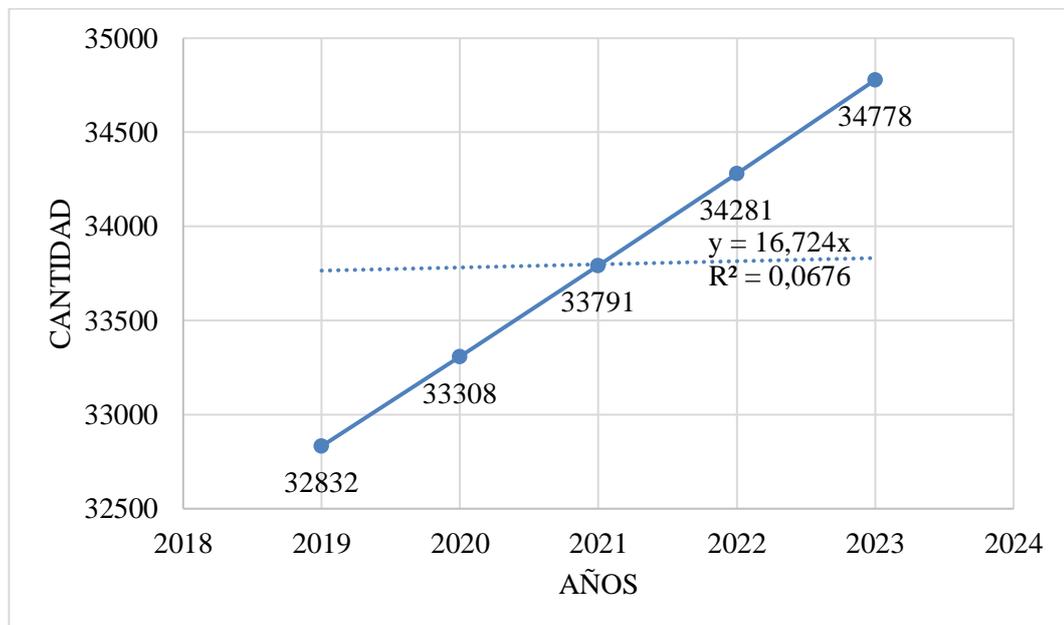


Gráfico 16: Proyección de Oferta

Fuente: Investigación propia

Interpretación. –La oferta proyectada para el año 2019 es de 32.832 pares, en el año 2020 la cantidad proyectada es de 33.308 unidades y para el año 2023 es de 34.778 pares de sandalias.

1.4. Demanda potencial Insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha según el autor Baca (2010) define que: “Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

Para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha se toma la demanda y la oferta por producto siendo la diferencia de los dos factores para transformar anualmente y se divide para 12 meses, finalmente se divide para 30 días, obteniendo cantidades de forma anual, mensual y diaria.

Tabla 42. Demanda Insatisfecha unidades

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha anual	Demanda insatisfecha mensual	Demanda insatisfecha diaria
2019	115.409	32.832	82.577	6881	344
2020	117.082	33.308	83.774	6981	349
2021	118.780	33.791	84.989	7082	354
2022	120.502	34.281	86.221	7185	359
2023	122.250	34.778	87.472	7289	364

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

1.5 Promoción y publicidad que se realiza. (Canales de Comunicación)

La publicidad, es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo (Thompson, 1999, pág. 6).

Tabla 43. Promoción y publicidad

No	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLE	RECURSOS	DURACIÓN	PRESUPUESTO ANUAL
1	Página web	Internet	Gerente	Económico Humano Material Tecnológico	Una sola vez	\$600
2	Televisión	TV	Gerente	Económico Humano Material Tecnológico	Una sola vez al año	\$110
3	Redes Sociales	Internet	Gerente	Económico Humano Material	Siempre	\$80
4	Periódico	Prensa	Gerente	Económico Humano Material	2 veces al año	\$40
5	Radio	Radio	Gerente	Económico Humano Material Tecnológico	3 veces al año	\$60
6	Volantes	Volantes		Económico Humano Material	4 veces al año	\$30
7	Banners publicitarios	Banners publicitarios	Gerente	Económico Humano Material	Una sola vez	\$40
TOTAL						\$ 960

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Logotipo

El Logo desarrollado para la marca de calzado Naty's que pretende incursionar en el mercado nacional e internacional, con alto sentido cultural de la etnia ecuatoriana Quisapincha, se basó primeramente en el uso y la estilización del nombre de la autora el cual nace de una sandalia que es el producto estrella de la marca. Este ha sido enmarcado con elementos del bordado tradicional presentes en el escote de la blusa autóctona de la etnia, los cuales fueron simplificados. Los colores manejados en el logotipo provienen de la vestimenta: el blanco de fondo, negro en la tipografía, estilización junto al rojo en detalles del enmarcado.



Identidad que deja huellas...

Imagen 1: Logotipo
Fuente: Elaboración propia

Slogan.

Con la intención de revelar al cliente de forma clara el valor agregado cultural de la marca se eligió el slogan “Identidad que deja huellas”.

Etiqueta.

Está conformada por dos caras: en la frontal se ha utilizado el logotipo impreso en cartón blanco esmaltado. En la cara posterior se encuentra el aspecto técnico, la codificación del producto, el modelo, talla y los materiales.

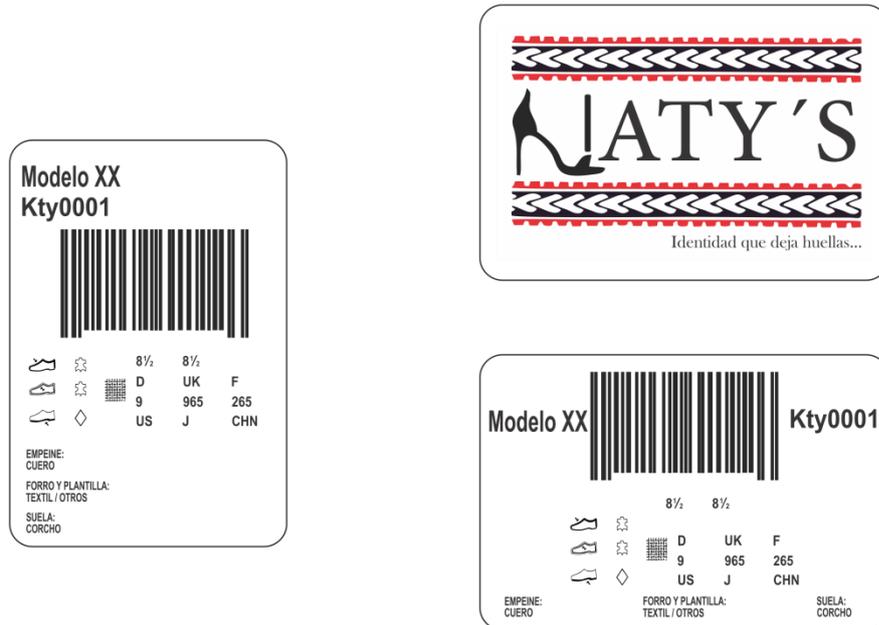


Imagen 2: Etiquetas
Fuente: Elaboración propia

Empaque.

Se propuso una caja clásica de zapatos en cartón blanco esmaltado, y una tapa con franjas roja y negra en alusión a la cromática de la imagen corporativa, el uso del logotipo en el lateral de la caja y la información técnica a un costado.



Imagen 3: Empaque
Fuente: Elaboración propia

Banner.

La publicidad de la marca está dada por el nombre de la misma, colocado en la parte central media de las franjas rojo y negra, acompañado en los costados por imágenes a futuro de fotografías del calzado real. En la parte inferior puede anexarse la información comercial y pagina web de ser el caso.



Imagen 4: Banner
Fuente: Elaboración propia



Imagen 5: Prototipo
Fuente: Elaboración propia

1.6 Sistema de distribución a utilizarse (Canales de distribución)

Para el presente proyecto se utilizará canales de distribución como:

De fabricantes al consumidor final. - Diseños para todo tipo de cliente según sus gustos y preferencias que será entregado directamente de fábrica hacia al cliente.

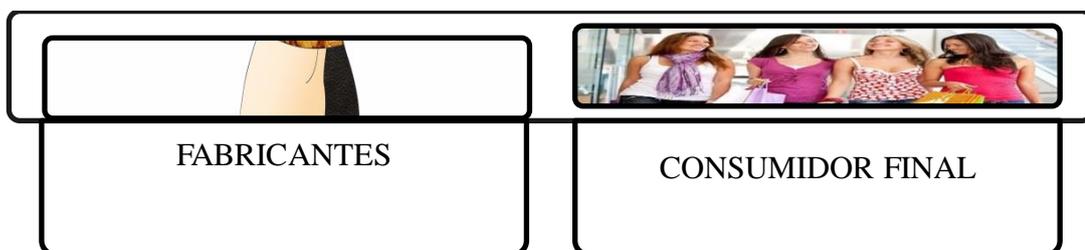


Gráfico 17: Canales de distribución
Fuente: Investigación propia

De fabricante, intermediario al consumidor final. - Serán entregados a los intermediarios con el objetivo de hacer llegar al cliente nuestros productos.



Gráfico 18: Fabricante, intermediario al consumidor final
Fuente: Investigación propia

De fabricante, mayorista, intermediario y al consumidor final. - Sera entregado a grandes empresas que se dedican a la venta de todo tipo de calzado.



Gráfico 19: Fabricante, mayorista, intermediario al consumidor final
Fuente: Investigación propia

La ventaja de esta distribución se centra en extender la disponibilidad del producto y facilitar la participación en la compra del producto con relación a la presentación de la marca. Los precios del producto se enmarcan por los determinados estudios de mercado, las sandalias tendrán un precio acorde a los análisis de costos totales que cuenta producir a la empresa.

1.7 Seguimiento de clientes

De acuerdo con el sitio de Herramientas PyME, “el seguimiento del cliente una vez que se ha hecho una venta permite lograr nuevas compras, que son la piedra fundamental de la mayor parte de las pequeñas empresas exitosas” (DestinoNegocios, 2015).

Tabla 44. *Formato de seguimiento al cliente*

FICHA DE SEGUIMIENTO DE LOS CLIENTES					CLASIFICACION DEL CLIENTE		
N°	NOMBRES/APELLIDOS	DIRECCIÓN	TELÉFONO	E-MAIL	ACTUAL	ANTERIOR	POTENCIAL
01	Diana Masaquiza	Quisapincha	032809234	dianamasaquiza@hotmail.com	X		
02	Carolina Montero	Martínez	034567243	Caromontero@live.com		X	
03	Kely Lara	Ficoa	032982345	kelicytalara@hotmail.com	X		X
04	Mishell Godoy	Izamba	029384561	mishellgodoy@gmail.com		X	
05	Joanna Sánchez	Huachi chico	039825634	joannasanchez@gmail.com	X		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Para ejecutar el seguimiento a clientes se elaborará una ficha denominada la misma que permitirá obtener información como: nombre del cliente, dirección (domicilio y trabajo), Teléfono, correo electrónico, número de personas que viven con el cliente y el estado actual de cliente. Esta ficha permitirá conocer a detalle el listado de los clientes y dar seguimiento al mismo, es decir, por cada una de las personas que realice una compra en el almacén. También se contará con un buzón de sugerencias.

1.8 Especificar mercados alternativos

Para Olavarrieta, Manzur, Hidalgo y Farías (2008), “Los mercados alternativos se caracterizan por tener bajas barreras de entrada, baja regulación y porque no se requiere de un gran capital para instalar el negocio”. Los mercados alternativos van a ser en las provincias aledañas. A continuación, se describe en una tabla:

Tabla 45. *Mercados alternativos*

Mercado alternativo	Producto alternativo	Descripción
El mercado alternativo será en las ciudades de Riobamba, Otavalo, Latacunga y Guaranda, además los cantones de la Provincia de Tungurahua porque está ubicado dentro de la zona de fabricación.	Sandalías bordadas en máquinas. Sandalías simples	Son diseños de sandalias bordadas en máquinas en donde se puede producir la economía de escalas.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

CAPITULO II

2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

- Describir el proceso de transformación del bien
- Identificar los insumos necesarios para el proceso de producción
- Asegurar la calidad del producto

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.2.1. Descripción del proceso de transformación del bien o servicio

“Un proceso productivo consiste en un conjunto de actividades que toma como entradas uno o más insumos y los transforma para obtener como salidas o resultado un producto o servicio” (Geo Tutoriales, 2015).

Para la elaboración de sandalias de calidad y elegancia se requiere de un proceso de elaboración complejo, con la implementación de tecnología permitirá realizar constantes innovaciones para la realización de diferentes diseños representando colores étnicos de la cultura Quisapincha Por lo tanto las sandalias bordadas en cuero se pretenden plasmar diseños con colores.

El proceso de elaboración de sandalias se describe las etapas para la fabricación de sandalias. A continuación, se procede a describir cada uno de los procesos para la elaboración, seguidamente se realizará un diagrama de flujo de producción y finalmente un mapa de procesos.

1. Recepción de materia prima (5 min)

Para el proceso de elaboración de sandalias se iniciará con la recepción de materia prima como es cuero, forros, plantas, plantillas, hilos, hebillas y cintas.

2. Corte (24 min)

Se procede al control de los materiales que serán utilizados en el proceso del producto.

En esta etapa se recortan las suelas del cuero, plantas, plantillas y taloneras y el material trabajado se transporta a la sección de montaje.

Los materiales del cuero y forro se transportan manualmente a la sección de armado y la realización del bordado una vez cortado el cuero.

3. Armado (8 min)

Se integran los cortes de moldes se cosen y biselan los forros se ponen las aplicaciones de hebillas o adornos.

El tacón seleccionado en altura, ancho y estilo se forra con la misma piel de las sandalias en elaboración pegándole adecuadamente.

Las sandalias se transportan manualmente a la sección de pegados y suelas.

4. Terminado (6 min)

Los diseños se acomodan en la horma en la cual se centra y clava las suelas, desprendiendo el excedente de plantillas cuidando el entallar la piel a la horma y que no queden bolsas en las sandalias.

Se saca la horma de las sandalias se rebajan los fijos de los tacones, se pintan los filos del tacón se ponen las hebillas y se quitan los excedentes del forro y finalmente revisa si hay alguna falla para poder pulir.

5. Etiquetado (2 min)

Se procede a pegar la marca de nuestras sandalias

6. Empaque (2 min)

Las sandalias se empacan en cajas de presentación y se almacena.

7. Almacenamiento (5 min)

El almacenamiento se realizará en un lugar adecuado que se pueda tener el producto para su distribución.

Mapa de proceso

“Un mapa de procesos es un diagrama de valor que representa, a manera de inventario gráfico, los procesos de una organización en forma interrelacionada” (Conexionesan , 2016).

“Conjunto de los recursos y de las actividades, interrelacionadas, repetitivas y sistemáticas, mediante los cuales unas entradas se convierten en unas salidas o resultados” (Pardo , 2012, pág. 14).

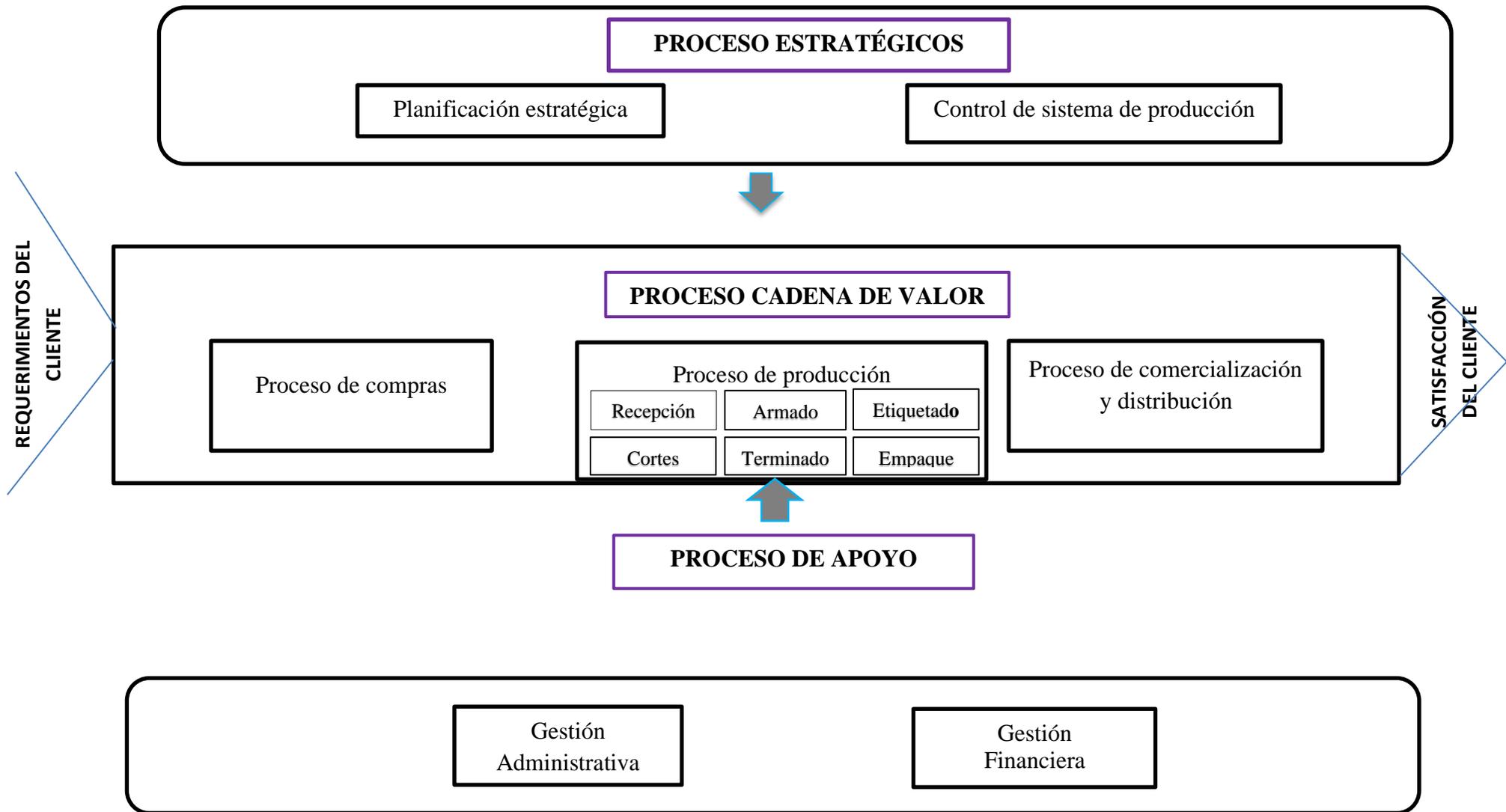


Gráfico 20. Mapa de procesos
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Flujograma del proceso productivo

Tabla 46. Simbología de diagrama de flujo

No	SÍMBOLO	REPRESENTA
1		Inicio
2		Actividad
3		Decisión
4		Almacenamiento
5		Atraso/Demora
6		Fin

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 47. Descripción de actividades para el proceso

ETAPAS	ACTIVIDAD	TIEMPO	FIGURA
Inicio	0. Inicio	0	Inicio
	1. Recepción de materia prima	5	Actividad
Recepción	2. Verificación de calidad de materia prima	5	Atraso/Demora
Corte	3. Cortar cuero, forros	3	Actividad
	4. Cortar Plantas y plantillas	3	Atraso/Demora
	5. Forrar, pegar, coser y moldear las plantas y plantillas	13	Actividad
Armado	6. Bordar el cuero dependiendo el diseño que se esté realizando (cintas, taloneras, moldes)	5	Decisión
	7. Pegar los talones y cintas en las plantillas.	8	Actividad
Terminado	8. Revisar las fallas y limpiar pegamentos	2	Atraso/Demora
	9. Poner las hebillas y adornos	4	Actividad
Etiquetado	10. Colocar la marca de la sandalia	2	Actividad
Empaque	11. Colocar las sandalias en la caja de presentación	2	Actividad
Almacenamiento	12. Almacenar el producto terminado	5	Almacenamiento
Fin	13. Fin	0	Fin

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

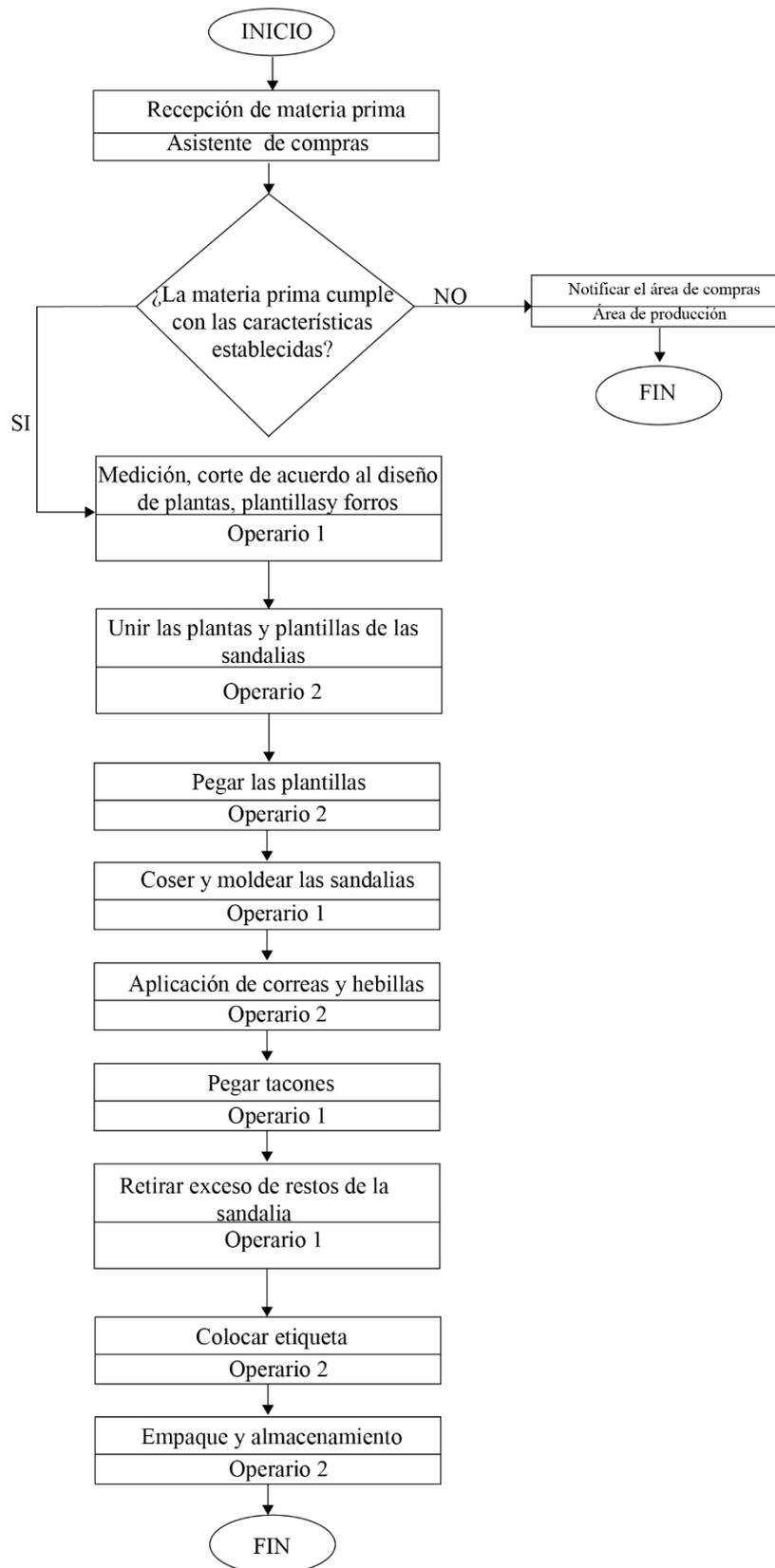


Gráfico 21: Flujograma de proceso de producción de sandalias
Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

Para la creación de una empresa es necesario contar con una infraestructura, equipos y personas que formaran parte de la organización.

La empresa se encuentra ubicada en Quisapincha parroquia rural del cantón Ambato, ubicada al noroccidente de la provincia.

Se escogió este lugar porque Quisapincha es uno de los lugares reconocidos dentro y fuera de la provincia por la producción y comercialización de artículos a base de cueros tales como chompas, billeteras, botas, zapatos entre otros. Además, Quisapincha cuenta con un gran potencial turístico por sus escenarios naturales de fauna y flora.



Imagen 6: Mapa ubicación de la empresa

Fuente: Google maps

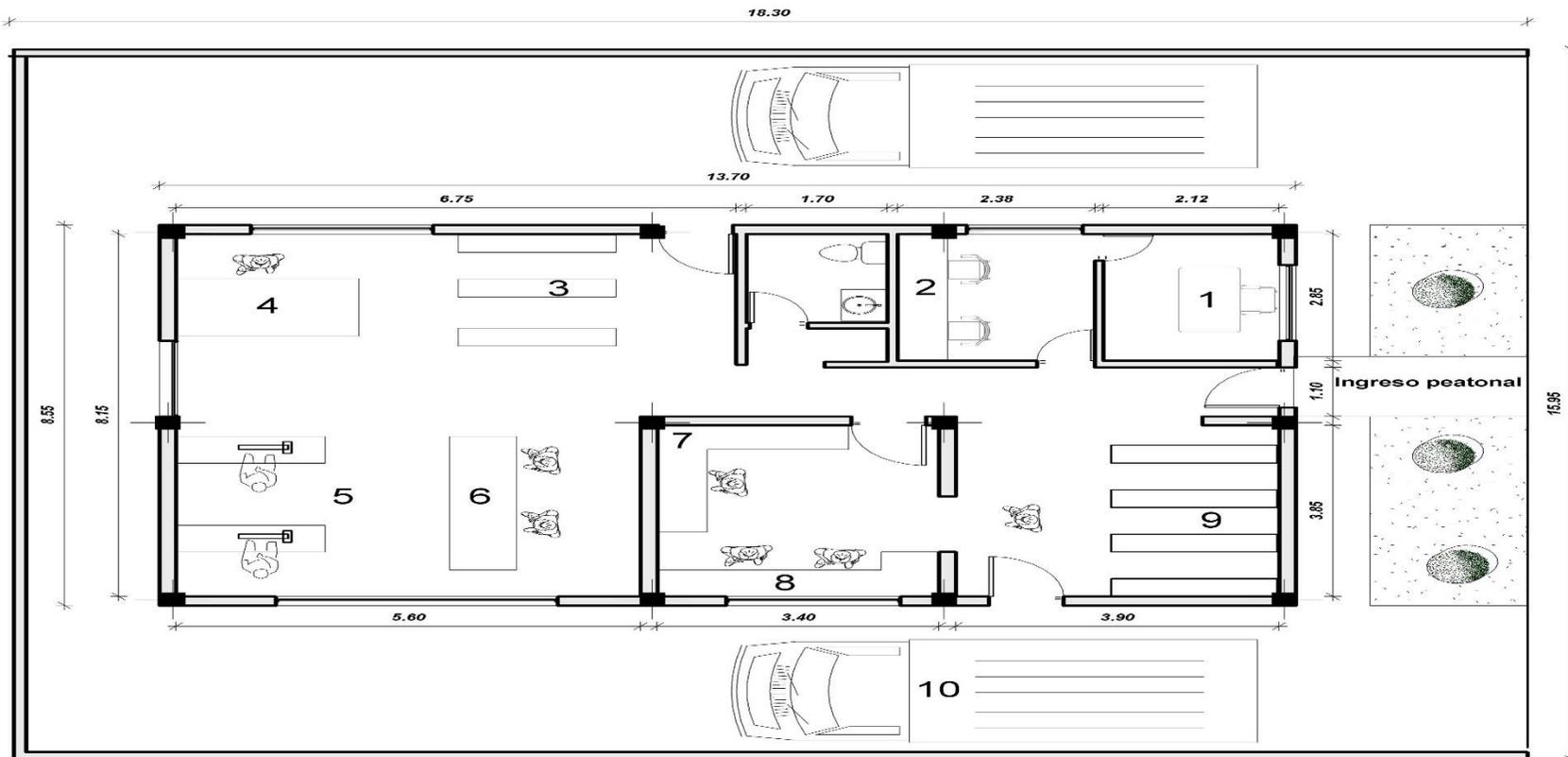
La empresa cuenta con instalaciones adecuadas para la producción de sandalias y para la administración de los recursos contando con equipos adecuados y tecnológicos. A continuación, en la siguiente tabla se detalla las dimensiones que tiene cada área mencionada en el plano:

Tabla 48. Descripción de cuadro de áreas

CUADRO DE ÁREAS	
AMBIENTE	MEDIDA M2
Área administrativa	16
Área materia prima	11
Área de corte	10
Área de confección	30
Área de control de calidad	18
Almacenamiento	18
Baño	4
Garaje	125
Área verde	8
AREA TOTAL	240 m2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)



1. Área administrativa
2. Área diseño digital
3. Área de recepción de materia prima
4. Área de corte
5. Área de confección
6. Área de pegado de suelas
7. Área de control de calidad
8. Área de empaquetado
9. Bodega
10. Garage

PLANTA ARQUITECTÓNICA

Esc: 1:100

Imagen 7: Distribución de planta
 Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Descripción de los equipos

A continuación, se detallará el proceso productivo, maquinaria, especificaciones técnicas y costos de las maquinarias que se utilizará para transformación de la materia prima al producto terminado.

Tabla 49. Descripción de los equipos y maquinaria

No	Actividad	Equipo	Especificaciones técnicas	Costos
1	Costura	Máquina para costura CI3000 204TI	Marca IVOM AQ (calcador + dente + angula), arremate, vitolas 10,50 mm, costura linchas 90 a 10, velocidad 1800 ppm.	4538,00
2	Plantillas	Máquina para costura plantilla CP4140 SE2	Producción horaria: 600 pares - La máquina preforma el par de plantillas y suelas al mismo tiempo - Sistema de posicionamiento lateral de las plantillas - Descarga de las plantillas con succión con ventosas - Presión ejercida por la máquina sobre cada matriz: kg. 32.000 - Motor: 4 hp - Consumo aire: litros 600 al minuto a 6 bares - Peso neto: 1.100 kg - Dimensiones de la máquina: cm 120 x 115 x 204h	7085,00
3	Pegado	Maquinaria aplacadora de pegamento	EM-ELB456.- maquina embarradora para aplicar pegamento en planta	4329,00
4	Cortes de moldes	Maquina universal de corte modelo 6240	Marca: Luzhong Machine Tool Estándar:2100x1150x1550mm	6.543,00
5	Bordado	Máquina para diseñar el bordado	HCH-PLUS-701-30	8.000,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Descripción de personas.

Para los tiempos y movimientos de producción establecidos se han considerado como ejemplo la elaboración de 16 pares diarios de sandalias trabajando con 2 operarios. Para realizar un par de sandalias se requiere de 54 minutos.

Tabla 50. Descripción de personas

Actividades	Tiempo (Minutos)	Número de personas	Horas hombres (Minutos)
Recepción de materia prima	5 min	Operario 1	5 min
Corte	8 min	Operario 1	8 min
Diseño	18 min	Operario 1	18 min
Armado	8 min	Operario 1	8 min
Terminado	6 min	Operario 1	6 min
Etiquetado	2 min	Operario 1	2 min
Empaque	2 min	Operario 1	2 min
Almacenamiento	5 min	Operario 1	5 min

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

2.2.3 Tecnología a aplicar

Una vez instalada la empresa e iniciada la actividad productiva se puede incrementar maquinaria para una mejor producción, optimización de recursos y presentación del producto; por lo que se estima adquirir en años posteriores maquinarias que ayude a realizar las sandalias automáticamente. A continuación, se detalle maquinarias a aplicar:

Tabla 51. Tecnología a aplicar

Maquinaria a aplicar	Descripción
Máquina de aparar	La misma nos permitirá ahorrar tiempo en coser plantillas, las taloneras y cintas.
Maquina Troqueladora	Permitirá hacer cualquier diseño y sus bordados serán al instante así poder optimizando el tiempo.
Máquina para etiquetado	El empleo de esta maquinaria permitirá plasmar las etiquetas en las plantillas al instante.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.3.1. Ritmo de producción

“El ritmo de producción asigna adecuadamente los recursos materiales, personas según la demanda de cada jornada de producción para actualización y ajuste” (Saldarriaga, 2017).

Tabla 52. Ritmo de producción

Actividad	Número de personas	Tiempo promedio		Tiempo normal		Ritmo de trabajo
		Minutos	Mensual	Minutos	Mensual	
Recepción de materia prima	Uno	5 min	100 min	4 min	80 min	20 días
Corte	Uno	6 min	120 min	5 min	100 min	20 días
Diseño	Uno	18 min	360 min	15 min	300 min	20 días
Armado	Uno	8 min	160 min	5 min	100 min	
Terminado	Uno	6 min	120 min	5 min	100 min	20 días
Etiquetado	Uno	2 min	40 min	2 min	40 min	
Empaque	Uno	2 min	40 min	3 min	60 min	20 días
Almacenamiento	Uno	5 min	100 min	5 min	100 min	20 días

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

De esta manera se determina en las ocho horas laborables se producirá 16 sandalias diarios, que al mes correspondería 320 pares mensuales.

Tabla 53. *Ritmo de producción (Diario, semanal, mensual, anual)*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (PARES)
Diaria	16
Semanal	80
Mensual	320
Anual	3840

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

2.3.2 Nivel de inventario promedio

“Es aquel nivel que permite satisfacer plenamente las necesidades de la empresa con la mínima inversión” (Rojas, 2017) .

Para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de sandalias, determinar el nivel de inventarios resulta fundamental ya que al identificar el número de días, unidades o porcentajes que se encuentra disponibles en bodega se podría proveer posibles ventas anticipadas que no se hayan planificado en un periodo de tiempo. Para poder cubrir la elaboración de 16 pares diarias que al mes sería 320 pares y al año 3840 unidades que corresponde al 35% con relación a la demanda insatisfecha al año que obtuvimos es de 82.577 para obtener este resultado se realizó una regla de tres con datos obtenidos al año.

Tabla 54. *Nivel de inventarios promedio*

Año	Unidades (Mensuales)	35% de mercado
2019	320	112

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

El stock de promedio mensual de producto terminado que se maneja “Natys Calzado” es de 112 pares que se tendrá en el inventario.

2.3.3. Números de trabajadores.

Para iniciar con la actividad empresarial es necesario conocer el personal que va a prestar sus servicios, a continuación, el detalle:

Tabla 55. *Número de trabajadores*

N°	Cargo	Funciones del cargo	Fijo	variable	Planta
1	Administrador	<ul style="list-style-type: none"> • Administrara los recursos de manera eficiente. • Revisar constantemente los libros contables. • Representa legal y administrativamente a la empresa. • Diseñar planificaciones estratégicas. • Delegar el respectivo presupuesto para la mejora de la empresa. 	X		
2	Operador	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el proceso de producción • Corta, diseñar y almacenar las sandalias. 			X
1	Jefe de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Inspeccionar a calidad de materia prima • Verificar en control de calidad 			X
1	Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer políticas de ventas • manejo de un control de cartera de clientes • Verificarlos requerimiento de los clientes • Brindar un excelente servicio 	X		
1	Secretaria	<ul style="list-style-type: none"> • Atender las llamadas • Organizar Reuniones 			X

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

“La capacidad de producción es el volumen de productos que puede generar una planta o empresa de manufactura en un período determinado, utilizando los recursos existentes actuales” (Corvo, 2018).

2.4.1. Capacidad de Producción Futura.

La capacidad de producción futura al año 2019 es de 3840 pares y para los siguientes años se emplea el indicador de la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.45%, y se tomara el 35% del mercado que la empresa podrá cubrir eficientemente y con calidad en sus procesos y producto terminado.

Tabla 56. *Capacidad de producción futura*

Años	Cantidad	35% de mercado
2019	3.840	1.344
2020	3.896	1.363
2021	3.952	1.383
2022	4.009	1.403
2023	4.068	1.424

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

La capacidad de producción está prevista para una elaboración promedio 16 pares de sandalias diarias, a un ritmo de trabajo de lunes a viernes, con una jornada laboral de ocho horas diarias y veinte días al mes. La producción estimada a futuro es tomar como dato referencial la cantidad de 3.840 pares que se producirá y se proyecta con el indicador de la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.45% y con el 35% de mercado para satisfacer la demanda potencial insatisfecha.

2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.5.1. Especificación de materia prima y grados de sustitución que pueden presentar.

Tabla 57. *Grado de sustitución*

MATERIA PRIMA	IMPORTANCIA DE INSUMO	GRADO DE SUSTITUCION	PROVEEDOR
Para la elaboración de las sandalias, el material sustituto sería la Cuerina	Su Fibras naturales o sintéticas de tela cubiertos de PVC o poliuretano (PU); trazos de cuero viejo. Su duración es de 5 a 6 años	El grado de sustituto es alto, debido a que la Cuerina es más barata que el cuero de animal.	Curtiembre Quisapincha Importadora Amalusa

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

2.6. CALIDAD

Para los autores González & Arciniegas (2015)

La calidad no se decreta, la calidad se crea y se produce. En el mejor de los casos la aplicación de las normas ISO 9000 y el establecimiento de un sistema de calidad basado en las mismas, puede servir como una guía o un medio de control de la calidad establecida o simplemente, para asegurarle al comprador del producto o servicio que este ha sido producido o que se está prestando el servicio con procesos, sistemas y procedimientos previamente controlados, lo que obviamente no garantiza en ningún momento un producto o servicio final de calidad.

2.6.1. Método de Control de Calidad.

Para la aplicación de control de calidad se realizará los métodos del listado de verificación o conocido como Check List y el diagrama de Pareto, para el control del proceso de producción de las sandalias.

LISTA DE VERIFICACIÓN

“Los listados de control, listados de chequeo, checklist es una herramienta de ayuda en el trabajo que se diseña para reducir los errores y controlar el cumplimiento de un listado de requisitos o recolectar datos ordenadamente y de manera sistemática” (ISOtools, 2018).

Tabla 58. Método de control lista de verificación

EMPRESA: CALZADO NATY'S

Producto: Sandalias

Fecha de inicio: 08/05/2019

Fecha de fin: 13/05/2019

Inspector/a: Diana Masaquiza

DEFECTOS	FRECUENCIA
Costura torcida	12
Corte descentrado	9
Talones desiguales	8
Plantillas manchadas	6
Forros manchados	5
Defectuosos hilos para el bordado	5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

MÉTODO DE CONTROL DE CALIDAD DIAGRAMA DE PARETO

Según el autor Hurtado S, (2018)

El diagrama de Pareto es una herramienta que ayuda a encontrar errores o problemas en el desarrollo de soluciones. El principal objetivo es reducir las pérdidas causadas por productos defectuosos. Pero eso no quiere decir que la herramienta se centre en encontrar las causas de los problemas, pero en hacer los problemas visibles.

Tabla 59. Método de control de calidad Diagrama de Pareto

DEFECTOS	FRECUENCIA DE OCURRENCIA		%		80-20
	OCURRENCIA	ACUMULADA	ACUMULADO	%	
Costura torcida	12	29%	12	29%	80%
Corte descentrado	9	21%	21	50%	80%
Talones desiguales	8	19%	29	69%	80%
Plantillas manchadas	6	14%	35	83%	80%
Forros manchados	5	12%	40	95%	80%
Defectuosos hilos para bordar	2	5%	42	100%	80%
TOTAL	42	100%			

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

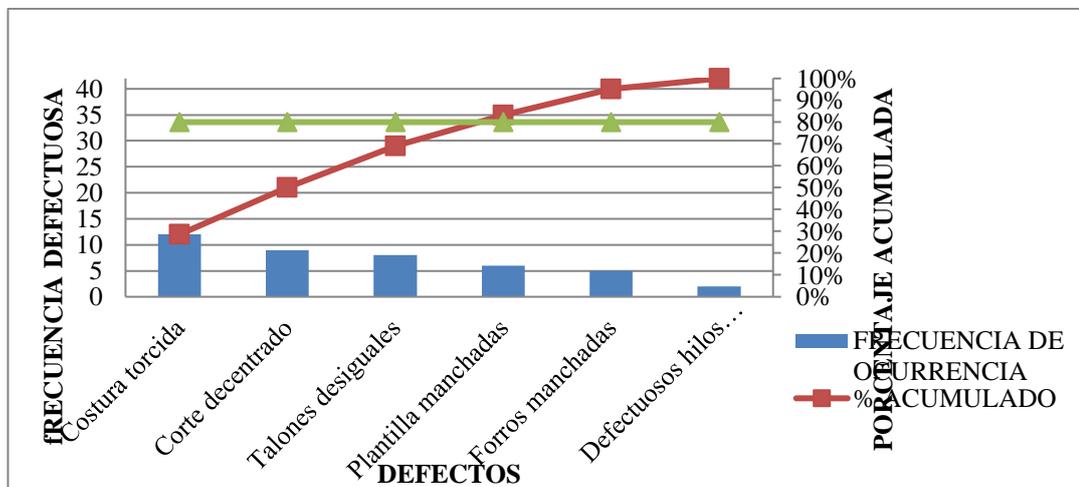


Gráfico 21. Diagrama de Pareto

Fuente: Elaboración propia

Luego de aplicar el diagrama de Pareto en el proceso de producción de sandalias, se pudo determinar que el 80% de los problemas en el proceso de fabricación se deben a los siguientes defectos: Costura torcida, corte decentrado, talones desiguales; porque se debería dar un seguimiento o un control adecuada al realizar estas actividades. Evaluar al empleado en cuales de estas actividades ya

mencionada es su mayor problema y capacitarlos con el objetivo de disminuir estos inconvenientes que están ocasionando pérdidas para la empresa.

2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional

Según el Decreto Ejecutivo 2393 manifiesta el reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo (2019).

Normativas de Seguridad

Art. 2.- Seguridad e higiene del trabajo.

Existirá un Comité Interinstitucional de Seguridad e Higiene del Trabajo que tendrá como función principal coordinar las acciones ejecutivas de todos los organismos del sector público con atribuciones en materia de prevención de riesgos del trabajo; cumplir con las atribuciones que le señalen las leyes y reglamentos; y, en particular, ejecutar y vigilar el cumplimiento del presente Reglamento. Para ello, todos los Organismos antes referidos se someterán a las directrices del Comité Interinstitucional.

Art. 18.- Seguridad en el proyecto. - La construcción, reforma o modificación sustancial que se realicen en el futuro de cualquier centro de trabajo, deberá acomodarse a las prescripciones de la Ley y del presente Reglamento. Los Municipios de la República, al aprobar los planos, deberán exigir que se cumpla con tales disposiciones.

Art. 21.- Seguridad estructural.

1. Todos los edificios, tanto permanentes como provisionales, serán de construcción sólida, para evitar riesgos de desplome.
2. Los cimientos, pisos y demás elementos de los edificios ofrecerán resistencia suficiente para sostener con seguridad las cargas a que serán sometidos.
3. En los locales que deban sostener pesos importantes, se indicará por medio de rótulos o inscripciones visibles.

Art. 34.- Limpieza de locales: los locales de trabajo y dependencias anexas deberán mantenerse siempre en buen estado de limpieza.

Art. 159.- Los extintores se usarán donde exista probabilidad de incendio y el extintor a utilizar es la clase A.

Normativa de medio ambiente y riesgos laborales por factores físicos, químicos y biológicos.

Art. 53. Condiciones generales ambientales: ventilación, temperatura y humedad.

1. En los locales de trabajo y sus anexos se procurará mantener, por medios naturales o artificiales, condiciones atmosféricas que aseguren un ambiente cómodo y saludable para los trabajadores.
2. En los locales de trabajo cerrados el suministro de aire fresco y limpio por hora y trabajador será por lo menos de 30 metros cúbicos, salvo que se efectúe una renovación total del aire no inferior a 6 veces por hora.
3. La circulación de aire en locales cerrados se procurará acondicionar de modo que los trabajadores no estén expuestos a corrientes molestas y que la velocidad no sea superior a 15 metros por minuto a temperatura normal, ni de 45 metros por minuto en ambientes calurosos.

Art. 11.- Obligaciones de los empleadores. - Son obligaciones generales de los personeros de las entidades y empresas públicas y privadas, las siguientes:

1. Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.
2. Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
3. Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.
4. Organizar y facilitar los Servicios Médicos, Comités y Departamentos de Seguridad, con sujeción a las normas legales vigentes.
5. Entregar gratuitamente a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios.
6. Efectuar reconocimientos médicos periódicos de los trabajadores en actividades peligrosas.
7. (Agregado inc. 2 por el Art. 3 del D.E. 4217, R.O. 997, 10-VIII-88) Cuando un trabajador, como consecuencia del trabajo, sufre lesiones o puede contraer enfermedad profesional, dentro de la práctica de su actividad laboral ordinaria, según dictamen de la Comisión de Evaluaciones de Incapacidad del IESS o del facultativo del Ministerio de Trabajo, para no afiliados, el patrono deberá ubicarlo en otra sección de la empresa, previo consentimiento del trabajador y sin mengua a su remuneración.
8. Especificar en el Reglamento Interno de Seguridad e Higiene, las facultades y deberes del personal directivo, técnicos y mandos medios, en orden a la prevención de los riesgos de trabajo.
9. Instruir sobre los riesgos de los diferentes puestos de trabajo y la forma y métodos para prevenirlos, al personal que ingresa a laborar en la empresa.

10. Dar formación en materia de prevención de riesgos, al personal de la empresa, con especial atención a los directivos técnicos y mandos medios, a través de cursos regulares y periódicos.

11. Adoptar las medidas necesarias para el cumplimiento de las recomendaciones dadas por el Comité de Seguridad e Higiene, Servicios Médicos o Servicios de Seguridad.

12. Proveer a los representantes de los trabajadores de un ejemplar del presente Reglamento y de cuantas normas relativas a prevención de riesgos se apliquen en el ámbito de la empresa.

13. Facilitar durante las horas de trabajo la realización de inspecciones, en esta materia, tanto a cargo de las autoridades administrativas como de los órganos internos de la empresa.

14. Dar aviso inmediato a las autoridades de trabajo y al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, de los accidentes y enfermedades profesionales ocurridas en sus centros de trabajo y entregar una copia al Comité de Seguridad e Higiene Industrial.

15. Comunicar al Comité de Seguridad e Higiene, todos los informes que reciban respecto a la prevención de riesgos.

Además de las que se señalen en los respectivos Reglamentos Internos de Seguridad e Higiene de cada empresa, son obligaciones generales del personal directivo de la empresa las siguientes:

1. Instruir al personal a su cargo sobre los riesgos específicos de los distintos puestos de trabajo y las medidas de prevención a adoptar.

2. Prohibir o paralizar los trabajos en los que se adviertan riesgos inminentes de accidentes, cuando no sea posible el empleo de los medios adecuados para evitarlos. Tomada tal iniciativa, la comunicarán de inmediato a su superior jerárquico, quien asumirá la responsabilidad de la decisión que en definitiva se adopte.

Art. 13.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES.

1. Participar en el control de desastres, prevención de riesgos y mantenimiento de la higiene en los locales de trabajo cumpliendo las normas vigentes.

2. Asistir a los cursos sobre control de desastres, prevención de riesgos, salvamento y socorrismo programados por la empresa u organismos especializados del sector público.

3. Usar correctamente los medios de protección personal y colectiva proporcionados por la empresa y cuidar de su conservación.

4. Informar al empleador de las averías y riesgos que puedan ocasionar accidentes de trabajo. Si éste no adoptase las medidas pertinentes, comunicar a la Autoridad Laboral competente a fin de que adopte las medidas adecuadas y oportunas.

5. Cuidar de su higiene personal, para prevenir al contagio de enfermedades y someterse a los reconocimientos médicos periódicos programados por la empresa.

6. No introducir bebidas alcohólicas ni otras sustancias tóxicas a los centros de trabajo, ni presentarse o permanecer en los mismos en estado de embriaguez o bajo los efectos de dichas sustancias.

7. Colaborar en la investigación de los accidentes que hayan presenciado o de los que tengan conocimiento. 8. (Agregado por el Art. 4 del D.E. 4217, R.O. 997, 10-VIII-88) Acatar en concordancia con el Art. 11, numeral siete del presente Reglamento las indicaciones contenidas en los dictámenes emitidos por la Comisión de Evaluación de las Incapacidades del IESS, sobre cambio temporal o definitivo en las tareas o actividades que pueden agravar las lesiones o enfermedades adquiridas dentro de la propia empresa, o anteriormente (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2012).

2.6.2. Permisos para el funcionamiento de la empresa

RUC

Servicio de Rentas Internas (2018)

- Copia de la cedula de ciudadanía, papeleta de votación
- Copia del nombramiento del representante legal
- Copia de los estatutos de constitución de la empresa
- Llenar el formulario 01 del RUC (p.1)

Patente municipal

GAD Municipal de Ambato (2018)

- Copia de la cedula y papeleta de votación
- Copia del RUC
- Llenar el formulario de declaración inicial de actividad económica (p.1)

Uso de suelo

GAD Municipal de Ambato (2018)

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde
- Dirección
- Número de teléfono
- Nombre del negocio
- Actividad del negocio
- Croquis

- Copia de RUC (p.1)

Calificación patronal IESS

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (2018)

- Copia de la cedula y papeleta de votación
- Copia del RUC
- Copia de la cedula de identidad de los colaboradores
- Llenar formulario de inscripción patronal (p.1)

Certificado del Cuerpo de Bomberos

Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato EP (2018)

- Copia de RUC
- Inspección a la empresa
- Normas de salud
- Pago del impuesto predial
- Copia de pago de planilla de servicios básicos
- Copia del uso de suelo
- Croquis de ubicación de la empresa (p.1)

CAPITULO III

3. ÁREA DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN

3.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

- Establecer la misión y visión de la empresa calzados Natys
- Definir la estructura organizacional de la empresa

3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICOS Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.2.1. Visión de la empresa

La visión de la empresa se define como: “El camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad” (Fleitman , 2000).

- Ser una empresa productora de sandalias bordadas en cuero en la provincia de Tungurahua.

3.2.2. Misión de la empresa

“La Misión de una empresa describe la actividad, dicha identidad es clave en la organización para el logro de su visión, que son las metas o logros que constituyen la razón de ser de la empresa” (Florido , 2017).

- Innovación de sandalias bordadas en cuero que identifiquen a cada uno de los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua, con diseños innovadores, con calidad, comodidad y precios accesibles a nuestros clientes.

3.2.3. Objetivos y estrategia

Estrategia se define como: “Es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar” (Mintzberg & James , 1991).

Los datos para la elaboración del mapa estratégico fueron tomados de la matriz FODA

Ubicada en el área de marketing capítulo I.

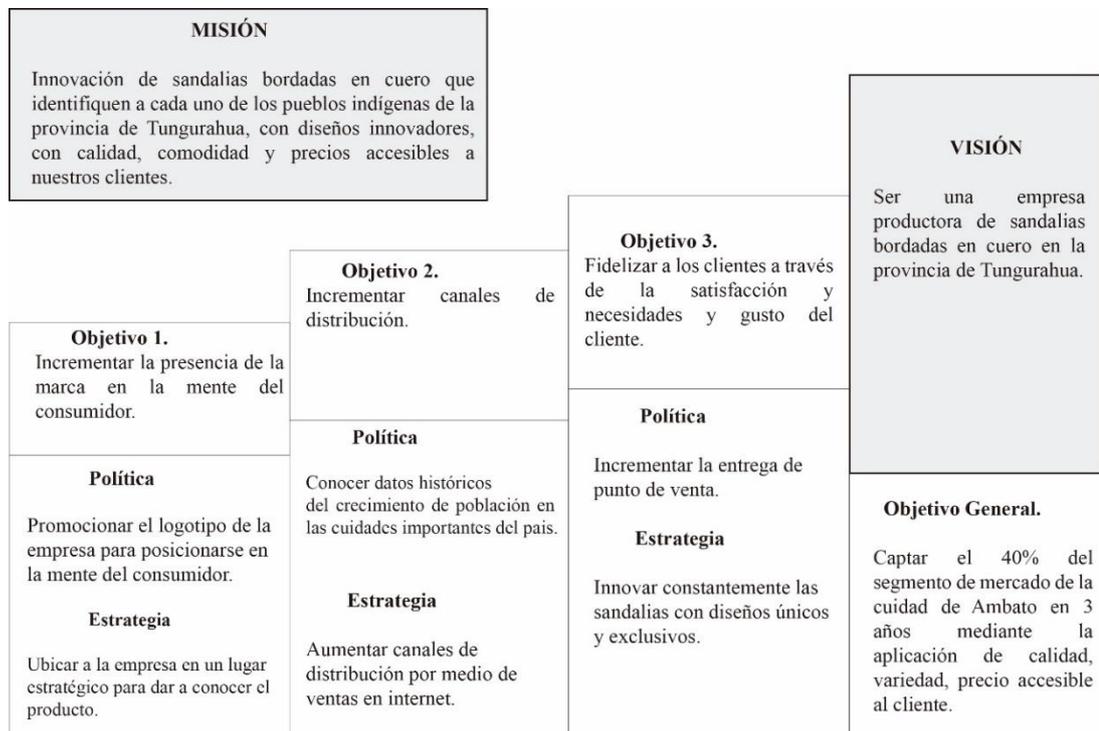


Gráfico 22: Objetivo estratégicos
Fuente: Plan estratégico tabla N° 37
Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

“El organigrama estructural presenta las dependencias que integran un organismo en sus relaciones jerárquicas” (Mercado, 2004, pág. 331).

“Organigrama funcional presente, como el estructural, los órganos y las relaciones jerárquicas que integran una dependencia, pero, además, proporciona una relación de las funciones de cada uno de dichos órganos” (Mercado, 2004, pág. 331).

3.2.1 Organización Interna.

Empresa Naty's Calzado Organigrama estructural

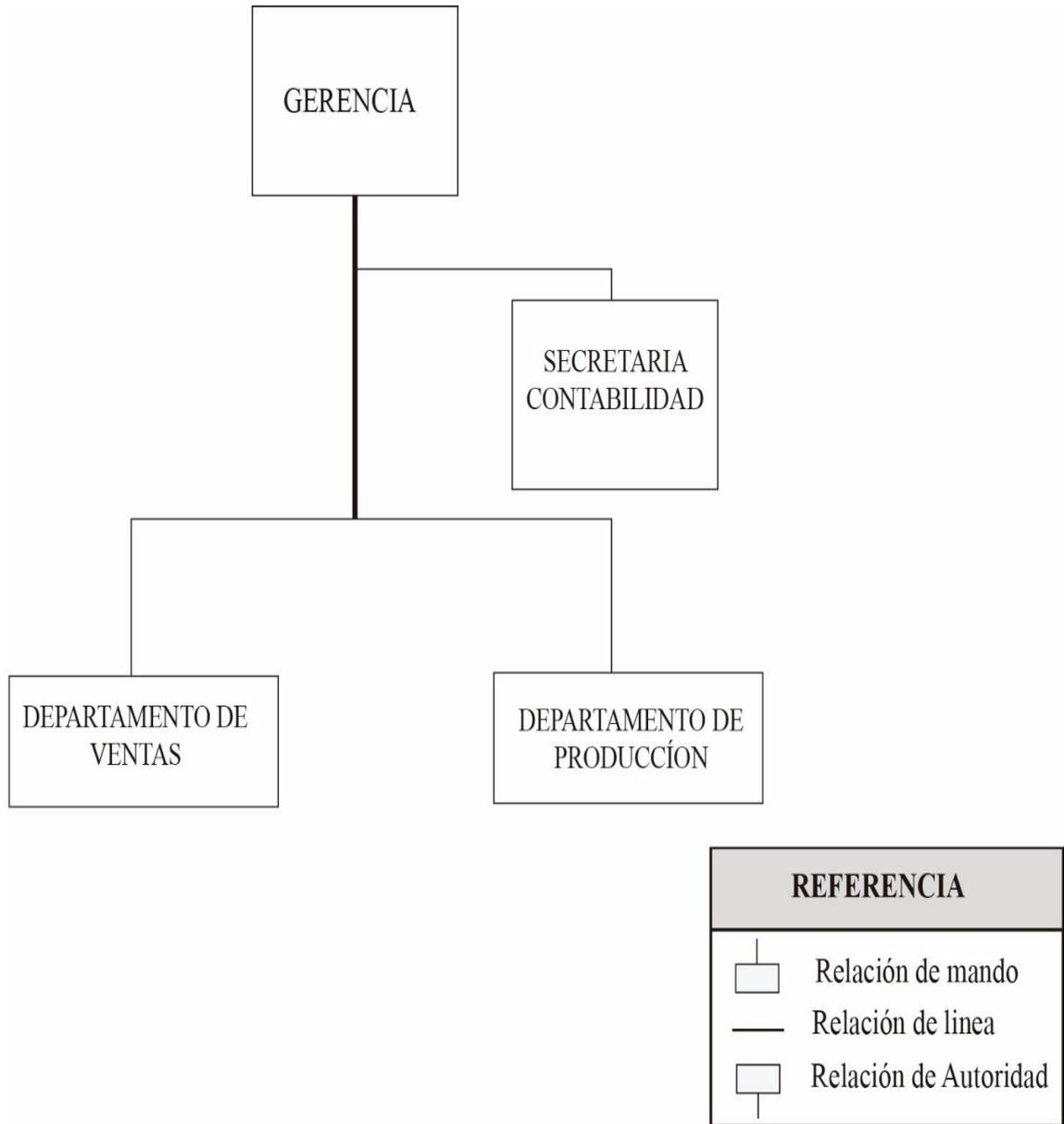


Gráfico 23: Organigrama Estructural
Fuente: Elaboración propia

Empresa Naty's Calzado Organigrama funcional

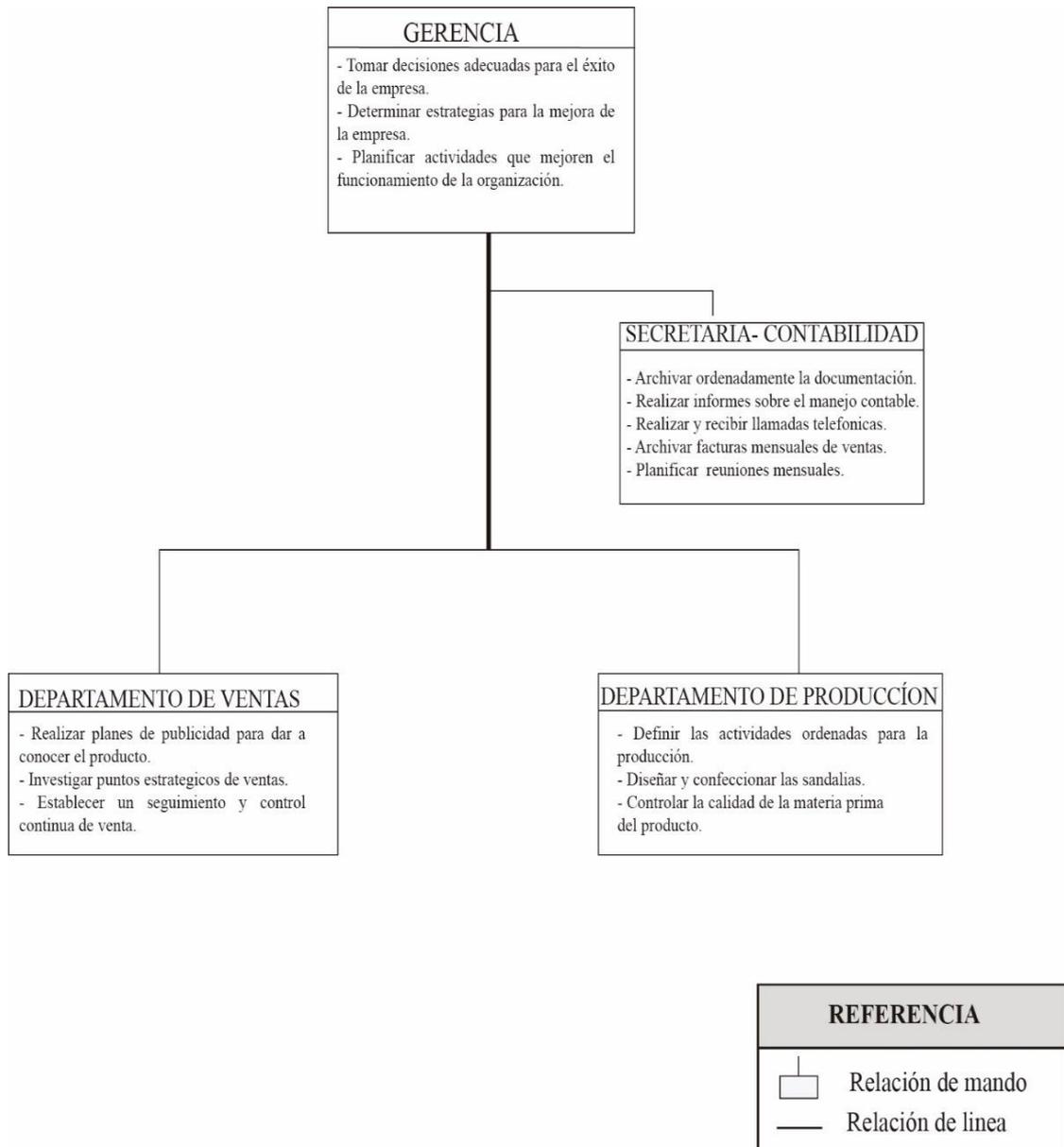


Gráfico 24: Organigrama funcional
Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Descripción de puestos

Según el autor Pérez O, (2015) La descripción de puestos define como:

Una herramienta utilizada en el área de capital humano que consiste en enlistar y definir las funciones y responsabilidades que conforman cada uno de los puestos laborales incluidos en la estructura organizacional de la empresa y detallando la misión y el objetivo que cumplen de acuerdo con la estrategia de la compañía.

Tabla 60. Descripción de puestos del gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Gerente
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Ninguno
SUPERVISA A	Jefes departamentales
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Planificar, Organizar, dirigir y controlar el proceso administrativo garantizando la gestión adecuada de los recursos de la empresa.	
Plazo Fijo	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Cumplir con las disposiciones, políticas, reglamentos y estatutos de la empresa• Planificar planes de trabajo y tomar decisiones• Analizar los costos, gastos y precios que incurre en la producción.• Dirigir y controlar el desempeño de las áreas de todas la empresa.• Verificar el buen funcionamiento de la empresa.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniero en Administración de Empresas, Finanzas, Contabilidad, Marketing, Talento humano o afines.
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años de experiencia.
HABILIDADES	Poseer liderazgo, facilidad de palabra, habilidad de toma de decisiones, creatividad, intuición, trabajo en equipo, capacidad de planificar.
FORMACIÓN	Tercer nivel de formación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 61. Descripción de puestos secretaria

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Secretaria
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Jefes departamentales
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Asistir al gerente general en todas las actividades administrativas de la organización.	
Plazo Fijo	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Tomar notas o apuntes de las indicaciones que le entregue el gerente• Recibir la documentación que llega a la empresa.• Atender proveedores y clientes, en forma personal o vía telefónica• Realizar oficios, certificados y otros documentos empresariales.• Confirmar de citas y reuniones agendadas con anterioridad.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Estudios de carreras universitarias en administración de empresas, marketing.
EXPERIENCIA	Mínimo 1 año en cargos similares.
HABILIDADES	Trabajar bajo presión, atención al cliente, digitación rápida de documentos y seguir puntualmente un calendario preestablecido de actividades.
FORMACIÓN	Manejo intermedio de paquete office para gestión de actividades, cursos de atención al cliente y conocimientos de inglés (dominio medio).

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 62. Descripción de puestos Jefe de Ventas

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Vendedor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Área de ventas
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Coordinar las actividades de ventas en base a estrategias y promociones del producto con el fin de alcanzar los objetivos organizacionales. Plazo Fijo	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Establecer políticas de ventas y manejo de un control de cartera de clientes.• Atender de manera personalizada a los clientes.• Llevar el registro de inventarios existente en el almacén.• Comunicar sobre las promociones y servicios que ofrece la empresa.• Atender y dar solución a problemas que surjan al momento de la venta.• Establecer relaciones interpersonales con puntos de ventas estratégicas	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniero en Administración de empresas Marketing, Mercadeo o fines al cargo.
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en el campo
HABILIDADES	Trabajo bajo presión, atención al cliente, creativo, buena comunicación y eficiencia.
FORMACIÓN	Tercer Nivel de formación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 63. Descripción de puestos Jefe de Producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Jefe de Producción
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Área de producción
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Controlar los procesos operativos y estándares de calidad de la producción de sandalias conforme a la demanda.	
Plazo Fijo	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Planificar las actividades de producción.• Organizar la materia prima acorde a las necesidades de la empresa.• Planificar el inventario de las materias primas e insumos de la producción.• Realizar mantenimiento preventivo de la maquinaria y equipos.• Solucionar problemas que se ocasionen dentro de la planta.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Bachiller o conocimientos en corte y aparado.
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años.
HABILIDADES	Trabajar bajo presión, criterios para plantear posibles soluciones, destreza en aparado de calzado.
FORMACIÓN	Bachiller

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 64. Descripción de puestos Operario

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Operario
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Área de producción
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Realizar las actividades operativas, mediante el uso adecuado de los recursos para crear un producto de calidad.	
Plazo Fijo	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Controlar el cumplimiento de las actividades de producción.• Inspeccionar el uso de la materia prima e insumos.• Realizar evaluaciones mensuales sobre el cumplimiento de las actividades a realizarse.• Mantener a la maquinaria en óptimas condiciones.• Solucionar de manera pronta los paros inesperados de la producción.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Ciclo Básico, Bachiller
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en cargos similares.
HABILIDADES	Trabajar bajo presión, creatividad, conocimiento del manejo de maquinaria.
FORMACIÓN	Conocimiento del área de producción en general, sastre.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

3.3.1 Indicadores de gestión

Tabla 65. Indicadores de gestión

Área	Indicador	Fórmula	Interpretación
Producción	Calidad	$(\text{Número de inconformidades} / \text{número de pedidos entregados}) * 100$	Desconcierto del producto final.
Ventas	Reclamos	$(\text{Número de actividades realizadas} / \text{número de actividades programadas}) * 100$	Buzón de quejas
Gerencia	Formación	$(\text{Número de capacitaciones programadas} / \text{número de capacitaciones realizadas}) * 100$	Capacitaciones decretadas.
Secretaría	Evaluación	$(\text{Número de capacitaciones evaluadas satisfactoriamente} / \text{total de personas capacitadas}) * 100$	Evaluación de capacitaciones.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

3.4 NECESIDADES DE PERSONAL

La empresa para el 2019 se tiene pronosticado la producción estimada a futuro es tomar como dato referencial la cantidad de 3.840 pares que se producirá y se proyecta con el indicador de la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.45% y con el 30% de mercado para satisfacer la demanda potencial insatisfecha. Según la producción y avance se determinará el personal, por lo que se estima el siguiente:

Tabla 66. *Necesidades de personal*

Años	Departamentos		
	Producción	Ventas	Financiero
2019	1	1	1
2020	2	1	1
2021	2	2	1
2022	3	2	1
2023	3	2	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

CAPITULO IV

4. AREA JURIDICO LEGAL

4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL

- Determinar la forma jurídica con que inicia la empresa
- Establecer las patentes o requisitos previos al funcionamiento de la empresa

4.2 Determinación de la forma jurídica

La empresa será determinada como Unipersonal por lo que será único propietario – gerente

Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada

Según Revista Judicial (2014)

Última actualización: miércoles 17 de julio del 2013 / 11:00

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

Para la constitución y subsistencia de una Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, se requiere de un socio exclusivamente, quien se llama “gerente propietario”. La empresa unipersonal de responsabilidad limitada es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

Responsabilidad Patrimonial

El gerente propietario de la empresa unipersonal únicamente será responsable con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa, en los siguientes casos:

- Si dispusiere en provecho propio de bienes o fondos de la empresa que no correspondan a utilidades líquidas y realizadas, según los correspondientes estados financieros;
- Si la empresa desarrollare o hubiere desarrollado actividades prohibidas o ajenas a su objeto;
- Si el dinero aportado al capital de la empresa no hubiere ingresado efectivamente en el patrimonio de ésta;
- Cuando la quiebra de la empresa hubiere sido calificada por el juez como fraudulenta;
- Si el gerente-propietario de la empresa, al celebrar un acto o contrato, no especificare que lo hace a nombre de la misma;
- Si la empresa realizare operaciones antes de su inscripción en el Registro Mercantil, a menos que se hubiere declarado en el acto o contrato respectivo, que se actúa para una empresa unipersonal de responsabilidad limitada en proceso de formación;
- Si en los documentos propios de la empresa se manifestare con la firma del gerente-propietario que la empresa tiene un capital superior al que realmente posee.

La empresa unipersonal debe contar con una denominación social específica que deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L.

Objeto Social de la Empresa

El objeto social de la empresa comprenderá exclusivamente, una sola actividad empresarial y no podrá realizar ninguna de las siguientes actividades:

- a) Bancarias;
- b) De seguros;
- c) De capitalización y ahorro;
- d) De mutualismo;
- e) De cambio de moneda extranjera;
- f) De mandato e intermediación financiera;
- g) De emisión de tarjetas de crédito de circulación general;
- h) De emisión de cheques viajeros;
- i) De financiación o de compra de cartera;
- j) De arrendamiento mercantil;
- k) De fideicomiso mercantil;
- l) De afianzamiento o garantía de obligaciones ajenas;
- m) De captación de dineros de terceros; y,
- n) De ninguna de las actividades a que se refieren las leyes de: Mercado de Valores; General de Instituciones del Sistema Financiero; de Seguros; y, Ni las que requieran por ley de otras figuras societarias.

El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma; sin embargo, para constituir este tipo de empresa, este capital asignado mínimo no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general (366.00 USD.), por diez.

Al momento de la constitución debe depositarse la totalidad del capital asignado en una cuenta bancaria de integración de capital a nombre de la futura compañía. El banco conferirá un certificado que acredite el depósito antedicho, el mismo que deberá agregarse como documento habilitante a la escritura pública que contenga el respectivo acto constitutivo.

Procedimiento de Constitución

- Para la creación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada deben cumplirse los siguientes pasos:
- Obtención de la reserva del nombre de la empresa, ante la Superintendencia de Compañías.
- Apertura de la cuenta de integración de capital a nombre de la futura empresa. El banco deberá conferir un certificado que acredite el depósito efectuado, mismo que debe agregarse como documento habilitante a la escritura pública de constitución.
- Escritura de constitución de la empresa, otorgada por el gerente propietario, ante notario público.
- Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.
- Una vez revisada, si hubiere cumplido todos los requisitos legales, el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.
- Dentro del plazo de veinte días contados desde la publicación del extracto, cualquier persona que se considere perjudicada por la constitución de la empresa, podrá oponerse fundamentalmente a la misma ante el mismo juez que ordenó la publicación.
- Vencido este plazo, si no existieren oposiciones por parte de terceros, el juez aprobará la constitución y ordenará su inscripción en el Registro Mercantil del cantón del domicilio principal de la misma. Si la empresa fuere a tener sucursales, la inscripción antedicha también se practicará en el o los cantones en que tales sucursales fueren a operar.4.2.

4.3 Patentes y Marcas

Según (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales , 2017) para registrar la marca del producto se necesita:

- Búsqueda fonética
- Apertura de casillero virtual.
- Presentación de solicitud en el sistema en línea.
- Pago de tasa de solicitud de registro correspondiente al valor de \$208.00.
- Examen de forma: en el mismo se verifica que se ha cumplido con todos los requisitos necesarios para la publicación de la marca solicitada en gaceta. Entiéndase por requisitos a los siguientes: poder en el caso de que un tercero autorizado solicite la marca, nombramiento de Representante Legal en el caso de personas jurídicas que presenten la solicitud sin un apoderado, naturaleza del signo, tipo de signo, etc.
- Publicación de la marca solicitada en la Gaceta de Propiedad Industrial: esta publicación sirve para que terceros que se crean afectados por el posible registro de la marca solicitada presenten oposición, en el caso de que el signo tenga algún parecido con su marca registrada.
- Oposición: Dentro del término de treinta días hábiles siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés podrá presentar oposiciones fundamentadas
- Examen de registrabilidad: en caso de que no exista oposición, se efectúa el examen de registrabilidad en el cual se resuelve aceptar o rechazarla marca.
- Emisión del título (siempre y cuando la marca haya sido concedida).

Tasas por registro de marca:

- Solicitud de marca, nombre comercial, lema comercial, apariencia distintiva: \$ 208.00
- Solicitud de marcas colectivas y marcas de certificación: \$ 400.00
- Solicitud de denominaciones de origen: gratuito
- Registro de marca tridimensional USD\$ 1002.00

Para realizar la búsqueda fonética se necesita.

- Realizar la búsqueda fonética de denominación (Este trámite dura 5 días hábiles). Para el efecto se debe presentar una carta o enviar un correo electrónico en el que detalle la denominación cuya búsqueda va a solicitar.
- Informe de búsqueda general de Signo Distintivo
- Informe de búsqueda especial con base en cualquiera de los siguientes criterios: titular, clase internacional, año de registro y solicitudes en trámite en determinado período (por cada signo distintivo encontrado)
- Copia a color de la cédula y papeleta de votación del propietario del negocio. 5. Copia a color del RUC 6. Comprobante del pago en la cuenta del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

Proceso de las solicitudes en línea para registrar una marca.

1. Ingrese a la página de www.propiedadintelectual.gob.ec
2. Seleccione la pestaña Programas/Servicios del menú principal
3. Ingrese a la opción solicitudes en línea
4. La aplicación le preguntará si usted posee Casillero Virtual del IEPI. (Si cuenta con un casillero ya registrado, ingrese los datos respectivos, caso contrario sírvase acceder al link adjunto y cree su casillero).
5. Ingresar a la opción Mi Casillero
6. Introducir al usuario y contraseña recibidos en el mensaje de correo antes mencionado.
7. Seleccione el tipo de solicitud que desee ingresar
8. Ingresar la información requerida considerando los campos obligatorios. Toda la información para registrar debe ser clara y bajo los formatos establecidos en el formulario, la información ingresada por usted es la que será registrada en su trámite.
9. Una vez completa la información, generar la vista previa de la solicitud.
10. Generar comprobante de pago.
11. Imprimir el comprobante de pago y acercarse a cualquier agencia del Banco del Pacífico para realizar el pago.
12. Ingresar el número de Depósito / Comprobante / CUR que se encuentre registrado en el comprobante de pago.
13. Escanear el comprobante de pago y adjuntarlo en formato PDF.
14. Una vez que usted inicia el proceso, el sistema automáticamente le asignará un número de trámite (expediente y otorgará la fecha y hora de recepción del mismo. (Esto se considerará para la prioridad del trámite), por lo que, deberá verificar la consistencia de dichos datos.
15. Usted podrá verificar el estado de la solicitud remitida en la parte superior de su buzón electrónico, al ingresar a la opción Solicitudes en Línea del portal www.propiedadintelectual.gob.ec.

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Según (Servicio de Rentas Internas , 2019) para generales la identificación del contribuyente de la sociedad en inscripción al RUC:

- Original de cedula de identidad del representante legal
- Original y copia para inscripción pasaporte ecuatoriano del representante legal
- Original de certificado de votación del representante legal
- Código CUEN (Código Único Eléctrico Nacional)
- Original de factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono
- Copia simple de factura o estados de cuenta de otros servicios
- Copia simple de comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural

- Copia a excepción de las certificaciones de cualquier entidad pública: contrato de servicios básicos, orden de instalación de cualquier medidor o línea telefónica fija, llena y firmada por la persona que realizó la inspección de la dirección
- Copia simple de contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato
- Copia simple de contrato de concesión comercial
- Original de certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros
- Copia simple de estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito
- Copia simple de patente Municipal, permiso de Bomberos
- Original de certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio
- Copia simple de escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad

La patente, permisos, uso de suelo y derechos de fabricación municipales se necesitan los siguientes:

- Formulario de declaración inicial de la actividad económica
- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal.
- Copia del RUC
- Copia del contrato de arrendamiento o escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad

Permisos:

- Pago del predio
- Copia del RUC
- Croquis en donde está ubicada le empresa
- Informe de inspección del cuerpo de bomberos
- Permiso de uso de suelo

Uso de suelo:

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde (debe constar dirección, número de teléfono celular, nombre del negocio, actividad del negocio, croquis al reverso.)
- Copia del RUC.

Derecho:

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde (formulario municipal - especie valorada) Incluir el # telefónico celular y convencional y correo electrónico.
- Copia de la escritura del predio inscrita en el Registro de la Propiedad.
- Planimetría física del predio 1 CD regrabable, que contendrá la planimetría del predio Certificado de gravamen actualizado.
- Copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación propietario
- Pagos al día de los predios

De acuerdo con la Normativa sanitaria para la obtención del registro sanitario (2016) emitida por Ministerio de Salud Pública se requiere los siguientes documentos:

DEL PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DEL REGISTRO SANITARIO

Art. 14.- Para otorgar el Registro Sanitario se seguirá el siguiente procedimiento:

1. El usuario ingresará vía electrónica al sistema de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA, o quien ejerza sus competencias, Ventanilla Única Ecuatoriana - VUE, establecido para otorgar el Certificado de Registro Sanitario, previa obtención de su clave de acceso, e ingresará la información solicitada de acuerdo al formulario de solicitud de inscripción de Registro Sanitario.
3. Una vez que el usuario ingrese el formulario de solicitud y los documentos adjuntos establecidos, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA, o quien ejerza sus competencias, realizará el análisis técnico -documental en el término máximo de 30 días contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud, verificando que la documentación se encuentre completa y que la información ingresada en la solicitud sea correcta.
4. Si la documentación no está completa y correcta, vía electrónica se devolverá el trámite al usuario, indicando los inconvenientes encontrados en su solicitud. El usuario tiene un término de 30 días para productos nacionales y 60 días para productos extranjeros, para

corregir la solicitud ingresada, de acuerdo a las observaciones recibidas. El usuario podrá realizar dos rectificaciones a la solicitud inicial, en caso de que ingrese erróneamente la solicitud una tercera vez o no la ingrese en el tiempo establecido, el proceso será cancelado y el sistema le notificará los motivos.

5. Una vez completa y correcta la documentación se autorizará el pago del importe para la obtención del Registro Sanitario. El sistema notificará al usuario el monto a pagar.

6. El usuario dispondrá de cinco (5) días laborables para realizar la cancelación del importe de derecho económico (tasa) correspondiente, caso contrario será cancelada dicha solicitud de forma definitiva del sistema de registro sanitario.

7. La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA, o quien ejerza sus competencias, verificará el pago realizado y generará la factura, para su posterior impresión por el usuario.

8. La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA, o quien ejerza sus competencias, realizará el análisis técnico - químico, de seguridad - eficacia y técnico-legal, en el término de 30 días.

9. En el caso en que el informe de análisis técnico - químico, de seguridad - eficacia o técnico-legal, no haya contenido objeciones, se emitirá el Certificado de Registro Sanitario, en el término máximo de 15 días.

10. En el caso en que el análisis técnico - químico, de seguridad - eficacia o técnico - legal contenga observaciones, el sistema automáticamente generará un informe de objeciones que le autorizará al usuario a salvar las mismas, en un término de 20 días para productos nacionales y 30 días para productos extranjeros.

11. Una vez recibidas las objeciones corregidas, se emitirá un informe y si éste es favorable, se emitirá el Certificado de Registro Sanitario.

12. En el caso en que las objeciones no hayan sido salvadas adecuadamente o no se hayan salvado en el tiempo establecido, el proceso se cancelará y el sistema notificará al usuario.

13. A partir de la notificación de cancelación del proceso por no salvar adecuadamente las objeciones, el usuario tiene el derecho de presentar los recursos administrativos legalmente establecidos.

CAPITULO V

5. AREA FINANCIERA

5.1 OBJETIVOS DE ESTUDIOS DE FINANCIERO

- Identificar si el proyecto es factible
- Identificar si el proyecto es rentable
- Analizar si los indicadores son los adecuados

5.2 PLAN DE INVERSIONES

El plan de inversión es un programa en el que se detalla el destino, las acciones y los plazos de las inversiones para garantizar su rentabilidad y minimizar los riesgos de estas. Esto significa, que cuando te planteas iniciar un proyecto se requiere inversión, previamente debes reflexionar sobre qué necesitas realmente para iniciar dicho proyecto, qué acciones debes llevar a cabo y en qué plazos debes realizarlas (Seco, 2017).

Para la creación de la empresa dedicada a la elaboración de sandalias a base de cuero bordado, es necesario contar con las siguientes inversiones en la que consideramos los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Tabla 67. *Plan de inversión*

PLAN DE INVERSIÓN INICIAL			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
	Instalaciones y remodelaciones		\$ 500,00
1	Adecuamiento de la fabrica	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Instalaciones eléctricas	\$ 300,00	\$ 300,00
	Muebles y Enceres		\$ 430,00
1	Escritorio de oficina	\$ 75,00	\$ 75,00
1	Archivadores	\$ 45,00	\$ 45,00
2	Mostradores	\$ 40,00	\$ 80,00
2	Sillas de espera	\$ 40,00	\$ 80,00
1	Mesas para reuniones	\$ 150,00	\$ 150,00

		Herramientas		\$ 144,00
1		Alicate	\$ 5,00	\$ 5,00
2		Chaveta	\$ 2,50	\$ 5,00
8		Hormas	\$ 15,00	\$ 120,00
2		Tijera de punton	\$ 7,00	\$ 14,00
		Maquinaria y Equipo		\$ 30.495,00
1		Máquina para costura CI3000 204TI	4.538,00	\$ 4.538,00
1		Máquina para costura plantilla CP4140 SE2	7.085,00	\$ 7.085,00
1		Maquinaria aplacadora de pegamento	4.329,00	\$ 4.329,00
1		Máquina de bordar cuero	8.000,00	\$ 8.000,00
1		Maquina universal de corte modelo 6240	6.543,00	\$ 6.543,00
		Vehículo		\$ 8.000,00
1		Vehículo doble cabina Año 2015 TCB 2830	8.000,00	\$ 8.000,00
		Equipo de Computo		\$ 1.159,00
2		Computadoras	\$ 450,00	\$ 900,00
1		Impresora/copiadora/scanner	\$ 259,00	\$ 259,00
		Equipo de oficina		\$ 69,00
1		Teléfonos	\$ 45,00	\$ 45,00
2		Calculadoras	\$ 12,00	\$ 24,00
		Inventario		\$ 3.641,00
150	pie	Cuero rojo	\$ 0,90	\$ 135,00
150	pie	Cuero blanco	\$ 0,90	\$ 135,00
650	pie	Cuero negro	\$ 1,20	\$ 780,00
320	uní	Plataformas	\$ 2,50	\$ 800,00
350	cm	Charol	\$ 0,25	\$ 87,50
320	uní	Plantas	\$ 2,50	\$ 800,00
320	uní	Plantillas	\$ 0,50	\$ 160,00
50	cm	Forros	\$ 0,49	\$ 24,50
2560	uní	Hebillas	\$ 0,15	\$ 384,00
30	mt	Cierres	\$ 0,30	\$ 9,00
320	uní	Etiquetas	\$ 0,20	\$ 64,00
320	uní	Cartón de presentación	\$ 0,80	\$ 256,00
6	pomo	Pegamento	\$ 1,00	\$ 6,00
		Costos de constitución		\$ 456,00
1		Permiso de bomberos	\$ 21,00	\$ 21,00
1		Patente Municipal	\$ 35,00	\$ 35,00
1		Constitución de la Empresa	\$ 400,00	\$ 400,00
1		Capital de trabajo	\$ 2.147,22	\$ 2.147,22
		TOTAL	\$ 42.255,41	\$ 47.041,22

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

El presente plan de inversión asciende a \$ 47.041,22 dólares para la implementación del emprendimiento, en los cuales se invierte en adecuaciones e instalaciones del local, muebles y enseres, maquinarias, adquisiciones de materia prima e insumos, equipo de cómputo, es decir, todo lo necesario para poner en marcha el proyecto.

5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO

“Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos” (Baca Urbina G. , 2010, pág. 153).

a) Forma de financiamiento

Tabla 68. *Plan de Financiamiento*

PLAN DE FINANCIAMIENTO			
Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	\$ 20.541,22	100%	43,67%
Efectivo	\$ 20.541,22	100%	44%
Bienes	\$ -	0	0
Recursos de Terceros	\$ 26.500,00	100%	56,33%
Préstamo privado	\$ -	0	0
Préstamo bancario	\$ 26.500,00	100%	56%
TOTAL	\$ 47.041,22		100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

El plan de financiamiento del emprendimiento “Naty’s Calzado” asciende un monto de \$47.041,22 dólares, está cubierto por el 44% recursos propios que representa la cantidad de \$20.541,22 dólares, los recursos de terceros serán el 56%, es decir, serán financiados dentro de un plazo de sesenta meses, es decir, cinco años en el banco BanEcuador. Anexo N° 2

5.4. CALCULO DE COSTOS Y GASTOS

“Costo de producción, son los costos utilizados en la transformación de un producto en una empresa industrial, estos costos son asignados a la mano de obra directa, materia prima directa y los costos indirectos de fabricación” (Ortega Pereira, 2007, pág. 140).

a) Detalle de Costos

Tabla 69. *Detalle de costos*

DETALLE DE COSTOS					
Descripción del Producto	Unidad de Medida	Cantidad Mensual Requerida	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Producto Sandalias					
Materia Prima					
Cuero rojo	pie	150	\$ 0,90	\$ 135,00	\$ 1.620,00
Cuero blanco	pie	150	\$ 0,90	\$ 135,00	\$ 1.620,00
Cuero negro	pie	650	\$ 1,20	\$ 780,00	\$ 9.360,00
plataformas	uní	320	\$ 2,50	\$ 800,00	\$ 9.600,00
charol	cm	350	\$ 0,25	\$ 87,50	\$ 1.050,00
plantas	uní	320	\$ 2,50	\$ 800,00	\$ 9.600,00
plantillas	uní	320	\$ 0,50	\$ 160,00	\$ 1.920,00
forros	cm	50	\$ 0,49	\$ 24,50	\$ 294,00
hebillas	uní	2560	\$ 0,15	\$ 384,00	\$ 4.608,00
Cierres	mt	30	\$ 0,30	\$ 9,00	\$ 108,00
Etiquetas	uní	320	\$ 0,20	\$ 64,00	\$ 768,00
Cartón de presentación	uní	320	\$ 0,80	\$ 256,00	\$ 3.072,00
Pegamento	pomo	6	\$ 1,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Mano de Obra					
Operario de producción	Dólares	2	\$ 519,55	\$ 1.039,11	\$ 12.469,31
Costos Indirectos de Fabricación					
Energía	kw/h	3500	\$ 0,01	\$ 35,00	\$ 420,00
Agua Potable	m ³	800	\$ 0,01	\$ 8,00	\$ 96,00
Mano de obra Indirecta	Dólares	1	\$ 527,47	\$ 527,47	\$ 6.329,60
Depreciaciones	10%	2,00	\$ 127,06	\$ 254,13	\$ 3.049,50
TOTAL		4951	\$ 1.185,79	\$ 5.504,70	\$ 66.056,41

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

El coto mensual por la realización del producto es de \$5.504,70 valor por la fabricación de 320 pares y el costo anual alcanza un valor de \$66.056,41 dólares, considerando los costos de materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

b) Proyección de Costos

“La proyección de costos es una herramienta necesaria para la tomar de decisiones y ayuda a proyectar costos para cada año. Los costes son una variable fundamental en el negocio por su relación directa con los resultados económicos” (Deniz, 2013).

Tabla 70. Proyección de costos 1

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL, AÑO 1	COSTOS		TOTAL, AÑO 2
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sandalias	\$ 5.504,70			\$ 66.056,41			\$ 66.234,76
Materia Prima	\$ 3.641,00		\$ 3.641,00	\$ 43.692,00		\$ 43.809,97	\$ 43.809,97
Cuero rojo	\$ 135,00		\$ 135,00	\$ 1.620,00		\$ 1.624,37	\$ 1.624,37
Cuero blanco	\$ 135,00		\$ 135,00	\$ 1.620,00		\$ 1.624,37	\$ 1.624,37
Cuero negro	\$ 780,00		\$ 780,00	\$ 9.360,00		\$ 9.385,27	\$ 9.385,27
plataformas	\$ 800,00		\$ 800,00	\$ 9.600,00		\$ 9.625,92	\$ 9.625,92
charol	\$ 87,50		\$ 87,50	\$ 1.050,00		\$ 1.052,84	\$ 1.052,84
plantas	\$ 800,00		\$ 800,00	\$ 9.600,00		\$ 9.625,92	\$ 9.625,92
plantillas	\$ 160,00		\$ 160,00	\$ 1.920,00		\$ 1.925,18	\$ 1.925,18
forros	\$ 24,50		\$ 24,50	\$ 294,00		\$ 294,79	\$ 294,79
hebillas	\$ 384,00		\$ 384,00	\$ 4.608,00		\$ 4.620,44	\$ 4.620,44
Cierres	\$ 9,00		\$ 9,00	\$ 108,00		\$ 108,29	\$ 108,29
Etiquetas	\$ 64,00		\$ 64,00	\$ 768,00		\$ 770,07	\$ 770,07
Cartón de presentación	\$ 256,00		\$ 256,00	\$ 3.072,00		\$ 3.080,29	\$ 3.080,29
Pegamento	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 72,00		\$ 72,19	\$ 72,19
Mano de Obra	\$ 1.039,11	\$ 12.469,31		\$ 12.469,31	\$ 12.502,98		\$ 12.502,98
Operario de producción	\$ 519,55	\$ 6.234,66		\$ 6.234,66	\$ 6.251,49		\$ 6.251,49
Operario de producción	\$ 519,55	\$ 6.234,66		\$ 6.234,66	\$ 6.251,49		\$ 6.251,49
Costos Indirectos	\$ 824,59		\$ 824,59	\$ 9.895,10		\$ 9.921,82	\$ 9.921,82
Energía	\$ 35,00		\$ 35,00	\$ 420,00		\$ 421,13	\$ 421,13
Agua Potable	\$ 8,00		\$ 8,00	\$ 96,00		\$ 96,26	\$ 96,26
Mano de obra Indirecta	\$ 527,47		\$ 527,47	\$ 6.329,60		\$ 6.346,69	\$ 6.346,69
Depreciaciones	\$ 254,13		\$ 254,13	\$ 3.049,50		\$ 3.057,73	\$ 3.057,73
TOTALES		\$ 12.469,31	\$ 4.465,59	\$ 66.056,41	\$ 12.502,98	\$ 53.731,79	\$ 66.234,76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 71. *Proyección de Costos 2*

PROYECCIÓN DE COSTOS									
DESCRIPCION	COSTOS			COSTOS			COSTOS		
	FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 3	FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 4	FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 5
			\$ 66.413,60			\$ 66.592,91			\$ 66.787,68
Materia Prima		\$ 43.928,26	43.928,26		\$ 44.046,86	44.046,86		\$ 44.165,79	44.165,79
Cuero rojo		\$ 1.628,76	1.628,76		\$ 1.633,16	1.633,16		\$ 1.637,57	1.637,57
Cuero blanco		\$ 1.628,76	1.628,76		\$ 1.633,16	1.633,16		\$ 1.637,57	1.637,57
Cuero negro		\$ 9.410,61	9.410,61		\$ 9.436,02	9.436,02		\$ 9.461,50	9.461,50
plataformas		\$ 9.651,91	9.651,91		\$ 9.677,97	9.677,97		\$ 9.704,10	9.704,10
charol		\$ 1.055,68	1.055,68		\$ 1.058,53	1.058,53		\$ 1.061,39	1.061,39
plantas		\$ 9.651,91	9.651,91		\$ 9.677,97	9.677,97		\$ 9.704,10	9.704,10
plantillas		\$ 1.930,38	1.930,38		\$ 1.935,59	1.935,59		\$ 1.940,82	1.940,82
forros		\$ 295,59	295,59		\$ 296,39	296,39		\$ 297,19	297,19
hebillas		\$ 4.632,92	4.632,92		\$ 4.645,43	4.645,43		\$ 4.657,97	4.657,97
Cierres		\$ 108,58	108,58		\$ 108,88	108,88		\$ 109,17	109,17
Etiquetas		\$ 772,15	772,15		\$ 774,24	774,24		\$ 776,33	776,33
Cartón de presentación		\$ 3.088,61	3.088,61		\$ 3.096,95	3.096,95		\$ 3.105,31	3.105,31
Pegamento		\$ 72,39	72,39		\$ 72,58	72,58		\$ 72,78	72,78
Mano de Obra	\$		\$	\$		\$	\$		\$
Operario de producción	12.536,74		12.536,74	12.570,59		12.570,59	12.604,53		12.604,53
Operario de producción	\$		\$	\$		\$	\$		\$
Operario de producción	6.268,37		6.268,37	6.285,29		6.285,29	6.302,26		6.302,26
Operario de producción	\$		\$	\$		\$	\$		\$
Operario de producción	6.268,37		6.268,37	6.285,29		6.285,29	6.302,26		6.302,26

La proyección se realizó a cinco años, en la cual se considerado una tasa de inflación del 0,27% del año 2018, tomando en cuenta la materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación y las depreciaciones.

c) Detalle de Gastos

“Gasto es el valor de los bienes y servicios recibidos y consumidos por la empresa en un período económico, con independencia del momento del pago” (Fullana C, 2011).

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas. Estos gastos están relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual (Riquelme M. , 2019, pág. 1).

Tabla 72. Detalles de gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Frecuencia del Gasto	Valor mensual	Valor anual
Útiles de Aseo		\$ 30,60		\$ 14,63	\$ 175,50
Trapeador con valde exprimidor	1/unid	\$ 10,00	0,5	\$ 5,00	\$ 60,00
Desinfectante de piso	1/unid	\$ 2,30	1	\$ 2,30	\$ 27,60
Escoba	1/unid	\$ 2,30	0,25	\$ 0,58	\$ 6,90
Jabón de manos	1/galón	\$ 6,00	0,25	\$ 1,50	\$ 18,00
Detergente liquido	1/galón	\$ 7,00	0,25	\$ 1,75	\$ 21,00
fundas de basura	1/unid	\$ 2,50	1	\$ 2,50	\$ 30,00
Esponjas de Lavar	1/unid	\$ 0,50	2	\$ 1,00	\$ 12,00
Sueldo y salarios		\$ 1.112,95		\$ 1.112,95	\$ 13.355,46
Administrador	dólares	\$ 593,40	1	\$ 593,40	\$ 7.120,80
Secretaria	dólares	\$ 519,55	1	\$ 519,55	\$ 6.234,66
Suministro de oficina		\$ 36,70		\$ 36,70	\$ 440,40
Resmas de papel	1/caja	\$ 25,00	0,5	\$ 25,00	\$ 300,00
Grapadora	1/unid	\$ 3,00	0,08	\$ 3,00	\$ 36,00
bolígrafos/lápices	1/caja	\$ 5,00	0,25	\$ 5,00	\$ 60,00
Carpetas de cartón	Docena	\$ 1,20	0,16	\$ 1,20	\$ 14,40
Perforadora	1/unid	\$ 2,50	0,08	\$ 2,50	\$ 30,00
Servicios Básicos		\$ 52,50		\$ 52,50	\$ 630,00
Teléfono	Min	\$ 6,00	1	\$ 6,00	\$ 72,00
Internet	Mbyte	\$ 28,50	1	\$ 28,50	\$ 342,00
Agua Potable	M3	\$ 6,00	1	\$ 6,00	\$ 72,00
Energía Eléctrica	Kw/h	\$ 12,00	1	\$ 12,00	\$ 144,00

Depreciación			\$ 159,91	\$ 1.918,97
Instalaciones y remodelaciones	1/unid		\$ 4,17	\$ 50,00
Muebles y Enseres	1/unid		\$ 2,92	\$ 35,00
Equipo de Computo	1/unid		\$ 19,50	\$ 233,97
Vehículo	1/unid		\$ 133,33	\$ 1.600,00
TOTAL, GASTO ADMINISTRATIVO			\$ 1.216,78	\$ 16.520,33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Los gastos administrativos están relacionados con toda la administración de la empresa, en donde el mayor gasto es en los pagos de sueldos y salarios al personal administrativo con un valor de 1.112,95 mensuales, depreciaciones 159,91, servicios básicos 52,50, suministro de oficina 36,70, útiles de aseo 14,63. Por la cual se genera un gasto total de 1.216,78 dólares mensuales.

Gastos de Ventas

Según las NIC Normas Internacionales de Contabilidad, los Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos (DESIPO UNFV, 2015).

Tabla 73. *Detalle de gastos ventas*

GASTOS VENTAS					
Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Frecuencia del Gasto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad		\$ 140,03		\$ 177,50	\$ 397,50
Tarjeta de presentación	unidad	\$ 0,03	1500	\$ 37,50	\$ 37,50
Banner	Unidad	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Spot Comercial	Unidad	\$ 20,00	1	\$ 20,00	\$ 240,00
Sueldo Personal de Ventas		\$ 527,47		\$ 527,47	\$ 6.329,60
vendedor	dólares	\$ 527,47	1	\$ 527,47	\$ 6.329,60
TOTAL GASTO DE VENTAS				\$ 704,97	\$ 6.727,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Dentro de los gastos de ventas se puede estimar que el valor más significativo de coste es por el pago de sueldo al personal de venta con un valor de

\$527,47, siguiendo la publicidad \$177,50 siendo un total de gasto mensual \$ 704,97.

Gastos Financieros

“Los gastos financieros son aquellos en que incurre una organización para la obtención de financiación. Los más característicos son las comisiones de préstamos y los intereses de préstamos y bonos” (Buján Pérez, 2013).

Tabla 74. *Detalle de gastos financieros*

GASTOS FINANCIEROS					
Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Frecuencia del Gasto	Valor mensual	Valor anual
INTERESES		\$ -		\$ 225,47	\$ 2.509,02
Interés pagado	dólares			\$ 225,47	\$ 2.509,02
TOTAL GASTOS FINANCIEROS				\$ 225,47	\$ 2.509,02

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Se realizará una gestión para la obtención de un crédito en el Banco del pueblo BanEcuador por un valor de \$ 26.500,00 con una tasa anual de 10,21%, con un tiempo a financiar de 60 meses, es decir, cinco años, siendo un valor anual para pagar es de \$ 2.509,02.

d) Proyección Gastos

Las proyecciones de gastos administrativos, ventas y financieras están proyectadas para cinco años futuras que va a tener la empresa

Tabla 75. Proyecciones de gastos administrativos 1

GASTOS ADMINISTRATIVOS									
DESCRIPCION		GASTO		GASTOS			GASTOS		
		MENSUAL	FIJOS	VARIAB.	TOTAL AÑO 1	FIJOS	VARIAB	TOTAL AÑO 2	
Útiles de Aseo			\$ -	\$ 175,50	\$ 175,50		\$ 175,97	\$ 175,97	
Trapeador con valde exprimidor	1/unid	\$ 5,00	\$ -	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 60,16	\$ 60,16	
Desinfectante de piso	1/unid	\$ 2,30	\$ -	\$ 27,60	\$ 27,60	\$ -	\$ 27,67	\$ 27,67	
Escoba	1/unid	\$ 0,58	\$ -	\$ 6,90	\$ 6,90	\$ -	\$ 6,92	\$ 6,92	
Jabón de manos	1/galón	\$ 1,50	\$ -	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ -	\$ 18,05	\$ 18,05	
Detergente liquido	1/galón	\$ 1,75	\$ -	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ -	\$ 21,06	\$ 21,06	
fundas de basura	1/unid	\$ 2,50	\$ -	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ -	\$ 30,08	\$ 30,08	
Esponjas de Lavar	1/unid	\$ 1,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,03	\$ 12,03	
Sueldo y salarios			\$ 13.355,46	\$ -	\$ 13.355,46	\$ 13.391,52	\$ -	\$ 13.391,52	
Administrador	dólares	\$ 593,40	\$ 7.120,80	\$ -	\$ 7.120,80	\$ 7.140,03	\$ -	\$ 7.140,03	
Secretaria/Contadora	dólares	\$ 519,55	\$ 6.234,66	\$ -	\$ 6.234,66	\$ 6.251,49	\$ -	\$ 6.251,49	
Útiles de Oficina			\$ -	\$ 440,40	\$ 440,40	\$ -	\$ 740,78	\$ 740,78	
Resmas de papel	1/caja	\$ 25,00	\$ -	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	\$ 600,00	\$ 600,00	
Grapadora	1/unid	\$ 3,00	\$ -	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ -	\$ 36,10	\$ 36,10	
bolígrafos/lápices	1/caja	\$ 5,00	\$ -	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 60,16	\$ 60,16	
Carpetas de cartón	Docena	\$ 1,20	\$ -	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ -	\$ 14,44	\$ 14,44	
Perforadora	1/unid	\$ 2,50	\$ -	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ -	\$ 30,08	\$ 30,08	
Servicios Básicos			\$ 414,00	\$ 216,00	\$ 630,00	\$ 415,12	\$ 216,58	\$ 631,70	
Teléfono	Min	\$ 6,00	\$ 72,00	\$ -	\$ 72,00	\$ 72,19	\$ -	\$ 72,19	
Internet	Mbyte	\$ 28,50	\$ 342,00	\$ -	\$ 342,00	\$ 342,92	\$ -	\$ 342,92	
Agua Potable	M3	\$ 6,00	\$ -	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ -	\$ 72,19	\$ 72,19	
Energía Eléctrica	Kw/h	\$ 12,00	\$ -	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ -	\$ 144,39	\$ 144,39	
Depreciaciones			\$ 1.918,97	\$ -	\$ 1.924,15	\$ 1.924,15	\$ -	\$ 1.929,15	
Instalaciones y remodelaciones	1/unid	\$ 4,17	\$ 50,00	\$ -	\$ 50,00	\$ 50,14	\$ -	\$ 50,14	
Muebles y enseres	1/unid	\$ 2,92	\$ 35,00	\$ -	\$ 35,00	\$ 35,09	\$ -	\$ 35,09	
Equipo de computo	1/unid	\$ 19,50	\$ 233,97	\$ -	\$ 233,97	\$ 234,60	\$ -	\$ 234,60	
vehículo	1/unid	\$ 133,33	\$ 1.600,00	\$ -	\$ 1.600,00	\$ 1.604,32	\$ -	\$ 1.604,32	
TOTALES			\$ 15.688,43	\$ 831,90	\$ 16.520,33	\$ 15.730,78		\$ 16.864,12	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 76. *Proyecciones de gastos administrativos 2*

GASTOS ADMINISTRATIVOS									
DESCRIPCION	GASTOS		TOTAL AÑO	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
	FIJOS	VARIAB	3	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Útiles de Aseo		\$ 176,45	\$ 176,45		\$ 176,93	\$ 176,93		\$ 177,40	\$ 177,40
Trapeador con valde exprimidor	\$ -	\$ 60,32	\$ 60,32	\$ -	\$ 60,49	\$ 60,49	\$ -	\$ 60,65	\$ 60,65
Desinfectante de piso	\$ -	\$ 27,75	\$ 27,75	\$ -	\$ 27,82	\$ 27,82	\$ -	\$ 27,90	\$ 27,90
Escoba	\$ -	\$ 6,94	\$ 6,94	\$ -	\$ 6,96	\$ 6,96	\$ -	\$ 6,97	\$ 6,97
Jabón de manos	\$ -	\$ 18,10	\$ 18,10	\$ -	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ -	\$ 18,20	\$ 18,20
Detergente liquido	\$ -	\$ 21,11	\$ 21,11	\$ -	\$ 21,17	\$ 21,17	\$ -	\$ 21,23	\$ 21,23
fundas de basura	\$ -	\$ 30,16	\$ 30,16	\$ -	\$ 30,24	\$ 30,24	\$ -	\$ 30,33	\$ 30,33
Espojas de Lavar	\$ -	\$ 12,06	\$ 12,06	\$ -	\$ 12,10	\$ 12,10	\$ -	\$ 12,13	\$ 12,13
Sueldo y salarios	\$ 13.427,67	\$ -	\$ 13.427,67	\$ 13.463,93	\$ -	\$ 13.463,93	\$ 13.500,28	\$ -	\$ 13.500,28
Administrador	\$ 7.159,30	\$ -	\$ 7.159,30	\$ 7.178,63	\$ -	\$ 7.178,63	\$ 7.198,02	\$ -	\$ 7.198,02
Secretaria/Contadora	\$ 6.268,37	\$ -	\$ 6.268,37	\$ 6.285,29	\$ -	\$ 6.285,29	\$ 6.302,26	\$ -	\$ 6.302,26
Útiles de Oficina	\$ -	\$ 742,78	\$ 742,78	\$ -	\$ 744,78	\$ 744,78	\$ -	\$ 746,80	\$ 746,80
Resmas de papel	\$ -	\$ 601,62	\$ 601,62	\$ -	\$ 603,24	\$ 603,24	\$ -	\$ 604,87	\$ 604,87
Grapadora	\$ -	\$ 36,19	\$ 36,19	\$ -	\$ 36,29	\$ 36,29	\$ -	\$ 36,39	\$ 36,39
bolígrafos/lápices	\$ -	\$ 60,32	\$ 60,32	\$ -	\$ 60,49	\$ 60,49	\$ -	\$ 60,65	\$ 60,65
Carpetas de cartón	\$ -	\$ 14,48	\$ 14,48	\$ -	\$ 14,52	\$ 14,52	\$ -	\$ 14,56	\$ 14,56
Perforadora	\$ -	\$ 30,16	\$ 30,16	\$ -	\$ 30,24	\$ 30,24	\$ -	\$ 30,33	\$ 30,33
Servicios Básicos	\$ 416,24	\$ 217,17	\$ 633,41	\$ 417,36	\$ 217,75	\$ 635,12	\$ 418,49	\$ 218,34	\$ 636,83
Teléfono	\$ 72,39	\$ -	\$ 72,39	\$ 72,58	\$ -	\$ 72,58	\$ 72,78	\$ -	\$ 72,78
Internet	\$ 343,85	\$ -	\$ 343,85	\$ 344,78	\$ -	\$ 344,78	\$ 345,71	\$ -	\$ 345,71
Agua Potable	\$ -	\$ 72,39	\$ 72,39	\$ -	\$ 72,58	\$ 72,58	\$ -	\$ 72,78	\$ 72,78
Energía Eléctrica	\$ -	\$ 144,78	\$ 144,78	\$ -	\$ 145,17	\$ 145,17	\$ -	\$ 145,56	\$ 145,56
Depreciaciones	\$ 1.929,35	\$ -	\$ 1.929,35	\$ 1.934,56	\$ -	\$ 1.934,56	\$ 1.939,78	\$ -	\$ 1.939,78
Instalaciones y remodelaciones	\$ 50,27	\$ -	\$ 50,27	\$ 50,41	\$ -	\$ 50,41	\$ 50,54	\$ -	\$ 50,54
Muebles y enseres	\$ 35,19	\$ -	\$ 35,19	\$ 35,28	\$ -	\$ 35,28	\$ 35,38	\$ -	\$ 35,38
Equipo de computo	\$ 235,24	\$ -	\$ 235,24	\$ 235,87	\$ -	\$ 235,87	\$ 236,51	\$ -	\$ 236,51
vehículo	\$ 1.608,65	\$ -	\$ 1.608,65	\$ 1.613,00	\$ -	\$ 1.613,00	\$ 1.617,35	\$ -	\$ 1.617,35
TOTALES	\$ 15.773,26	\$ 2.096,34	\$ 16.909,65	\$ 16.955,31	\$ 2.102,00	\$ 16.955,31	\$ 15.858,55	\$ 2.107,68	\$ 17.001,09

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 77. Proyección gastos de ventas

DESCRIPCIO N	GASTO MENSUA L	GASTOS VARIAB		TOTA L AÑO 1	GASTOS VARIA		TOTA L AÑO 2	GASTOS VARIA		TOTA L AÑO 3	GASTOS VARIA		TOTA L AÑO 4	GASTOS VARIA		TOTA L AÑO 5
		FIJOS	.	FIJOS	B	FIJOS	B	FIJOS	B	FIJOS	B	FIJOS	B	FIJOS	B	
Publicidad	\$ 177,50	397,50	\$ 0,00	397,50	398,57	\$ 0,00	398,57	399,65	\$ 0,00	399,65	400,73	\$ 0,00	400,73	401,81	\$ 0,00	401,81
Tarjeta de presentación	\$ 37,50	\$ 37,50	-	\$ 37,50	\$ 37,60	-	\$ 37,60	\$ 37,70	-	\$ 37,70	\$ 37,80	-	\$ 37,80	\$ 37,91	-	\$ 37,91
Banner	\$ 120,00	\$ 120,00	-	\$ 120,00	\$ 120,32	-	\$ 120,32	\$ 120,65	-	\$ 120,65	\$ 120,97	-	\$ 120,97	\$ 121,30	-	\$ 121,30
Spot Comercial	\$ 20,00	\$ 240,00	-	\$ 240,00	\$ 240,65	-	\$ 240,65	\$ 241,30	-	\$ 241,30	\$ 241,95	-	\$ 241,95	\$ 242,60	-	\$ 242,60
Sueldo Personal de Ventas	\$ 6.329,6	6.329,6	\$ 6.346,6	6.346,6	6.346,6	\$ 6.363,8	6.363,8	6.363,8	\$ 6.381,0	6.381,0	\$ 6.381,0	6.398,2	6.398,2	\$ 6.398,2	\$ 6.398,2	
Vendedor	\$ 527,47	\$ 6.329,6	\$ 0	\$ 6.329,6	\$ 6.346,6	\$ 0	\$ 6.346,6	\$ 6.363,8	\$ 0	\$ 6.363,8	\$ 6.381,0	\$ 0	\$ 6.381,0	\$ 6.398,2	\$ 0	\$ 6.398,2
TOTALES	0	6.727,1	\$ 0	6.727,1	6.745,2	6.745,2	6.745,2	6.763,4	6.763,4	6.763,4	6.781,7	6.781,7	6.781,7	6.800,0	6.800,0	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 78. Proyecciones de gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS																	
DESCRIPCIO N	GASTO MENSUA L	GASTOS VARIA		TOTA L AÑO 1	GASTOS VARIA		TOTA L AÑO 2	GASTOS VARIA		TOTA L AÑO 3	GASTOS VARIA		TOTA L AÑO 4	GASTOS VARIA		TOTA L AÑO 5	
		FIJO	B.	FIJO	B.	FIJO	B.	FIJO	B.	FIJO	B.	FIJO	B.	FIJO	B.		
Intereses pagados	dólar	225,47	0,00	2509,02	2	0,00	2050,94	4	0,00	1543,85	5	0,00	982,48	982,48	0,00	361,04	361,04
TOTALES		225,47	0,00	2509,02	2	0,00	2050,94	4	0,00	1543,85	5	0,00	982,48	982,48	0,00	361,04	361,04

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Las proyecciones de gastos administrativos y ventas de la empresa esta proyectadas para cinco años con una tasa de inflación de 0,27% anual del año 2018, determinado por el Banco Central del Ecuador y los gastos financieros por el interés pagado anualmente al banco BanEcuador.

Mano de Obra

Según Polimeni, Fabozzi y Adelberg (2005), la mano de obra “Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto”.

Mano de obra directa. Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con éste con facilidad y que representa un importante costo de mano de obra en la elaboración del producto, el trabajo de los operadores de una máquina en una empresa de manufactura se considera mano de obra directa (Polimeni , Fabozzi, & Adelberg, 2005, pág. 12)

Para el cálculo de la mano de obra se realiza los roles de pagos de acorde a los empleados que requiere la empresa contara con dos obreros y jefe de producción, un vendedor, secretaria, y un administrador, mismo que cada uno tendrán los siguientes sueldos y también recibirán todos los derechos que establece según el código de trabajo.

Tabla 79. Registro de Mano de obra

MANO DE OBRA										
ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR TOTAL
				SUELDO	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL	
1	Masaquiza Tipan Luis Enrique Sillagana Tisalema	Operario 1	OP-0001	394,00	0,00	394,00	0,00	37,23	37,23	356,77
2	Luis Gustavo	Operario 2	OP-0002	394,00	0,00	394,00	0,00	37,23	37,23	356,77
TOTALES				788,00	0,00	788,00	0,00	74,47	74,47	713,53

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Se realizó la elaboración de roles de pagos a los dos obreros con una jornada de trabajo completa, es decir, ocho horas laborables los cinco días a la semana.

Tabla 80. Sueldos y Beneficios de Ley

PROVISIONES									
Patrona	SECAP	IECE	XII	XIV	FONDO DE RECERVA	VACACIONES	TOTAL	COSTO MANO DE OBRA	
11,15%	0,50%	0,50%	32,8	32,8					
43,93	1,97	1,97	3	3	32,83	16,42	162,79	519,55	
43,93	1,97	1,97	3	3	32,83	16,42	162,79	519,55	
			65,6	65,6					
87,86	3,94	3,94	7	7	65,67	32,83	325,58	1039,11	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Es necesario la elaboración de roles de pagos, atendiendo a todos los beneficios de ley que tiene derecho los trabajadores.

Mano de obra indirecta.

Es aquella involucrada en la fabricación de un producto que no se considera mano de obra directa, la mano de obra indirecta se incluye como parte de los costos indirectos de fabricación. El trabajo de un supervisor de planta es un ejemplo de este tipo de mano de obra. (Polimeni , Fabozzi, & Adelberg, 2005, pág. 13).

Tabla 81. Registro de Mano de obra indirecta

ROL DE PAGOS MANO DE OBRA INDIRECTA										
ORD	APELLI DOS Y NOMBRES	CARGO	CODI GO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR TOTAL
				SUEL DO	OTR OS	TOTA L	VARI OS	9,45 %	TO TA L	
	Vega Ramírez Elián	Jefe de producción	TH- AD-C- 001	400,00	0,00	400,00	0,00	37,8	37,8	
	Alexander							0	0	362,20
	TOTAL			400,00	0,00	400,00	0,00	37,8	37,8	
	ES							0	0	362,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 82. Detalle de provisiones MOI

PROVISIONES								
PATRONAL	SECAP	IECE	FONDO DE RESERVA		VACACIONES	TOTAL	COSTO MANO DE OBRA	
11,15%	0,50%	0,50%	XII	XIV				
44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	527,47
44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	527,47

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Personal Administrativo y ventas

Para el registro administrativo y ventas como el administrador, secretaria y vendedor, se realizó el rol de pagos como el de las provisiones del personal administrativo y ventas.

Tabla 83. Detalle de rol de pago personal administrativo y ventas

ROL DE PAGOS ADMINISTRATIVO										
ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR TOTAL
				SUELDO	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL	
1	Masaquiza Sillagana Myriam Sánchez	Administrador	TH-AD-A-001	450,00	0,00	450,00	0,00	42,53	42,53	407,48
2	Ángel Rodríguez	Secretaria	TH-AD-SC-002	394,00	0,00	394,00	0,00	37,23	37,23	356,77
3	Pandashina Jefe de ventas		TH-AD-V-003	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
TOTALES				1244,00	0,00	1244,00	0,00	117,56	117,56	1126,44

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Tabla 84. Provisión personal administrativo y ventas

PROVISIONES								
PATRONAL	SECAP	IECE	FONDO DE RESERVA		VACACIONES	TOTAL	COSTO MANO DE OBRA	
11,15%	0,50%	0,50%	XII	XIV				
50,18	2,25	2,25	37,50	37,50	37,50	18,75	185,93	593,40
43,93	1,97	1,97	32,83	32,83	32,83	16,42	162,79	519,55
44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	527,47
138,71	6,22	6,22	103,66	103,66	103,66	51,84	513,99	1640,42

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Depreciación.

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de él con el paso del tiempo (Gerencia.com, 2018).

Tabla 85. *Detalle de depreciaciones de activos*

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS				
DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR \$	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL \$
Instalaciones y remodelaciones		500,00		\$ 50,00
Adecuamiento de la fabrica	10	200,00	10%	\$ 20,00
Instalaciones eléctricas	10	300,00	10%	\$ 30,00
Muebles y Enseres		350,00		\$ 35,00
Escritorio de oficina	10	75,00	10%	\$ 7,50
Archivadores	10	45,00	10%	\$ 4,50
Mostradores	10	40,00	10%	\$ 4,00
Sillas de espera	10	40,00	10%	\$ 4,00
Mesas para reuniones	10	150,00	10%	\$ 15,00
Equipo de Computo		709,00		\$ 233,97
Computadoras	3	450,00	33%	\$ 148,50
Impresora/copiadora/scanner	3	259,00	33%	\$ 85,47
Maquinaria y Equipo		30.495,00		\$ 3.049,50
Máquina para costura CI3000 204TI	10	4.538,00	10%	\$ 453,80
Máquina para costura plantilla CP4140 SE2	10	7.085,00	10%	\$ 708,50
Maquinaria aplacadora de pegamento	10	4.329,00	10%	\$ 432,90
Máquina de bordar cuero	10	8.000,00	10%	\$ 800,00
Maquina universal de corte modelo 6240	10	6.543,00	10%	\$ 654,30
Vehículo				
Vehículo doble cabina Año 2015 TCB 2830	5	8.000,00	20%	\$ 1.600,00
TOTAL		32.054,00		\$ 3.368,47

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Se realizó la depreciación de los activos fijos de la empresa como son las instalaciones y remodelaciones, muebles y enseres, equipo de cómputo, maquinaria y equipo, vehículo con vida útil de tres y diez años respectivamente.

Proyección de la depreciación

Tabla 86. *Proyección de depreciación de activos*

PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN					
DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Instalaciones y remodelaciones	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Muebles y Enseres	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Equipo de Computo	\$ 233,97	\$ 233,97	\$ 233,97	\$ -	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$ 3.049,50	\$ 3.049,50	\$ 3.049,50	\$ 3.049,50	\$ 3.049,50
Vehículo	\$ 1.600,00	1.600,00	1.600,00	\$ 1.600,00	1.600,00
TOTAL	\$ 4.968,47	\$ 4.968,47	\$ 4.968,47	\$ 4.734,50	\$ 4.734,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

5.5. Cálculo de Ingresos

Segundo las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), los ingresos son incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, de los socios o propietarios (Nunes, 2012).

Para calcular el volumen de ingresos se han considerado la producción por hora de 320 pares de sandalias mensuales que al hacer la relación al día de producción por 8 horas y por los veinte días laborables del mes, al precio estimado de\$ 32,28 nos genera unos ingresos netos de \$ 10.330,09.

Tabla 87. Cálculo de ingresos

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESO MES	UNIDADES PRODUCIDAS MES	PRECIO DE VENTA UNITARIO
					%	\$			
Sandalias			1185,79	7651,92	0,35	2678,17	10330,09	320,00	32,28
Materia Prima			11,69	3641,00		1274,35	4915,35	320,00	15,36
Cuero rojo	pie	150,00	0,90	135,00	0,35	47,25	182,25	320,00	0,57
Cuero blanco	pie	150,00	0,90	135,00	0,35	47,25	182,25	320,00	0,57
Cuero negro	pie	650,00	1,20	780,00	0,35	273,00	1053,00	320,00	3,29
plataformas	uni	320,00	2,50	800,00	0,35	280,00	1080,00	320,00	3,38
charol	cm	350,00	0,25	87,50	0,35	30,63	118,13	320,00	0,37
plantas	uni	320,00	2,50	800,00	0,35	280,00	1080,00	320,00	3,38
plantillas	uni	320,00	0,50	160,00	0,35	56,00	216,00	320,00	0,68
forros	cm	50,00	0,49	24,50	0,35	8,58	33,08	320,00	0,10
hebillas	uni	2560,00	0,15	384,00	0,35	134,40	518,40	320,00	1,62
Cierres	mt	30,00	0,30	9,00	0,35	3,15	12,15	320,00	0,04
Etiquetas	uni	320,00	0,20	64,00	0,35	22,40	86,40	320,00	0,27
Cartón de presentación	uni	320,00	0,80	256,00	0,35	89,60	345,60	320,00	1,08
Pegamento	pomo	6,00	1,00	6,00	0,35	2,10	8,10	320,00	0,03
Mano de Obra			519,55	1039,11		363,69	1402,80	320,00	4,38
Operario de producción	Dólares	2,00	519,55	1039,11	0,35	363,69	1402,80	320,00	4,38
Costos Indirectos de Fabricación			654,55	824,59		288,61	1113,20	320,00	3,48
Energía	kw/h	3500,00	0,01	35,00	0,35	12,25	47,25	320,00	0,15
Agua Potable	m³	800,00	0,01	8,00	0,35	2,80	10,80	320,00	0,03
Mano de obra Indirecta	Dólares	1,00	527,47	527,47	0,35	184,61	712,08	320,00	2,23
Depreciaciones	%	2,00	127,06	254,13	0,35	88,94	343,07	320,00	1,07
Gastos administrativos+financieros+ventas				2147,22	0,35	751,53	2898,74	320,00	9,06

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Proyección de Ingresos

Tabla 88. Proyecciones de ingresos

PROYECCIÓN DE INGRESOS															
PRODUCTO	INGRESOS 1			INGRESOS 2			INGRESOS 3			INGRESOS 4			INGRESOS 5		
	Cantidad	Precio Unit.	Total Año 1	Cantidad	Precio Unit.	Total Año 2	Cantidad	Precio Unit.	Total Año 3	Cantidad	Precio Unit.	Total Año 4	Cantidad	Precio Unit.	Total Año 5
Sandalias	3840,00	32,28	123961,07	3896,00	32,37	126108,42	3952,00	32,46	128266,45	4009,00	32,54	130467,76	4068,00	32,63	132745,29
TOTAL, INGRESOS			123961,07			126108,42			128266,45			130467,76			132745,29

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Para el cálculo de los ingresos se tomó en cuenta la capacidad de producción de 16 pares de sandalias diarias, a un ritmo de trabajo de lunes a viernes, con una jornada laboral de ocho horas diarias y veinte días al mes. La producción estimada anual es de 3.840 pares que se producirá y se proyecta a cinco años con la tasa de inflación anual del año 2018 0, 27% según el Banco Central del Ecuador.

5.6 Flujo de Caja

Un flujo de caja también conocido como flujo de efectivo, flujo de liquidez o cash flow es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado (Arturo R, 2019, pág. 1).

Tabla 89. *Detalle flujo de caja*

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
A. OPERACIONALES		123961,07	126108,42	128266,45	130467,76	132745,29
Ventas		123961,07	126108,42	128266,45	130467,76	132745,29
EGRESOS						
B. OPERACIONALES		87653,84	88189,69	88427,81	88430,69	88684,42
Costos		66056,41	66234,76	66413,60	66592,91	66787,68
Gastos administrativos		14870,33	15209,67	15250,73	15056,04	15096,69
Gastos ventas		6727,10	6745,26	6763,48	6781,74	6800,05
FLUJO						
C. OPERACIONAL (A-B)		36307,24	37918,72	39838,64	42037,07	44060,87
INGRESOS NO						
D. OPERACIONALES	47041,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Recursos Propios	20541,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Recursos de tercio	26500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EGRESOS NO						
E. OPERACIONALES	44894,00	12685,15	13132,33	13665,11	14275,18	14836,78
Inversión realizada activos	44894,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago de creditos a largo plazo		4280,45	4738,52	5245,62	5806,99	6428,43
Gasto financiero Pago interese		2509,02	2050,94	1543,85	982,48	361,04
saldo antes de impuestos de utilidades		29517,77	31129,26	33049,18	35247,60	37271,41
pago de participación de utilidad 15%		4427,67	4669,39	4957,38	5287,14	5590,71
Saldo después de las utilidades		25090,11	26459,87	28091,80	29960,46	31680,69
pago de impuestos		1468,02	1673,48	1918,27	2198,57	2456,60
FLUJO NO						
F. OPERACIONAL (D-E)	2147,22	-12685,15	-13132,33	-13665,11	-14275,18	-14836,78
FLUJO NETO						
G. GENERADO (C-F)		23622,09	24786,39	26173,53	27761,89	29224,09
SALDO INICIAL DE						
H. CAJA		2147,22	25769,31	50555,70	76729,23	104491,12
SALDO FINAL DE						
I. CAJA (G+H)	2147,22	25769,31	50555,70	76729,23	104491,12	133715,21

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

El flujo de efectivo presenta una inversión inicial de \$47.041,22, el mismo que se considera para el año cero, consecutivamente el valor que corresponde al saldo inicial de caja es de \$ 2147,22 que es el valor del capital de trabajo inicial para ejercer las actividades de la empresa del primer mes. Para el año 1 el flujo neto generado es de \$ 23.622,09 para el año 2 es de \$ 24.786,09 el flujo del año 3 es de \$ 26.173,53 mientras que el flujo neto del año 4 que corresponde a la sumatoria del flujo neto generado y el saldo inicial de caja asciende a un valor de \$ 104.491, 12 dólares hasta el año 5 que es de \$133.715,21 dólares que, al restar los ingresos operacionales con los egresos operacionales, más el saldo inicial de caja es el resultado de este valor.

5.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio determina cuál es el nivel de ventas preciso para poder cubrir el total de los costes de la empresa, puesto que predice el punto de ventas anuales que se debe conseguir para no tener pérdidas y comenzar a disfrutar de beneficios (Montero, 2017, pág. 1).

Con el punto de equilibrio determinaremos el valor en la cual la empresa no tendría ni pérdidas ni ganancia, es decir, punto cero o muerto.

Tabla 90. *Detalles punto de equilibrio*

PUNTO DE EQUILIBRIO				
DETALLE DE VARIABLES	TOTALES	GASTOS	COSTOS	
Ingresos	\$ 123.961,07			
Costos Fijos	\$ 33.234,84	\$ 20.765,53	\$ 12.469,31	
Costos Variables	\$ 56.928,02	\$ 3.340,92	\$ 53.587,10	
Costos totales	\$ 90.162,86			
Número de unidades	3.840			
Precio Unitario de venta	\$ 32,28			
Costo Variable Unitario	\$ 23,91			

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

Punto de equilibrio en dólares

$$\begin{aligned} & \frac{\text{CF}}{\text{CV}} \\ \text{P.E. \$} = & \frac{\text{CF}}{\text{CV}} \\ & 1- \quad \text{IT} \\ & \frac{\$33.234,84}{\$56.928,86} \\ \text{P.E. \$} = & \frac{\$33.234,84}{\$56.928,86} \\ & 1- \quad \$123,961,07 \end{aligned}$$

$$\text{P.E. \$} = 61.459,62$$

Se ha calculado el PE en valores monetarias que asciende a \$ 61.459,62, es decir, que necesito ingresos por este valor para no perder ni ganar en la empresa.

Punto de equilibrio en unidades

$$\text{PE} = \text{CF} / \text{PVU} - \text{CVU}$$

$$\text{P.E.} = \$33.234,84 / 32,28 - 23,91$$

$$\text{P.E.} = 1.904$$

La empresa tiene que vender 1.904 pares de sandalias para no ganar ni perder.

Punto de equilibrio en %

$$\text{P.E. \%} = \frac{\text{Costos Fijo}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable}} * 100$$

$$\text{P.E. \%} = \$33.234,84 / \$123.961,07 - \$56.928,86 * 100$$

$$\text{P.E. \%} = 49,58\%$$

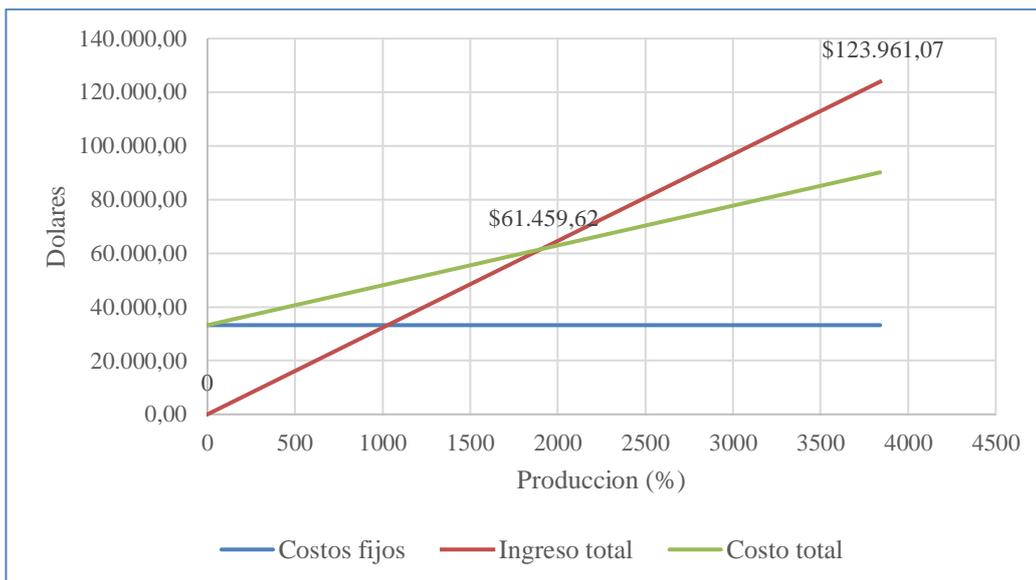


Gráfico 25. Punto de equilibrio

Fuente: Investigación propia

Aplicando la fórmula del punto de equilibrio se determinó que el valor que se tiene que vender en el año es de \$ 61.459,62 dólares que equivale a 1.904 pares de sandalias, representando 49,58% para no tener ni pérdidas ni ganancias y poder sustentar los costos y gastos de la empresa.

5.8. Estado de Resultados proyectado

El estado de resultados o estado de ganancias y pérdidas, es un reporte financiero que muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en un período de tiempo (Jauregui, 2017, pág. 1).

El estado de resultado ayuda a definir si el proyecto genera utilidades o pérdidas, mismo que detalla en la siguiente tabla:

Tabla 91. Estado de resultado

ESTADO DE RESULTADO					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	\$ 123.961,07	\$ 126.108,42	\$ 128.266,45	\$ 130.467,76	\$ 132.745,29
(-) Costo de producción	\$ 66.056,41	\$ 66.234,76	\$ 66.413,60	\$ 66.592,91	\$ 66.787,68
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 57.904,66	\$ 59.873,65	\$ 61.852,85	\$ 63.874,85	\$ 65.957,61
(-) Gastos de venta	\$ 6.727,10	\$ 6.745,26	\$ 6.763,48	\$ 6.781,74	\$ 6.800,05
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 51.177,56	\$ 53.128,39	\$ 55.089,38	\$ 57.093,11	\$ 59.157,56
(-) Gastos Administrativos	\$ 14.870,33	\$ 15.209,67	\$ 15.250,73	\$ 15.056,04	\$ 15.096,69
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 36.307,24	\$ 37.918,72	\$ 39.838,64	\$ 42.037,07	\$ 44.060,87
(-) Gastos Financieros	\$ 2.509,02	\$ 2.050,94	\$ 1.543,85	\$ 982,48	\$ 361,04
(+) Otros ingresos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Otros egresos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 33.798,22	\$ 35.867,78	\$ 38.294,80	\$ 41.054,59	\$ 43.699,83
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 5.069,73	\$ 5.380,17	\$ 5.744,22	\$ 6.158,19	\$ 6.554,97
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 28.728,48	\$ 30.487,61	\$ 32.550,58	\$ 34.896,40	\$ 37.144,86
(-) Impuesto a la renta	\$ 2.013,77	\$ 2.277,64	\$ 2.587,09	\$ 2.938,96	\$ 3.276,23
(=) UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 26.714,71	\$ 28.209,97	\$ 29.963,49	\$ 31.957,44	\$ 33.868,63

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

En el estado de resultado se refleja utilidades de ejercicios entre los ingresos y egresos operacionales para obtener la utilidad, para el año 1 se obtiene una utilidad de \$ 26.714,71 el año 2 \$ 28.209,97 para el año 3 \$ 29.963,49, año 4 \$ 31.957,44 y para el año 5 una utilidad de \$ 33.868,63 dólares.

5.9. Evaluación Financiera

a) Indicadores

El indicador es: “Una operación matemática entre dos cantidades tomadas de los estados financieros. Se realiza para llevar a cabo un estudio o análisis de cómo se encuentran las finanzas de la empresa” (Baena, 2010, pág. 121).

a.1) Valor Actual Neto

“El valor actual neto es un indicador económico el cual mide los flujos de egresos e ingresos de una empresa para descontar y determinar la inversión del comienzo y a su vez percibir si el plan es factible” (García E. , 2015, pág. 152).

Tabla 92. Tasa mínima aceptable de rendimiento

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)					
CONCEPTO	INVERSION	%	TASA PASIVA	TASA ACTIVA	TASA TMAR
RECURSOS PROPIOS	\$ 20.541,22	43,67%	40,00%		17,47%
RECURSOS AJENOS	\$ 26.500,00	56,33%		10,21%	5,75%
TOTAL	\$ 47.041,22	100,00%			23,22%

Fuente: Investigación propia

Elaboración por: Masaquiza, M. (2019)

Se establece tasa de descuento para medir el costo de oportunidad de los recursos que se utilizaran en el proyecto, utilizando la tasa de descuento, se determina aplicando la fórmula de costo del capital promedio ponderado, que está conformado por el porcentaje de recursos ajenos y por el costo del porcentaje de recursos propios, obteniendo como resultado una tasa de descuento del 23,22%.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Tabla 93. *Valor actual neto*

VALOR ACTUAL NETO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO GENERADO (C-F)	\$47.041,22	\$23.622,09	\$24.786,39	\$26.173,53	\$27.761,89	\$29.224,09
		\$19.170,94	\$20.115,85	\$21.241,61	\$22.530,67	\$23.717,34
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ 24.777,97					

Fuente: Investigación propia

Elaboración por: Masaquiza, M. (2019)

VAN: el resultado es \$24.777,97, que decir que el proyecto es viable ya que es superior a cero.

a.2) Tasa Interna Retorno

Se define como “TIR es la tasa interna de retorno de un plan interno de regreso en el cual se toma en cuenta la valoración del flujo de caja que posee la organización o empresa” (Montoro, Martín, & Diez, 2014, pág. 316).

TIR muestra el valor porcentual de rentabilidad que tendrá el proyecto

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

TIR

COMPROBACION DE TIR **46%**

El valor del TIR es del 46% y el VAN con una cantidad de \$24.777,97 dólares, resulta un flujo es positivo, es decir, tenemos un valor superior a cero, por lo tanto, el emprendimiento es viable, por lo que se recupera lo invertido y se obtiene rentabilidad en la elaboración de sandalias de cuero.

a.3) Beneficio Costo

Beneficio Costo es la suma de los flujos futuros traídos a valor presente dividiendo para la inversión inicial.

$$B/C = VAI/VAC$$

Tabla 94. *Beneficio-Costo*

BENEFICIO-COSTO						
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	\$				\$	
\$ 47.041,22	23.622,09	\$24.786,39	\$26.173,53	27.761,89	\$ 29.224,09	
FLUJO TRAIDO AL VALOR PRESENTE	\$	\$	\$	\$	\$	
	19.170,94	\$20.115,85	\$21.241,61	22.530,67	\$ 23.717,34	
		BENEFICIO COSTO			\$	2,27

Fuente: Investigación propia

Elaboración por: Masaquiza, M. (2019)

La relación beneficio-costo del proyecto nos manifiesta, que por cada dólar invertido se obtiene un valor de \$ 2,27 centavos de dólar.

a.4) Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación permite conocer el tiempo que se recuperaría lo invertido en el emprendimiento.

$$B / C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{V_i}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+i)^n}}$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA	\$47.041,22	\$23.622,09	\$24.786,39	\$26.173,53	\$27.761,89	\$29.224,09
FLUJO TRAIDO AL VALOR PRESENTE		\$19.170,94	\$20.115,85	\$21.241,61	\$22.530,67	\$23.717,34
FLUJO ACUMULADO		\$27.870,28	\$ 7.754,44	13.487,17	\$-36.017,84	59.735,18

Fuente: Investigación propia

Elaboración por: Masaquiza, M. (2019)

El periodo de recuperación de la inversión será de dos años, diez meses y nueve días.

BIBLIOGRAFÍA

- Cooltra Motos S.L. (06 de Octubre de 2016). Sistema de distribución de productos, ¿cuál elegir? Obtenido de <https://blog.cooltra.com/sistema-de-distribucion-de-productos-cual-elegir/>
- Activa Conocimiento . (2016). Las Cinco Fuerzas de Porter. Obtenido de <http://activaconocimiento.es/las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- Actualicese. (2015). Indicadores Financieros.
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria . (Noviembre de 2014). Guía de requisitos . Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/11/ie-d.1.1.-ali-01-a1_requisitos_rs_alimentos_nacionales.pdf
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria . (2018). Emisión de permisos . Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Aiteco. (07 de Abril de 2018). Definición del Concepto de Calidad. Obtenido de <https://www.aiteco.com/concepto-de-calidad/>
- Aiteco Consultores . (30 de Mayo de 2018). Qué es un proceso – Gestión de Procesos. Obtenido de <https://www.aiteco.com/que-es-un-proceso/>
- Areas, F. (2012). El Proyecto de Innovacion. Introduccion a la metodologia científica (Sexta Edicion ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). FUNDAMENTOS DE MARKETING. Mexico.
- Arturo R. (09 de 07 de 2019). Que es un flujo de Caja . Obtenido de Crecenegocios: <https://www.crecenegocios.com/flujo-de-caja/>
- Asociación de economistas . (22 de Abril de 2015). Economía Nivel Usuario. Obtenido de <https://economianivelusuario.com/2014/04/22/que-es-la-oferta/>
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluacion de Proyectos. Mexico: McGrawHill.
- Baca Urbina, G. (2014). Evaluacion de proyectos. Mexico , D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES , S.A. DE C.V.

- Baca, G. (2014). Evaluacion de proyectos. Mexico: McGRAM-INTERAMERICANA EDITORES, S.A.DE C.V.
- Baena, T. D. (2010). Analisis Financiero, Enfoque y Proyecciones. Bogota: ECOE Ediciones.
- Barroso, C. (2017). EL MERCADO ALTERNATIVO . Obtenido de https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/66233/El_mercado_alternativo_bursatil.pdf?sequence=1
- Buján Pérez, A. (08 de 09 de 2013). Gastos Financieros. Obtenido de Enciclopedia Financiera: <https://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-gastos-financieros.html>
- Caldas, M., Fernandez, A., & Carrión, R. (2017). Plan de inversiones y plan de financiación (Carmen Calvo ed.). Madrid: Editex, S.A.
- Caurin, J. (3 de 09 de 2017). Plan de financiacion . Obtenido de Emprendepyme: <https://www.emprendepyme.net/plan-de-financiacion>
- Centro Universitario de Mercadotecnia y Publicidad. (09 de Mayo de 2018). ¿Es lo mismo Publicidad y promoción? Obtenido de <http://www.cump.edu.mx/art%3%ADculos-de-inter%3%A9s/item/504-es-lo-mismo-publicidad-y-promoci%C3%B3n>
- Chagerben, L., Yagual, A., & Hidalgo, J. (2017). La importancia del financiamiento en el sector microempresario. Dominio de las ciencias. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-LaImportanciaDelFinanciamientoEnElSectorMicroempre-6326783.pdf>
- Chavarria, E. (2013). Minimos Cuadrados. Wolters Kluwer.
- Codigo del trabajo. (09 de 07 de 2018). Codigo del trabajo 2019: Obligaciones y Beneficios del Empleadores y Trabajadores. Obtenido de Codigo de trabajo : <https://drive.google.com/file/d/1Utp9jZsvA6Tu7L0YD5Z76BM3d8BLBFu/view>
- Conexionesan . (6 de 10 de 2016). Que es un mapa de proceso en la organizacion . Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-el-mapa-de-procesos-de-la-organizacion/>
- Coronel, A. (2015). Elaboracion de un plan estrategico.
- Corvo, T. (2018). Lifeder. Obtenido de Capacidad de produccion : <https://www.lifeder.com/capacidad-de-produccion/>

- Coya, A. (11 de 08 de 2015). ¿Que tipo de extintor se debe usar dependiendo del fuego ocasionado? Obtenido de Previfoc: <https://www.previfoc.com/actualidad/que-tipo-de-extintor-se-debe-usar-dependiendo-del-fuego-ocasionado>
- CreceNegocios. (26 de 03 de 2010). Definicion de Demanda Potencial. doi:<https://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>
- CreceNegocios. (2018). Cómo hallar la demanda potencial . Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>
- Del Pozo, J. (27 de Marzo de 2017). Que es la imagen corporativa . Obtenido de <https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-imagen-corporativa/>
- Deniz, J. J. (2013). Conceptos basicos de contabilidad financiera. Madrid: Delta publicaciones.
- DESIPLO UNFV. (13 de 01 de 2015). Tipo de gastos de ventas. Obtenido de equipo: <https://www.e-quipu.pe/publication/tipos-de-gastos-de-venta-1523482118>
- DestinoNegocios. (2015). Como hacer un correcto seguimiento de cliente. Obtenido de <https://destinonegocio.com/ec/emprendimiento-ec/un-correcto-seguimiento-de-clientes/>
- Ecosmeticos. (06 de Febrero de 2017). Ecosmeticos. Obtenido de Ecosmeticos: <https://www.ecosmeticos.co/crema-para-peinar>
- Ecuador en cifras . (2010). Fascículo Tungurahua . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- El Comercio. (08 de Enero de 2017). Economía. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/productosimportados-consumo-inflacion-salvaguardias.html>
- El Comercio. (10 de 07 de 2019). La feria del calzado y sus componentes fue inaugurada en Ambato. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/feria-calzado-componentes-inauguracion-ambato.html>
- El Telégrafo . (23 de Junio de 2012). Empresarial. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/empresarial-2>
- Elizondo , J., & Campos , C. (2014). sticas nutricionales de la cáscara de piña ensilada. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

- Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato EP . (2018). Obtenido de <https://www.embaep.gob.ec/requisitos-obtencion-permiso-de-funcionamiento/>
- Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato EP. (2018). Requisitos para la obtención de permisos de Funcionamiento. Obtenido de <https://www.embaep.gob.ec/requisitos-obtencion-permiso-de-funcionamiento/>
- Equitek. (2018). nanfang siemens embotelladora. Obtenido de https://equitek.com.mx/maquinas-ensado2/?gclid=EAIaIQobChMIoc6GmZjM3AIVUgOGCh2UbAQ6EAAAYASAAEgIII_D_BwE
- Escuela Europea de Management. (29 de Junio de 2017). ¿Qué es el mapa de procesos? Concepto, misión y contenido. Obtenido de <http://www.esuelamanagement.eu/direccion-general-2/4143>
- Espinosa, R. (31 de Mayo de 2015). Estrategias de crecimiento . Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>
- Espinosa, R. (29 de Julio de 2015). LA MATRIZ DE ANÁLISIS DAFO (FODA). Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Espinoza , F. (2007). Los proyectos de inversión: evaluación financiera,. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Excelencia, E. E. (13 de Septiembre de 2016). Desarrollo del concepto calidad . Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- Expreso . (21 de Marzo de 2016). “Los champús, un mercado de 100 millones de dólares”. Obtenido de <https://www.expreso.ec/economia/los-champus-un-mercado-de-100-millones-de-dolares-FC172676>
- Fischer , L., & Espejo , J. (2003). Mercadotecnia. . Tercera Edición.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). Mercadotecnia. Mexico: Me Graw Hill.
- Fleitman , J. (2000). Negocios Exitosos. McGramHill.
- Florido , M. (27 de 07 de 2017). Mision, Vision y Valores de una empresa . Obtenido de Marketingandweb:

<https://www.marketingandweb.es/emprendedores-2/mision-vision-y-valores-de-una-empresa/>

Fullana C, G. (2011). Presupuesto Financiero Empresarial. Mexico: Carranco S.A.

GAD Municipal Ambato . (01 de Agosto de 2018). DOCUMENTOS HABILITANTES CATASTROS Y AVALÚOS. Obtenido de <http://gadmatic.ambato.gob.ec/gadmatic/docs/requisitos.pdf>

GAD Municipal de Ambato . (2018). INSTRUCTIVO PARA TENER ACCESO A LAS APLICACIONES Y SERVICIOS QUE BRINDA EL GADMATIC. Obtenido de <https://www.ambato.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Instructivo-2.pdf>

GAD Municipal de Ambato . (01 de Agosto de 2018). Requisitos . Obtenido de <http://gadmatic.ambato.gob.ec/gadmatic/docs/requisitos.pdf>

Garcia , E. (2015). Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa. España: Ediciones Paraninfo S.A.

Garcia, I. (06 de 11 de 2017). Definicion de Mercado. Obtenido de [economiasimple.net: https://www.economiasimple.net/glosario/mercado](https://www.economiasimple.net/glosario/mercado)

Geo Tutoriales . (18 de Agosto de 2015). El Proceso de Transformación de Insumos en Productos o Servicios. Obtenido de <https://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/el-proceso-de-transformacion-de-insumos-en-productos-o-servicios/>

Geo Tutoriales. (18 de 08 de 2015). Gestion de operaciones. Obtenido de [El proceso de trasformacion: https://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/el-proceso-de-transformacion-de-insumos-en-productos-o-servicios/](https://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/el-proceso-de-transformacion-de-insumos-en-productos-o-servicios/)

Gerencia.com. (26 de 04 de 2018). Depreciación. Obtenido de [Gerencia.com: https://www.gerencie.com/depreciacion.html](https://www.gerencie.com/depreciacion.html)

González, O., & Arciniegas, J. (2015). Sistema de Gestión de Calidad. Ecoediciones. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/09/Sistemas-de-gesti%C3%B3n-de-calidad.pdf>

Hurtado, S. (10 de 01 de 2018). EADBOX. Obtenido de Diagrama de Pareto .

INEC. (2015). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Informe_Ejecutivo_Mar15.pdf

Ingenio Empresa. (11 de Abril de 2016). Capacidad de producción: ¿Qué es y cómo se calcula? Obtenido de <https://ingenioempresa.com/capacidad-produccion-empresa/>

- Ingenio Empresa. (12 de Julio de 2016). El diagrama de Pareto: Qué es y cómo se construye. Obtenido de <https://ingenioempresa.com/diagrama-de-pareto/>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social . (2014). REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/Reglamento-de-Seguridad-y-Salud-de-los-Trabajadores-y-Mejoramiento-del-Medio-Ambiente-de-Trabajo-Decreto-Ejecutivo-2393.pdf>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social . (2018). Registro . Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2012). REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO. Obtenido de <https://www.prosigma.com.ec/pdf/nlegal/Decreto-Ejecutivo2393.pdf>
- ISOtools. (8 de 03 de 2018). Calidad y exelencia. Obtenido de <https://www.isotools.org/2018/03/08/que-es-un-checklist-y-como-se-debe-utilizar/>
- Jauregui, M. (23 de 03 de 2017). Estado de resultados: definicion, estructura y características. Obtenido de Aprendiendo administración: <https://aprendiendoadministracion.com/estado-de-resultados/>
- Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2009). Marketing (Novena Edición ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Kocitas. (24 de Enero de 2016). Kocitas. Obtenido de Kocitas: <https://www.cositasfemeninas.com/como-preparar-una-crema-para-peinar-casera-sin-enjuague.html>
- La Hora . (5 de Abril de 2016). Cáscara de piña y sus beneficios . Obtenido de <https://www.noticiasaldiyalahora.co/salud/la-cascara-de-pina-y-sus-beneficios/>
- Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada. (22 de Octubre de 2015). EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/empresa-unipersonal-de-responsabilidad-limitada>
- Lizana, C. (2014). Conoce los beneficios que brinda la crema para peinar a tu cabello. Obtenido de <http://www.divas.pe/diva-divina/belleza/conoce-los->

beneficios-que-brinda-la-crema-para-peinar-a-tu-cabello_2765#.W3MVh9JKjIU

- López , M., Wing, R., & Rojas, A. (2014). Meta-análisis de los subproductos de piña para la alimentación animal. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Mahecha, R. (2016). Aprovechamiento de la cáscara de la piña para el desarrollo de una bebida endulzada con stevia. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Manene, L. (04 de Abril de 2012). MERCADO: CONCEPTO, TIPOS, ESTRATEGIAS, ATRACTIVO Y SEGMENTACIÓN. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion/>
- Manene, L. (2012). MERCADO: CONCEPTO, TIPOS, ESTRATEGIAS, ATRACTIVO Y SEGMENTACIÓN. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion/>
- Manene, L. (04 de Abril de 2015). MERCADO: CONCEPTO, TIPOS, ESTRATEGIAS, ATRACTIVO Y SEGMENTACIÓN. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion/>
- Marciniack, R. (19 de Febrero de 2015). Analisis de la Empresa y su entorno. Obtenido de <http://werobe01.blogspot.com/2013/02/macro-y-microambiente.html>
- Marciniak, R. (07 de 04 de 2017). Gestion Empresarial. Obtenido de Analisis de cinco fuerzas de Porter: <https://renatamarciniak.wordpress.com/2017/06/04/analisis-de-cinco-fuerzas-de-porter/>
- Mercado Libre. (2018). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-417543623-ollas-para-cerveza-artesanal-en-acero-inoxidable-_JM
- Mercado, S. (2004). Administración Practica . Mexico : Llimusa Noriega .
- Meza, J. (2017). LA AMPLIACION DE ARTICULOS DE CUERO NATURAL Y SINTETICO EN EL SUR DE QUITO. Quito.
- Ministerio de Salud Pública . (22 de Marzo de 2017). Normativa sanitaria para productos cosméticos, productos de higiene . Obtenido de http://www.puntofocal.gov.ar/notific_otros_miembros/ecu331a1_t.pdf

- Ministerio de Salud Pública . (2018). Permiso de funcionamiento . Obtenido de <http://www.calidadsalud.gob.ec/acces-app-servicio-ciudadano/public/permisoFuncionamiento/informacion.jsf>
- Ministerio de Salud Pública . (2018). Permisos de funcionamiento . Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/nuevo-proceso-para-obtencion-de-permisos-de-funcionamiento-tiene-acogida-en-usuarios/>
- Ministerio del Ambiente . (2018). Preguntas frecuentes y protocolo de gestión a requerimientos. Obtenido de http://suia.ambiente.gob.ec/documentos?p_p_id=20&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&_20_struts_action=%2Fdocument_library%2Fview_file_entry&_20_redirect=http%3A%2F%2Fsuia.ambiente.gob.ec%2Fdocu
- Mintzberg, H., & James , B. (1991). El Proceso Estrategico . Prentice Hall.
- Montero, M. (16 de 11 de 2017). Que es el punto de equilibrio. Obtenido de Emprende pyme: <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-punto-de-equilibrio.html>
- Montoro, M., Martín, G., & Diez, I. (2014). Economía de la empresa. España: Paraninfo.
- Muente, G. (10 de 04 de 2019). Matriz de evaluacion de factores internos o Matriz EFI . Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/matriz-efi/>
- Natura. (12 de Enero de 2015). Beneficios de usar crema para peinar. Obtenido de <http://www.natura.com.mx/novedades/belleza/beneficios-de-usar-crema-para-peinar>
- Nunes, P. (26 de 06 de 2012). Contabilidad. Obtenido de Ciencias Económicas y Comerciales: <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/ingresos.htm>
- Ortega Pereira, J. (2007). Contabilidad de Costos. Bogota.
- Ortiz, C. (2012). Foro de Seguridad . Obtenido de La importancia de un plan de contingencia: <http://forodeseguridad.com/artic/discipl/4132.htm>
- Pardo , J. M. (2012). Configuracion y usos de un mapa de procesos. Madrid: Aenor.
- Percy, R. (26 de Junio de 2016). Flujogramas. Obtenido de <https://es.slideshare.net/PercyRodrigo/flujogramas-63459874>

- Perez, A. (2019). Zona Economica. Obtenido de Matriz de perfil competitivo : <https://www.zonaeconomica.com/matriz-del-perfil-competitivo>
- Pérez, O. (19 de 11 de 2015). Descripción de puestos . Obtenido de Peoplenext: <https://blog.peoplenext.com.mx/descripcion-de-puestos-talento-humano>
- Pimienta Lastra, R. (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. Política y Cultura. Redalyc.org. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/267/26701313.pdf>
- Polimeni , R., Fabozzi, F., & Adelberg, A. (2005). Contabilidad de Costos - Conceptos y aplicaciones para la toama de desiciones gerenciaales (Tercera Edicion ed.). Colombia: Mc Graw Hill Interamericana, S.A. Obtenido de <http://fullseguridad.net/wp-content/uploads/2017/01/Contabilidad-de-costos-3ra-Edici%C3%B3n-Ralph-S.-Polimeni.pdf>
- Polo, D. (2018). Plan de contingencia empresarial. Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/es/plan-de-contingencia-empresarial/>
- Ponce Talancon, H. (09 de 2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. Revista Academica. Obtenido de <https://eco.mdpu.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Harvard Business Review.
- Reinventandoelcalzado. (2018). Enfermedades en la industria del calzado. Obtenido de reinventandoelcalzado: https://reinventandoelcalzado.es/enfermedades-en-la-industria-del-calzado/#Ley_de_Seguridad_e_higiene_en_el_trabajo
- Revista Judicial. (2014). Revista Judicial . Obtenido de <https://supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/LEY%20DE%20EMPRESAS%20UNIPERSONALES.pdf>
- Riquelme , M. (22 de 07 de 2019). ¿Que son los gastos administrativos? Obtenido de Web y Empresa: <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>
- Riquelme, M. (24 de Mayo de 2015). Matriz de perfil competitivo. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-matriz-del-perfil-competitivo/>
- Risa, S. (07 de Mayo de 2017). Demanda potencial insatisfecha. Obtenido de <https://es.slideshare.net/samantharisa/demanda-potencial-insatisfecha>

- Rojas, M. (17 de Diciembre de 2017). Nivel óptimo de inventario. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ManuelRojas49/nivel-optimo-de-inventario>
- Saldarriaga, C. (29 de 03 de 2017). Obtenido de Estudios de tiempos Ritmo de produccion: <https://es.slideshare.net/salda04/estudio-de-tiempos-ritmo-de-produccion>
- Saldarriaga, C. (29 de Marzo de 2017). Estudio de tiempo . Obtenido de <https://es.slideshare.net/salda04/estudio-de-tiempos-ritmo-de-produccion>
- SalesUp. (04 de Septiembre de 2017). Gestión de clientes: Lógralo en 4 pasos. Obtenido de <https://www.salesup.com/crm-online/cc-gestion-de-clientes.shtml>
- Sanchez , S. (11 de 01 de 2017). Gestion Empresarial. Obtenido de Las cinco Fuerzas de Porter: http://www.deguate.com/artman/publish/gestion_merca/El_modelo_de_las_5_fuerzas_de_Porter_461.shtml
- Sánchez, A. (07 de Febrero de 2017). ¿Qué es una promoción según los expertos? Obtenido de <https://www.informabtl.com/que-es-una-promocion-definicion-expertos/>
- Seco, M. (26 de 09 de 2017). Plan de inversion . Obtenido de <https://www.empredepyme.net/que-es-un-plan-de-inversion.html>
- Servicio de Rentas Internas . (2018). Requisitos . Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>
- Servicio de Rentas Internas . (2018). Trámites en línea . Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>
- Servicio de Rentas Internas . (2019). Registro Único de Contribuyentes/Inscripción. Quito : SRI.
- Servicio Ecuatoriano de Normalización . (Marzo de 2015). Productos cosméticos . Obtenido de <https://manualzz.com/doc/5580993/n-te-inen-2867---servicio-ecuadoriano-de-normalizaci%C3%B3n>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales . (2017). Signos Distintivos . Quito: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales .

- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales . (05 de Junio de 2018). Registro de marca . Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Significados.com. (21 de Febrero de 2017). Control de calidad . Obtenido de <https://www.significados.com/control-de-calidad/>
- Star Of Service . (2017). Star Of Service . Obtenido de <https://www.starofservice.ec/dir/tungurahua/ambato/ambato/peluqueria#/intro/peluqueria>
- Thompson, I. (1999). Publicidad. España: Thomson Editores.
- Tratamientos para cabello . (13 de Julio de 2016). TRATAMIENTO DE PIÑA PARA EL CABELLO. Obtenido de <https://www.tratamientoparacabello.com/tratamiento-de-pina-para-el-cabello/>
- Tresemme. (20 de Junio de 2017). Cremas para peinar . Obtenido de Tresemme: <https://www.tresemme.com/ar/productos/cremas-para-peinar.html>
- Valdiviezo, K. (2017). Plan de contingencia. Obtenido de <https://www.slideshare.net/merlyncita/elaboramos-nuestro-plan-de-contingencia>
- Villar, K. (03 de 12 de 2016). MKTtotal. Obtenido de Fuerzas de Porter: <https://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/que-son-las-5-fuerzas-de-porter/>
- Wikipedia. (2018). Wikipedia. Obtenido de Analisis de Porter de las cinco fuerzas: https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas
- Yi Min Shum. (18 de 06 de 2018). Matriz de Evaluacion de factores externos . Obtenido de <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe/>
- Yi Min Shum Xie. (06 de Febrero de 2018). Matriz de evaluación de factores internos (Matriz EFI – MEFI). Obtenido de <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-internos-mefi/>

Anexos

ANEXOS No 1.- Proyección de mano de obra

PROYECCIÓN MANO DE OBRA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 5.841	\$ 5.856	\$ 5.872	\$ 5.888	\$ 5.904
\$ 5.841	\$ 5.856	\$ 5.872	\$ 5.888	\$ 5.904
\$ 11.681	\$ 11.713	\$ 11.744	\$ 11.776	\$ 11.808

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masaquiza, M. (2019)

ANEXOS No 2.- Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION						
MONTO A FINANCIAR		\$ 26.500,00				
TASA ANUAL		10,21%				
TASA MENSUAL		0,008508				
TIEMPO A FINANCIAR		5				
N/PERIODOS		60				
CALCULO DE CUOTA PAGO		\$ -565,79				
INTERES		\$ -225,47				
CAPITAL		\$ -340,32				
Nº	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	CAP.+INT.	SALDO FINAL
0						\$ 26.500,00
1	\$ 26.500,00	\$ 565,79	\$ 225,47	\$ 340,32	\$ 565,79	\$ 26.159,68
2	\$ 26.159,68	\$ 565,79	\$ 222,58	\$ 343,21	\$ 565,79	\$ 25.816,47
3	\$ 25.816,47	\$ 565,79	\$ 219,66	\$ 346,13	\$ 565,79	\$ 25.470,33
4	\$ 25.470,33	\$ 565,79	\$ 216,71	\$ 349,08	\$ 565,79	\$ 25.121,26
5	\$ 25.121,26	\$ 565,79	\$ 213,74	\$ 352,05	\$ 565,79	\$ 24.769,21
6	\$ 24.769,21	\$ 565,79	\$ 210,74	\$ 355,04	\$ 565,79	\$ 24.414,16
7	\$ 24.414,16	\$ 565,79	\$ 207,72	\$ 358,06	\$ 565,79	\$ 24.056,10
8	\$ 24.056,10	\$ 565,79	\$ 204,68	\$ 361,11	\$ 565,79	\$ 23.694,99
9	\$ 23.694,99	\$ 565,79	\$ 201,60	\$ 364,18	\$ 565,79	\$ 23.330,80
10	\$ 23.330,80	\$ 565,79	\$ 198,51	\$ 367,28	\$ 565,79	\$ 22.963,52
11	\$ 22.963,52	\$ 565,79	\$ 195,38	\$ 370,41	\$ 565,79	\$ 22.593,11
12	\$ 22.593,11	\$ 565,79	\$ 192,23	\$ 373,56	\$ 565,79	\$ 22.219,55
13	\$ 22.219,55	\$ 565,79	\$ 189,05	\$ 376,74	\$ 565,79	\$ 21.842,82
14	\$ 21.842,82	\$ 565,79	\$ 185,85	\$ 379,94	\$ 565,79	\$ 21.462,87
15	\$ 21.462,87	\$ 565,79	\$ 182,61	\$ 383,18	\$ 565,79	\$ 21.079,70

16	\$ 21.079,70	\$ 565,79	\$ 179,35	\$ 386,44	\$ 565,79	\$ 20.693,26
17	\$ 20.693,26	\$ 565,79	\$ 176,07	\$ 389,72	\$ 565,79	\$ 20.303,54
18	\$ 20.303,54	\$ 565,79	\$ 172,75	\$ 393,04	\$ 565,79	\$ 19.910,50
19	\$ 19.910,50	\$ 565,79	\$ 169,41	\$ 396,38	\$ 565,79	\$ 19.514,12
20	\$ 19.514,12	\$ 565,79	\$ 166,03	\$ 399,76	\$ 565,79	\$ 19.114,36
21	\$ 19.114,36	\$ 565,79	\$ 162,63	\$ 403,16	\$ 565,79	\$ 18.711,20
22	\$ 18.711,20	\$ 565,79	\$ 159,20	\$ 406,59	\$ 565,79	\$ 18.304,61
23	\$ 18.304,61	\$ 565,79	\$ 155,74	\$ 410,05	\$ 565,79	\$ 17.894,57
24	\$ 17.894,57	\$ 565,79	\$ 152,25	\$ 413,54	\$ 565,79	\$ 17.481,03
25	\$ 17.481,03	\$ 565,79	\$ 148,73	\$ 417,05	\$ 565,79	\$ 17.063,98
26	\$ 17.063,98	\$ 565,79	\$ 145,19	\$ 420,60	\$ 565,79	\$ 16.643,37
27	\$ 16.643,37	\$ 565,79	\$ 141,61	\$ 424,18	\$ 565,79	\$ 16.219,19
28	\$ 16.219,19	\$ 565,79	\$ 138,00	\$ 427,79	\$ 565,79	\$ 15.791,40
29	\$ 15.791,40	\$ 565,79	\$ 134,36	\$ 431,43	\$ 565,79	\$ 15.359,97
30	\$ 15.359,97	\$ 565,79	\$ 130,69	\$ 435,10	\$ 565,79	\$ 14.924,87
31	\$ 14.924,87	\$ 565,79	\$ 126,99	\$ 438,80	\$ 565,79	\$ 14.486,07
32	\$ 14.486,07	\$ 565,79	\$ 123,25	\$ 442,54	\$ 565,79	\$ 14.043,53
33	\$ 14.043,53	\$ 565,79	\$ 119,49	\$ 446,30	\$ 565,79	\$ 13.597,23
34	\$ 13.597,23	\$ 565,79	\$ 115,69	\$ 450,10	\$ 565,79	\$ 13.147,13
35	\$ 13.147,13	\$ 565,79	\$ 111,86	\$ 453,93	\$ 565,79	\$ 12.693,20
36	\$ 12.693,20	\$ 565,79	\$ 108,00	\$ 457,79	\$ 565,79	\$ 12.235,41
37	\$ 12.235,41	\$ 565,79	\$ 104,10	\$ 461,69	\$ 565,79	\$ 11.773,73
38	\$ 11.773,73	\$ 565,79	\$ 100,17	\$ 465,61	\$ 565,79	\$ 11.308,11
39	\$ 11.308,11	\$ 565,79	\$ 96,21	\$ 469,58	\$ 565,79	\$ 10.838,54
40	\$ 10.838,54	\$ 565,79	\$ 92,22	\$ 473,57	\$ 565,79	\$ 10.364,96
41	\$ 10.364,96	\$ 565,79	\$ 88,19	\$ 477,60	\$ 565,79	\$ 9.887,36
42	\$ 9.887,36	\$ 565,79	\$ 84,12	\$ 481,66	\$ 565,79	\$ 9.405,70
43	\$ 9.405,70	\$ 565,79	\$ 80,03	\$ 485,76	\$ 565,79	\$ 8.919,94
44	\$ 8.919,94	\$ 565,79	\$ 75,89	\$ 489,89	\$ 565,79	\$ 8.430,04
45	\$ 8.430,04	\$ 565,79	\$ 71,73	\$ 494,06	\$ 565,79	\$ 7.935,98
46	\$ 7.935,98	\$ 565,79	\$ 67,52	\$ 498,27	\$ 565,79	\$ 7.437,71
47	\$ 7.437,71	\$ 565,79	\$ 63,28	\$ 502,51	\$ 565,79	\$ 6.935,21
48	\$ 6.935,21	\$ 565,79	\$ 59,01	\$ 506,78	\$ 565,79	\$ 6.428,43
49	\$ 6.428,43	\$ 565,79	\$ 54,70	\$ 511,09	\$ 565,79	\$ 5.917,33
50	\$ 5.917,33	\$ 565,79	\$ 50,35	\$ 515,44	\$ 565,79	\$ 5.401,89
51	\$ 5.401,89	\$ 565,79	\$ 45,96	\$ 519,83	\$ 565,79	\$ 4.882,06
52	\$ 4.882,06	\$ 565,79	\$ 41,54	\$ 524,25	\$ 565,79	\$ 4.357,81
53	\$ 4.357,81	\$ 565,79	\$ 37,08	\$ 528,71	\$ 565,79	\$ 3.829,10
54	\$ 3.829,10	\$ 565,79	\$ 32,58	\$ 533,21	\$ 565,79	\$ 3.295,89
55	\$ 3.295,89	\$ 565,79	\$ 28,04	\$ 537,75	\$ 565,79	\$ 2.758,14
56	\$ 2.758,14	\$ 565,79	\$ 23,47	\$ 542,32	\$ 565,79	\$ 2.215,82
57	\$ 2.215,82	\$ 565,79	\$ 18,85	\$ 546,94	\$ 565,79	\$ 1.668,89
58	\$ 1.668,89	\$ 565,79	\$ 14,20	\$ 551,59	\$ 565,79	\$ 1.117,30
59	\$ 1.117,30	\$ 565,79	\$ 9,51	\$ 556,28	\$ 565,79	\$ 561,02
60	\$ 561,02	\$ 565,79	\$ 4,77	\$ 561,02	\$ 565,79	\$ -0,00

NEXOS No 3.- Encuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMERICA”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

La presente encuesta está dirigida a nuestros posibles clientes

OBJETIVO

Determinar el nivel de aceptación para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de sandalias bordadas a mano.

INSTRUCCIONES

- Lea detenidamente las preguntas y responderlas acorde a su opinión
- Marcar con una X la respuesta.
- No existen preguntas correctas e incorrectas contestar de acuerdo a su consideración.

Nombre..... Edad ()

2. ¿Con que frecuencia compra usted una sandalia al año?

Variable	Frecuencia
1 Par	
2 Pares	
3 Pares	
4 Pares	

3. ¿Cada cuánto usas las sandalias?

Variable	Frecuencia
Menos de 1 vez por semana	
De 1 a 3 veces por semana	
De 4 a 6 por semana	
Más de 6 veces por semana	

4. ¿De las siguientes opciones porque decides comprar una sandalia?

Variables	Frecuencia
Comodidad	
Calidad	
Diseño	
Moda	
Precio	

5. ¿Usa sandalias por?

Variables	Frecuencia
Gusto	
Moda	
Necesidad	
Trabajo	

6. ¿Qué material prefiere para tus sandalias?

Variables	Frecuencia
Cuero	
Gamuza	
Lona	

7. ¿Cuánto paga usted por un par de sandalias?

Variables	Frecuencia
\$ 10	
\$ 15	
\$ 20	
\$30	

8. ¿En qué sitio prefiere comprar las sandalias?

Variables	Frecuencia
-----------	------------

Centro comercial

Almacén

Sector de comercio de calzado

9. ¿Comprarías sandalias bordadas en cuero?

Variables	Frecuencia
-----------	------------

SI

NO

10. ¿Cómo le gustaría los diseños bordados en cuero?

Variables	Frecuencia
-----------	------------

Floridos

Colores bajas

Colores Altos

11. ¿Cómo le gustaría que sean los bordados para tus sandalias?

Variables	Frecuencia
-----------	------------

A mano

Maquina

12. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un par de sandalias?

Variables	Frecuencia
-----------	------------

\$ 11 a \$ 15

\$16 a \$ 20

\$ 21 a \$ 25

\$ 26 a \$ 30

Mas

13. ¿Por qué medio de comunicación desearía que se realizara información publicitaria de esta marca de sandalias?

Medios

Variables

Frecuencias

Televisión

Redes sociales

Prensa escrita

Radio