



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO LA**  
**OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA**

**TEMA:**

---

**“LOS INSUMOS IMPORTADOS Y EL COSTO DE**  
**PRODUCCIÓN DE CALZADO DE LA EMPRESA JOSHEP’S**  
**MARC DEL CANTÓN CEVALLOS DE LA PROVINCIA DE**  
**TUNGURAHUA”.**

---

**AUTOR: LUIS OMAR ORTIZ CAÑAR**

**TUTOR: DR. RAMIRO PATRICIO CARVAJAL LARENAS**

**AMBATO – ECUADOR**

**2016**

## APROBACIÓN DEL TUTOR

Como tutor designado, Yo, Patricio Carvajal, con C.I. 180162667- 0 del Trabajo de Investigación con el tema **“LOS INSUMOS IMPORTADOS Y EL COSTO DE PRODUCCIÓN DE CALZADO DE LA EMPRESA JOSHEP`S MARC DEL CANTÓN CEVALLOS DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”** realizado por Luis Omar Ortiz Cañar, egresado de la Carrera de Economía de la Facultad de Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato; reúne los requisitos suficientes por lo que considero se someta a la evaluación pertinente del tribunal respectivo designado por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 25 de Agosto del 2015

EL TUTOR



.....

Dr. Patricio Carvajal Larenas

C.I. 180162667-0

## AUTORÍA

Yo, Luis Omar Ortiz Cañar, con C.I 150038025-6, indico que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Investigación **“LOS INSUMOS IMPORTADOS Y EL COSTO DE PRODUCCIÓN DE CALZADO DE LA EMPRESA JOSHEP’S MARC DEL CANTÓN CEVALLOS DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, son de autoría original tanto en ideas, opiniones, análisis, conclusiones, veredictos y propuesta; y de total responsabilidad del autor, por ende dominio intelectual de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 25 de agosto del 2015

AUTOR



Luis Omar Ortiz Cañar  
C.I 150038025-6


## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO


El tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema: **“LOS INSUMOS IMPORTADOS Y EL COSTO DE PRODUCCIÓN DE CALZADO DE LA EMPRESA JOSHEP’S MARC DEL CANTÓN CEVALLOS DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, presentado por Luis Omar Ortiz Cañar egresado de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias de Graduación para obtener el Título de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 25 de agosto del 2015

Para constancia firman:

  
.....  
PROFESOR CALIFICADOR 1  
Dra. Patricia Jiménez Estrella

  
.....  
PROFESOR CALIFICADOR 2  
Dr. César Salazar Mejía

  
.....  
PRESIDENTE  
Eco. Diego Proaño, Mg..

## **DEDICATORIA**

Al ser supremo, a mis padres y hermanas, de manera especial a mi esposa e hijos que son la parte motora de mi vida, ejemplos de vida, unión y desarrollo; quienes con su amor, comprensión son inspiración y apoyo, para lograr la meta que nos proponemos.

## **AGRADECIMIENTO**

A **Joshep`s Marc**, y de manera especial a su propietario, Sr. Marco Tituaña; quien de manera desinteresada ha colaborado con la información respectiva para la presente investigación.

A las autoridades de la Facultad por encaminar hacia la grandeza a esta noble institución, a los maestros que en ella laboran y supieron impartir sus conocimientos, que son la base de nuestro desarrollo y ética; al Dr. Patricio Carvajal, tutor de mi proyecto de investigación que supo motivarme con su experiencia y consejos constructivos en el desarrollo y culminación de este trabajo.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>PORTADA</b> .....	<b>i</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA</b> .....	<b>iii</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xi</b>
<b>INDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>xii</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Tema de Investigación.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.1. Contextualización.....	1
1.2.1.1. Contextualización Macro.....	1
1.2.1.2. Contextualización Meso.....	5
1.2.1.3. Contextualización Micro.....	12
1.2.2. Análisis Crítico.....	13
1.2.2.1. Árbol de problemas.....	13
1.2.3. Prognosis.....	16
1.2.4. Formulación del problema.....	16
1.2.5. Interrogantes (Subproblemas).....	16
1.2.5. Delimitación del objeto de Investigación.....	17
1.3. Justificación.....	17
1.4. Objetivos.....	18
1.4.1. Objetivo General.....	18
1.4.2. Objetivos Específicos.....	18
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>19</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>19</b>
2. 1. Antecedentes Investigativos.....	19
2.2. Fundamentación Filosófica.....	21

2.3. Fundamentación Legal .....	21
2.4. Categorías Fundamentales .....	24
2.4.1. Superordinación y subordinación conceptual .....	24
2.4.2. Infraordinación.....	25
2.4.1. Marco Conceptual de la Variable Independiente.....	27
2.4.2. Marco Conceptual de la Variable Dependiente .....	35
2.5. Hipótesis.....	53
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>54</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>54</b>
3.1. Enfoque de la investigación .....	54
3.2. Modalidad básica de la investigación .....	54
3.3. Nivel o Tipo De Investigación .....	56
3.4. Población y Muestra.....	57
3.5. Utilización de modelos estadísticos .....	58
3.6. Operacionalización de variables .....	59
<b>3.6.1. Variable independiente: Los insumos importados.....</b>	<b>59</b>
<b>3.6.2. Variable dependiente: El Costo de Producción de calzado .....</b>	<b>60</b>
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>61</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>61</b>
<b>4.1. Encuesta dirigida a los Productores de Calzado del Cantón Cevallos</b> .....	61
<b>4.2. Verificación de la Hipótesis .....</b>	84
4.2.1. Hipótesis.....	84
4.2.2. Comprobación.....	89
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>90</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>90</b>
5.1. Conclusiones .....	90
5.2. Recomendaciones.....	91
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>93</b>
<b>PROPUESTA.....</b>	<b>93</b>
6.1. Datos informativos .....	93
6.1.1. Título de la Propuesta .....	93



6.1.2. Institución Ejecutora .....	93
6.1.3. Beneficiarios .....	93
6.1.4. Ubicación .....	93
6.1.5. Tiempo estimado para la ejecución.....	93
6.1.6. Equipo técnico responsable.....	93
6.1.7. Introducción de la Propuesta.....	93
6.2. Antecedentes de la propuesta .....	94
6.3. Justificación.....	94
6.4. Objetivos de la propuesta .....	95
6.4.1 Objetivos Generales .....	95
6.4.2 Objetivos Específicos.....	95
6.5. Análisis de Factibilidad.....	95
6.5.1. Factibilidad Política .....	95
6.5.2. Factibilidad Socio-Cultural .....	95
6.5.3. Económica.....	96
6.5.4. Tecnológica.....	96
6.5.5. Legal.....	96
6.6. Propuesta de Modelo de Gestión.....	96
6.6.1. Diagnóstico Situacional de la Empresa Joshep`s Marc .....	97
6.6.1.1. Análisis Financiero .....	97
6.6.1.2. Evolución del Activo de la Empresa Joshep`s Marc.....	97
6.6.1.3. Evolución del Pasivo de la Empresa Joshep`s Marc.....	98
6.6.1.4. Evolución del Patrimonio de la Empresa Joshep`s Marc.....	98
6.6.1.5. Evolución de las Ventas y de los Costos de Producción de la Empresa Joshep`s Marc .....	99
6.6.1.6. Evolución de los Gastos Operacionales de la Empresa Joshep`s Marc .....	100
6.6.1.7. Distribución Promedio de los Gastos Operacionales de la Empresa Joshep`s Marc .....	101
6.6.1.8. Evolución de las Ganancias de la Empresa Joshep`s Marc .....	102
6.6.1.9. Comparativo de los Precios de los insumos importados en relación a los insumos nacionales y el costo de producción del calzado de la Empresa	

Joshep´s Marc .....	103
6.6.1.10. Nivel de Utilización de la Capacidad de Producción de la Empresa Joshep´s Marc .....	104
6.6.2. Diagnostico Organización de la Empresa Joshep´s Marc .....	105
6.6.2.1. Análisis de Visión .....	105
6.6.2.3. Identificación de cambios en el mercado que afectan a la empresa	106
6.6.2.3. Ideas de Innovación estratégica. ....	107
6.6.2.4. Ideas de Innovación estratégica ante los competidores .....	109
6.6.2.5. Ideas de Innovación Estratégica ante el F.D. ....	109
6.6.3. Propuesta de Valor para la empresa .....	110
6.6.3.1. Propuestas de valor para los Clientes.....	110
6.6.3.2. Propuesta de valor para los propietarios .....	112
6.6.3.3. Procesos y redes de cooperación.....	113
6.6.3.4. Capital Intangible .....	115
6.6.3.5. Perspectivas e impulsores claves de desempeño utilizados por la Empresa Joshep´s Marc .....	117
6.6.3.5.1. Perspectiva Financiera .....	118
6.6.3.5.2. Perspectiva de Clientes .....	119
6.6.3.5.3. Perspectiva de Costos.....	123
6.6.3.5.4. Perspectiva de Capital Intangible.....	125
6.7. Administración de la propuesta.....	127
6.8. Previsión de la evaluación.....	127
7. BIBLIOGRAFÍA.....	128

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Importación de calzado .....	4
Tabla 2. Ventas y Exportaciones por Provincias en el Ecuador .....	5
Tabla 3. Población de Tungurahua por cantones .....	6
Tabla 4. Población Económicamente Activa del Cantón Cevallos.....	10
Tabla 5. Registro de Patentes en el Catastro del Municipio de Cevallos.....	11
Tabla 6. Costo de producción.....	40
Tabla 7. Elementos del Costo de Producción.....	43
Tabla 8. Nota de pedido .....	47
Tabla 9. Maquinaria y procesos para producción .....	50
Tabla 10. Clasificación de los productores de calzado según RUC.....	61
Tabla 11. Madurez del negocio.....	62
Tabla 12. Distribución de los trabajadores de los productores de calzado según rango de agrupación .....	63
Tabla 13. Nivel de Tecnificación de los productores.....	64
Tabla 14. Origen de la materia prima utilizada en la fabricación de calzado .....	65
Tabla 15. Tipo de Materias Primas según origen.....	67
Tabla 16. Percepción del Nivel de Calidad de la Materia Prima utilizada en la fabricación de calzado.....	68
Tabla 17. Valoración del costo de la materia prima.....	69
Tabla 18. Utilización de la Capacidad de la empresa .....	71
Tabla 19. Causas de la subutilización de la capacidad instalada .....	72
Tabla 20. Tendencia de crecimiento del costo unitario promedio del calzado de la empresa .....	74
Tabla 21. Disponibilidad de Sistema de Costos para la empresa.....	75
Tabla 22. Sistema de Costos aplicado.....	76
Tabla 23. Porcentaje de crecimiento del costo unitario del calzado empresa.....	77
Tabla 24. Principales destinos de las ventas de los productores del cantón Cevallos.....	79
Tabla 25. Tipo de canal de distribución utilizado .....	80
Tabla 26. Nivel de competitividad de las empresas del cantón Cevallos .....	82

Tabla 27. Aspectos que mejorarán la competitividad .....	83
Tabla 28. Frecuencias Observadas .....	86
Tabla 29. Frecuencias Esperadas .....	87
Tabla 30. Cálculo del Chi Cuadrado. ....	88
Tabla 31. Distribución de los Gastos Operaciones Empresa Joshep´s Marc .....	101
Tabla 32. Identificación de cambios en la industria.....	106
Tabla 33. Generación de valor para los clientes .....	111
Tabla 34. Elementos a considerar generación de valor para los clientes .....	111
Tabla 35. Generación de valor para los accionistas .....	112
Tabla 36. Elementos a considerar generación de valor para los accionistas.....	113
Tabla 37. Generación de procesos y redes de cooperación.....	113
Tabla 38. Elementos a considerar generación de procesos y redes cooperación	114
Tabla 39. Aprovechamiento del capital intangible de la Empresa Joshep´s Marc	115
Tabla 40. Elemento a considerar para el aprovechamiento del capital intangible de la Empresa Joshep´s Marc.....	116

## **INDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Industrias manufactureras en el Ecuador .....	2
Gráfico 2. Evolución de la Importación de Suelas y Tacones (Tacos) de Caucho o Plástico, Subpartida Nandina 6406200000 .....	3
Gráfico 3. Distribución Promedio de la Población de Tungurahua por cantones....	7
Gráfico 4. Evolución de la Producción de Calzado en el Ecuador .....	9
Gráfico 5. Distribución de los Productores de Calzado en el Ecuador .....	9
Gráfico 6. Árbol de problemas.....	14
Gráfico 7. Superordinación conceptual.....	24
Gráfico 8. Variable Independiente .....	25
Gráfico 9. Variable Dependiente.....	26
Gráfico 10. Flujo de la Cadena de Valor Empresa Joseph´s Marc .....	34
Gráfico 11. Cadena de valor de la adquisición de insumos importados .....	34
Gráfico 12. Evolución del Costo de Producción.....	41
Gráfico 13. Costo Fijo.....	42

Gráfico 14. Costo Variable .....	43
Gráfico 15. Área de corte .....	51
Gráfico 16. Aparado o Guarnecido .....	51
Gráfico 17. Área de pegado .....	52
Gráfico 18. Área de terminado y embalaje .....	53
Gráfico 19. Clasificación de los productores de calzado según RUC.....	61
Gráfico 20. Madurez del Negocio .....	62
Gráfico 21. Distribución de los trabajadores de los productores de calzado según rango de agrupación .....	64
Gráfico 22. Nivel de Tecnificación de los productores.....	65
Gráfico 23. Origen de la materia prima utilizada en la fabricación de calzado ....	66
Gráfico 24. País de Origen de la materia prima importada.....	66
Gráfico 25. Producción promedio de pares de calzado al año .....	70
Gráfico 26. Utilización de la Capacidad de la empresa .....	71
Gráfico 27. Causas de la subutilización de la capacidad instalada .....	73
Gráfico 28. Tendencia de crecimiento del costo unitario promedio del calzado de la empresa .....	74
Gráfico 29. Disponibilidad de Sistema de Costos para la empresa.....	75
Gráfico 30. Sistema de Costos aplicado.....	76
Gráfico 31. Porcentaje de crecimiento del costo unitario del calzado de la empresa .....	78
Gráfico 32. Principales destinos de las ventas de los productores del cantón Cevallos.....	79
Gráfico 33. Tipo de canal de distribución utilizado .....	80
Gráfico 34. Tendencia de las ventas promedio de los productores de calzado.....	81
Gráfico 35. Nivel de competitividad de las empresas del cantón Cevallos .....	82
Gráfico 36. Aspectos que mejorarán la competitividad .....	83
Gráfico 37. Chi Cuadrado crítico, obtenido en Excel .....	86
Gráfico 38. Evolución del Activo Total de la Empresa Joshep´s Marc .....	97
Gráfico 39. Evolución del Pasivo Total de la Empresa Joshep´s Marc .....	98
Gráfico 40. Evolución del Patrimonio Total de la Empresa Joshep´s Marc .....	99
Gráfico 41. Evolución de las Ventas y Costo de Producción de la Empresa	

Joshep´s Marc .....	99
Gráfico 42. Evolución de los Gastos Operacionales Empresa Joshep´s Marc....	100
Gráfico 43. Evolución de las Ganancias de la Empresa Joshep´s Marc .....	102
Gráfico 44. Comparativo de los Precios de los insumos importados y del costo de producción del calzado de la Empresa Joshep´s Marc .....	103
Gráfico 45. Nivel de Utilización de la Capacidad de Producción de la Empresa Joshep´s Marc .....	104
Gráfico 46. Perspectivas e impulsores claves de desempeño.....	117
Gráfico 47. Proyección de ganancias para los próximos 4 años .....	119
Gráfico 48. Proyección de las ventas de la empresa para el 2019 .....	120
Gráfico 49. Participación en el mercado según unidades vendidas .....	122

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Tema de Investigación**

“LOS INSUMOS IMPORTADOS Y EL COSTO DE PRODUCCIÓN DE CALZADO DE LA EMPRESA JOSHEP`S MARC DEL CANTÓN CEVALLOS DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”

#### **1.2. Planteamiento del problema**

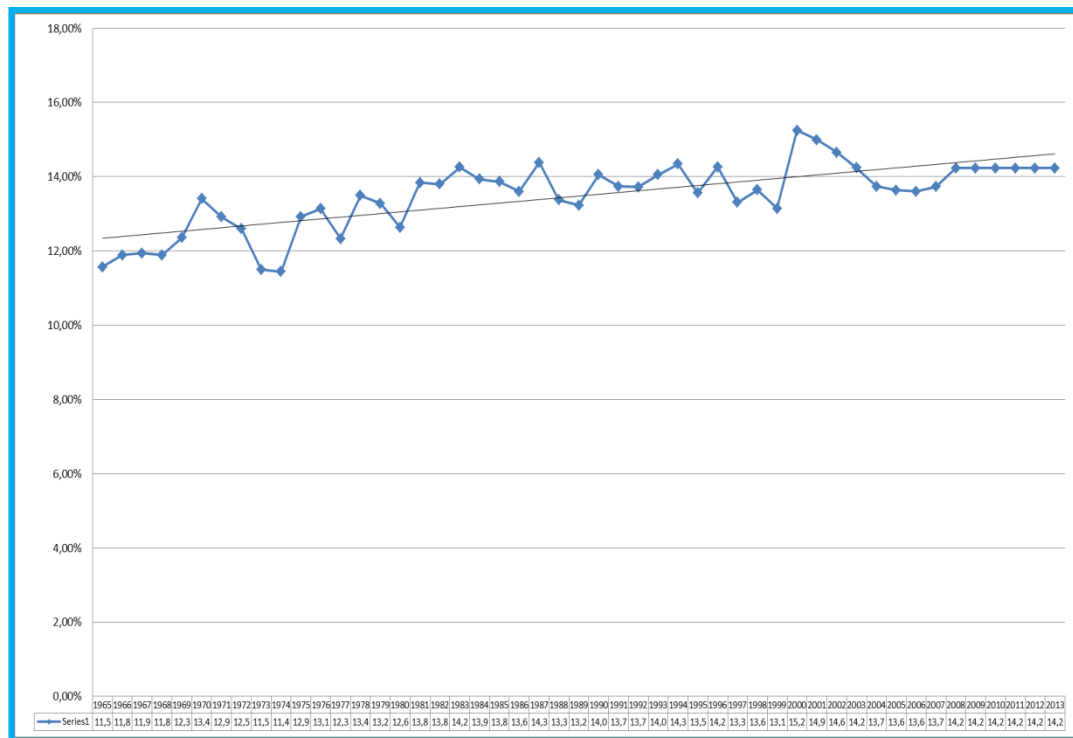
La empresa de calzado Joshep`s Marc, distinguida en la fabricación y comercialización de productos en cuero a nivel nacional, determina los costos mediante el proceso contable respectivo no técnico, el problema que enfrenta se relaciona con la adquisición de insumos importados a precios altos, ya que para la elaboración de productos diferenciados y distintos de la competencia, necesita de dichos insumos, tales como: suelas, forros, herrajes, plantillas entre otros, que lastimosamente la industria nacional no produce.

##### **1.2.1. Contextualización**

###### **1.2.1.1. Contextualización Macro**

Las industrias manufactureras en el Ecuador, tiene una relevancia evidente en el crecimiento del PIB, ésta actividad ha presentado una clara tendencia ascendente pero de forma modesta, puesto que del 11.57% que representaba en el año 65 con 1.193.255 miles dólares, para el año 2013 la producción industrial generó 9.517.735,20 miles dólares significando un 14.23% de contribución al PIB Nacional, es decir, que en 49 años creció a una tasa anual de 2.66% (ver gráfico 1).

**Gráfico 1. Industrias manufactureras en el Ecuador**  
 En porcentajes  
 Periodo 1965-2013



Fuente: Banco Central del Ecuador, Retropolación 2015.

Elaborado: Omar Ortiz, 2015

El sector de industrias manufactureras está compuesto por una serie de actividades económicas que generan valor agregado a los bienes y servicios, uno de sus componentes es el sector textil, cuero y calzado.

Este sector es afectado por las diversas políticas públicas que el país ha implementado.

El costo de varios insumos para confeccionar zapatos o ropa aumentó entre 3% y 8% a partir del incremento del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) del 2% al 5%, a finales de noviembre pasado, y del alza del salario básico de \$ 264 a \$ 292, que rige desde este mes. Esto, según pequeños industriales de ambos sectores, generará también un aumento de precios de sus productos de entre 5% y 10%. Una de las razones es que elaborar zapatos requiere, de una serie de productos importados, cuyos precios son afectados por el ISD: suela, fibras sintéticas, materiales para hacer pegamento, entre otros. Por ejemplo, Juan Merino, propietario del taller de calzado Juanma, dice que

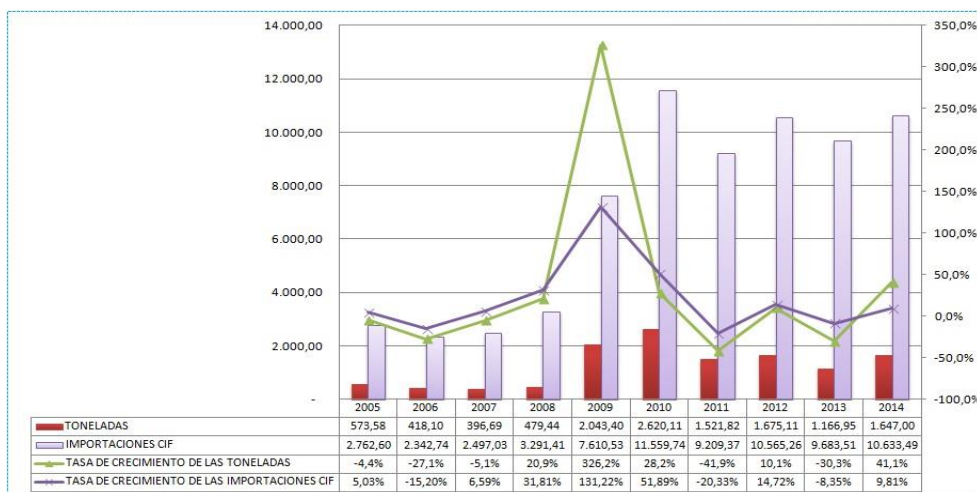


febrero aumentará el 10% el valor de su producto, pues sus proveedores ya pasaron la planilla con nuevos precios. Uno de ellos fue Orlando Valarezo, vendedor de pegamento, quien el jueves pasado llegó a la fábrica de Merino a decirle que el tanque de ese material subiría \$ 40, de \$ 430 a \$ 470. La explicación que dio es que todos los insumos son comprados en el extranjero. El aumento se da aun con la opción de crédito tributario que promueve el Gobierno, pues este instrumento no está habilitado porque falta especificar las partidas consideradas como materias primas. (Universo, 2012)

La importación de suelas y tacones (tacos) de caucho o plástico, subpartida nandina 6406200000 son uno de los insumos que son utilizados en la fabricación del calzado, en consideración que la industria ecuatoriana no presenta un desarrollo industrial significativo en la producción de este insumo, los productores nacionales, se ven abocados a realizar importaciones para proveerse, es por ello que durante el periodo comprendido entre 2005-2014 las importaciones de suelas medidas en toneladas crecieron a una tasa promedio anual de 31,8% y las importaciones CIF de éstas se evolucionaron a una tasa promedio anual de 20,7% (ver gráfico 2).

**Gráfico 2. Evolución de la Importación de Suelas y Tacones (Tacos) de Caucho o Plástico, Subpartida Nandina 6406200000**

En toneladas y miles de dólares  
Periodo 2005-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, Estadísticas del Comercio Exterior, 2015.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

En el Grafico 2. Se visualiza la alta demanda de insumos importados para la fabricación de calzado, en especial en la partida arancelaria de suelas y tacones, efectivamente este insumo es de primordial importancia para obtener un producto diferenciado, de alta calidad y muy apetecido en el mercado.

Ratificando lo que menciona el Estudio del Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPYMES – SECTOR CALZADO.

La salvaguardia aplicada mediante un arancel específico a la importación de calzado a principios del año 2009, ha tenido una alta efectividad y, de acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador, ha provocado una sustancial disminución de las importaciones de zapatos, tanto en valores como en volúmenes. Así tenemos que en el año 2008 se importaron 133 millones 491 mil 760 dólares (US\$ 133'491.760, 00) correspondientes a 22 mil 080 toneladas; mientras que en el año 2009 se importaron 61 millones 247 mil 520 dólares (US\$ 61'247.520) correspondientes a 6 mil 341 toneladas. En términos de valores las importaciones de calzado se redujeron por sobre el 55%, mientras que en volúmenes disminuyeron en más del 70%, todo gracias al arancel de 10 dólares a la importación de cada par de zapatos. (FLACSO, 2010)

**Tabla 1.** Importación de calzado

En dólares y toneladas  
Periodo 2008- 2009

AÑO	DOLARES	TONELADAS
<b>22008</b>	133'491,760	22.080
<b>2009</b>	61'247.520	6.341
	54.12%	71.28%

Fuente: Servicios de Flacso.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

Se determina que las medidas arancelarias por parte del gobierno, para promover la industria ecuatoriana y ayudar a los productores nacionales en especial al sector de calzado, dio un acertado resultado con la disminución de las importaciones de calzado en dolares en el 54.12% y decrecio en volumen por toneladas en el

71.28%; considerando la mejor oportunidad para que las empresas nacionales se enfoquen en el incremento de la producción en sus talleres y fabricas y una oportunidad para estabilizar y posecionar sus empresas en el mercado nacional (ver tabla 1).

### 1.2.1.2. Contextualización Meso

La provincia de Tungurahua por el monto de sus ventas, muestra una tendencia ascendente en el 2013 de USD\$ 3.701 millones, siendo la sexta economía entre los 24 territorios que constituyen el Ecuador (ver tabla 2).

**Tabla 2.** Ventas y Exportaciones por Provincias en el Ecuador

En dólares  
Periodo 2011- 2013

N°	PROVINCIA	VENTAS Y EXPORTACIONES 2011	VENTAS Y EXPORTACIONES 2012	VENTAS Y EXPORTACIONES 2013
1	PICHINCHA	71.747.046.031	77.526.774.213	83.562.620.273
2	GUAYAS	44.170.498.651	48.194.146.489	51.501.949.776
3	AZUAY	7.152.003.344	7.989.334.690	8.233.746.575
4	MANABI	5.044.043.114	5.590.907.105	6.057.632.769
5	EL ORO	3.442.801.122	3.813.771.068	4.195.023.194
<b>6</b>	<b>TUNGURAHUA</b>	<b>3.131.166.398</b>	<b>3.432.466.562</b>	<b>3.701.360.360</b>
7	LOS RIOS	1.992.270.625	2.137.886.774	2.379.904.858
8	SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	1.896.016.958	1.978.387.526	2.131.893.169
9	IMBABURA	1.474.974.376	1.539.921.002	1.642.236.894
10	ESMERALDAS	1.155.038.051	1.385.577.694	1.562.484.324
11	LOJA	1.307.036.635	1.481.509.714	1.508.507.364
12	COTOPAXI	1.114.488.252	1.292.069.028	1.433.528.928
13	CHIMBORAZO	986.069.324	1.090.586.683	1.177.522.622
14	CAÑAR	701.441.215	757.331.208	820.571.379
15	SANTA ELENA	656.677.947	737.530.709	781.169.024
16	SUCUMBIOS	506.379.216	614.844.870	697.679.185
17	ORELLANA	452.693.098	555.176.071	655.827.510
18	CARCHI	520.931.820	582.552.184	564.219.368
19	GALAPAGOS	259.195.012	285.723.635	306.071.524
20	PASTAZA	203.885.328	234.802.629	261.312.409

21	MORONA SANTIAGO	202.425.186	241.869.918	255.102.953
22	NAPO	171.881.724	216.103.501	235.716.928
23	ZAMORA CHINCHIPE	179.887.327	207.499.081	227.870.008
24	BOLIVAR	162.833.612	174.623.596	200.834.260

Fuente: Servicios de Rentas Internas, Marzo 2015.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

Según el Banco Central del Ecuador (BCE), las actividades productivas que contribuyen de manera significativa a la formación del valor agregado bruto de la provincia de Tungurahua son: comercio 13.53%, transporte y almacenamiento con el 12.86%, construcción 12.05%, industrias manufactureras con el 8.86%, electricidad y agua 8.03%, etc. La provincia de Tungurahua representa el 3.43% del total de la población proyectada del Ecuador (16.278.844 personas al 2015).

Según las proyecciones del INEC, la población de Tungurahua finalizará el 2015 con un total de 557.563 habitantes y se proyecta para el 2020 alrededor de 590.600 personas (ver tabla 3).

**Tabla 3. Población de Tungurahua por cantones**

En número de personas

Periodo 2010 – 2020

Nombre de cantón	2010	2020
Ambato	342.529	387.309
San pedro de Pelileo	58.731	66.836
Santiago de Pillaro	39.895	43.371
Baños	20.730	25.043
Quero	20.020	20.627
Patate	14.016	15.825
Tisaleo	12.601	14.317
Cevallos	8.464	9.936
Mocha	7.062	7.336
<b>Total</b>	<b>524.048</b>	<b>590.600</b>

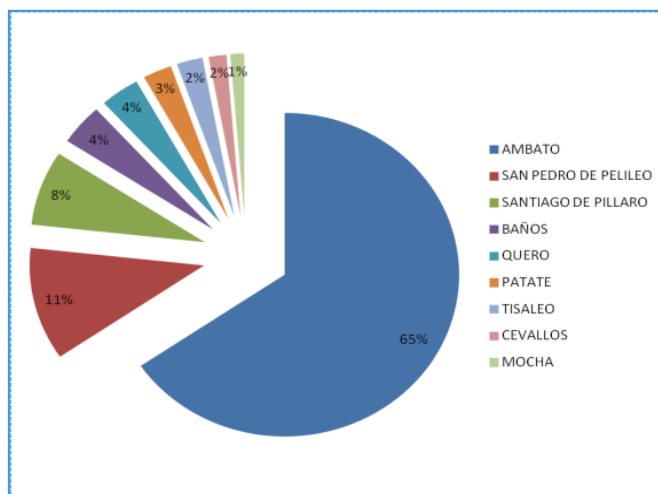
Fuente: Instituto de Estadística y Censo (INEC), Proyecciones Poblacionales, 2010-2020.

Elaboración: Omar Ortiz, 2015.

El cantón que concentra la mayor parte de la población de Tungurahua es Ambato con cerca de 365.072 habitantes para el 2015 representado el 65.48%, le sigue el cantón Pelileo con 11.26% y en el octavo puesto el cantón Cevallos con una participación del 3 % aproximadamente.(ver gráfico 3).

### Gráfico 3. Distribución Promedio de la Población de Tungurahua por cantones

En porcentajes  
Periodo 2010-2020



Fuente: Instituto de Estadística y Censo (INEC), Proyecciones Poblacionales, 2010-2010.  
Elaboración: Omar Ortiz, 2015.

El 81.45% de la población se encuentra en edad de trabajar, es decir, aproximadamente unas 454.135 personas .

El 65.67% de las personas pertenecen a la Población Económicamente Activa, es decir, unas 298.230 personas aproximadamente.

La rama de actividad económica con mayor concentración dentro de la PEA de la provincia de Tungurahua es la agricultura con el 21.76%, seguida de la actividad de industrias manufactureras con el 20.95%, comercio 19.91%, actividades de alojamiento con el 5.81%, enseñanza con el 5.27%, construcción con el 5%, transporte y almacenamiento con el 4.32%, etc. (INEC, 2010)

Según la Caltu, la industria del calzado ha cursado un notable crecimiento desde el 2009, señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008 (EL COMERCIO , 2012), se pasó a 30 millones en el 2012 (ver gráfico 4). Es decir, en cuatro años, el nivel de manufacturación se incrementó a una tasa promedio anual del 19,72% según Caltu.

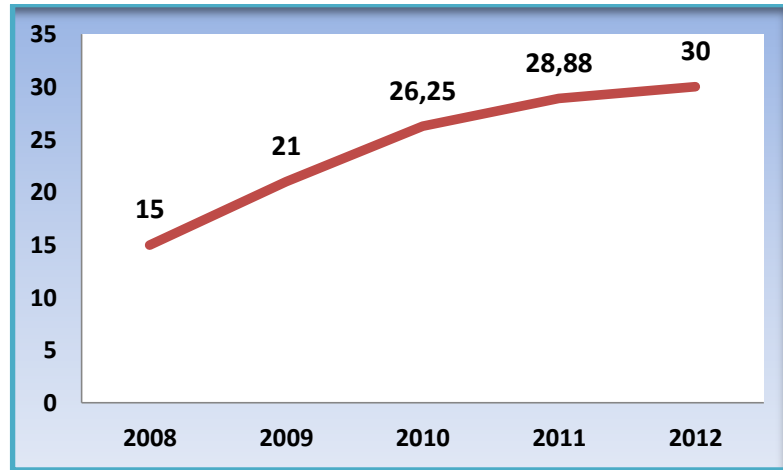
Una de las principales razones para este repunte es la aplicación de las diferentes medidas arancelarias que se vienen tomando desde el 2009 y la aplicación del arancel mixto, que entró en vigencia el 1 de junio del 2010. Con estos aranceles, generan un gravamen de USD 6 más 10% ad valorem a cada par importado, se trata de proteger al calzado nacional; principalmente ante los productos con costos más reducidos que ingresaban de: China, Colombia o Perú. (EL COMERCIO , 2012)

En el 2008, en el país existían alrededor de 600 empresas productoras de calzado que estuvieron a punto de quebrar. Pero gracias a las medidas gubernamentales se dinamizó este sector. Según datos del Censo Económico 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el país, existen 870 establecimientos que se dedican a la producción de zapatos. Mientras que según Caltu, hasta el 2011 están registrados 4500 productores, a escala nacional; entre grandes, medianos y artesanos. De esta cantidad, el 50% pertenecen a la provincia de Tungurahua. Con zapatos nacionales a precios competitivos, se produjo el efecto dominó en el mercado, que desencadenó en mayores compras. Cifras del Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) muestran que, en el 2008, la venta interna de zapatos nacionales representó USD 165,7 millones. Para el 2011 la cifra escaló a 318 millones. En relación a las cifras expuestas puede concluirse que el sector de fabricación calzado presente un comportamiento positivo. (EL COMERCIO , 2012)

La producción de calzado nacional ha presentado una tendencia ascendente, lo que indica el buen momento que ha vivido el sector durante el periodo 2008-2012, es destacable como este lapso de tiempo la producción se duplicó, siendo evidencia del mejoramiento de la productividad de los productores nacionales (ver gráfico 4).

#### Gráfico 4. Evolución de la Producción de Calzado en el Ecuador

En millones de pares producidos  
Periodo 2008 – 2012

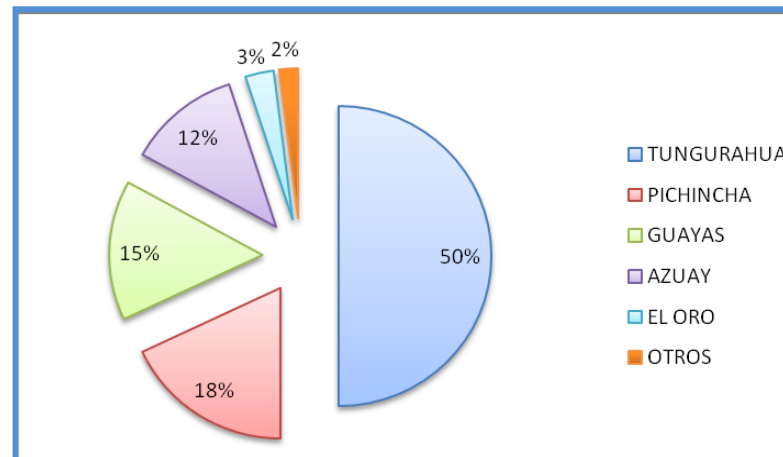


Fuente: Cámara de Calzado de Tungurahua, 2015.  
Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

Como es de conocimiento nacional, la provincia de Tungurahua es un referente en la fabricación de calzado, y ello se demuestran en que este territorio concentra el 50% de la producción total en el año 2011.(ver gráfico 5).

#### Gráfico 5. Distribución de los Productores de Calzado en el Ecuador

En porcentajes  
Año 2011



Fuente: Cámara de Calzado de Tungurahua.  
Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

En Tungurahua, la artesanía de calzado y afines, se ha convertido en la principal fuente de trabajo.

En la actualidad, desde el inicio del presente siglo, se destaca como actividad económica principal en los diferentes Cantones, la manufactura de calzado tanto como para ir remplazando a la fruticultura como eje de la economía de la provincia. Es así que, como consecuencia de los dos fenómenos combinados (acuerdos de comercio y erupciones del Tungurahua) se observa que el deterioro del sector agrícola ha determinado la necesidad de los agricultores por encontrar alternativas laborales. Por ello, la producción artesanal de calzado ha ido incrementándose como alternativa de empleo y de generación de ingresos para su población. (Vototransparente, 2014,p.4)

Al igual manifiesta el Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Cevallos en el plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2011 “La diversificación productiva registrada en la provincia del Tungurahua, que representa una sostenida disminución de la población Económicamente Activa (PEA) agropecuaria, frente a un incremento de la PEA manufacturera, se presenta de manera significativa en el cantón Cevallos conforme se puede constatar en los cuadros elaborados por el INEC -con datos del Censo del 2010- que se presentan a continuación” :

**Tabla 4. Población Económicamente Activa del Cantón Cevallos**

En número de personas  
Año 2010

Actividad económica	Porcentaje	Hombres	Mujeres	Total
Comercio y servicios	75,78%	1348	1430	2778
Manufactura de calzado y afines	13,15%	234	248	482
Avicultura	3,03%	54	57	111
Agricultura y afines	3,03%	54	57	111
Servicios de transporte	2,02%	36	38	74
Cooperativas y financieras	1,01%	18	19	37
Crianza de animales menores	1,01%	18	19	37
Seguridad ciudadana policía	0,49%	18		18
Cuerpo de bomberos	0,49%	18		18
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>1798</b>	<b>1868</b>	<b>3666</b>

Fuente: Instituto Estadística y Censos, Censo 2010.



Elaboración: Omar Ortiz, 2015.

De igual forma el GAD Cevallos informa sobre “Datos que son corroborados por el registro de patentes del catastro municipal del cantón, cuyas cifras absolutas y relativas se muestran en los siguientes cuadro y gráfico”.

**Tabla 5. Registro de Patentes en el Catastro del Municipio de Cevallos**

En número de locales y porcentajes  
Año 2010

<b>Actividad Económica</b>	<b>Locales</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Comercio y servicios varios</b>	241	74,84%
<b>Manufactura del calzado y afines</b>	42	13,04%
<b>Avícolas</b>	9	2,80%
<b>Servicio de transporte</b>	7	2,17%
<b>Policía</b>	7	2,17%
<b>Bomberos</b>	5	1,55%
<b>Cooperativas y financieras</b>	4	1,24%
<b>Especies menores</b>	4	1,24%
<b>Agrícola y afines</b>	3	0,93%
<b>Total</b>	322	100,00%

Fuente: Catastro del Municipio de Cevallos, 2010.

Elaboración: Omar Ortiz, 2015.

Al analizar al Cantón Cevallos, el Plan de trabajo para el cantón Cevallos en el periodo mayo 2014 a mayo 2019 del movimiento ciudadano Cevallense (2014, p.7) menciona que:

“El cantón Cevallos, como localidad integrante de una provincia caracterizada por la producción textil y de artesanías, con base en la actividad familiar y/o de pequeños talleres e industrias, ha desplegado una especialización laboral hacia la confección del calzado. En el proceso de elaboración del producto se encuentra la dedicación de los artesanos a alguna de las partes de la confección del calzado, lo que significa que existe una real división del proceso de producción de este bien. La producción artesanal se dirige hacia un mercado diferente al de la producción manufacturera-industrial, a la vez que se ha conformado una organización de productores (CALZAFINCE), que la integran 15 socios (10 trabajadores promedio por socio). También existen dos asociaciones más de productores de calzado: UNICALZA y APROCALZA.”

Debido a esta situación en el Cantón Cevallos se ha impulsado la producción de calzado mediante el fortalecimiento de los gremios, capacitaciones a la mano de obra y sus administrativos, de igual forma se han fomentado a través de medios de comunicación, promociones por parte del GAD de Cevallos para dar a conocer y atraer a los consumidores.

### **1.2.1.3. Contextualización Micro**

Calzado Joshep`s Marc está ubicada en la calle González Suarez en el Cantón Cevallos su principal actividad es venta de calzado al por mayor y menor, siendo personas emprendedoras que quieren el desarrollo del Cantón, el mismo que ha sido calificado como un sector productivo por su actividad industrial.

Inicia sus actividades en el año 1995 Con una producción de calzado de 3 docenas semanales, desde entonces ha ido creciendo paulatinamente y constantemente hasta el día de hoy Alcanzar una producción de aproximadamente 500 pares semanales promedio.

La empresa tiene calificación artesanal por lo que no está obligada a llevar contabilidad y los costos lo hacen de manera empírica con una utilidad aparente de \$3, de un precio de costo de \$16 a un precio de venta al por mayor de \$19; la empresa no maneja un sistema de costos de producción técnico, lo que podría afectar en algún momento a pérdidas no controladas por el incremento permanente en los precios de los insumos sean estos nacionales o importados y variación en el rendimiento de mano de obra, lo que no ayuda a conocer de una manera exacta los costos unitarios de producción.

Actualmente la capacidad instalada de producción es del 70% cuenta con 11 obreros y 3 empleados administrativos, venden el producto a nivel local y provincial, a través de su local propio; sus productos son fabricados en cuero y materiales importados de alta calidad, se especializan en su mayoría en calzado de dama entre ellos: botas y botines.

En este contexto la empresa sigue operando; sin embargo los costos de algunos insumos han subido, debido a las salvaguardias al respecto, (Zapata, 2007 p.19) en su libro “*Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones*” señala que “uno de los propósitos de la contabilidad de costos es determinar los costos de los inventarios de productos en proceso, terminados y materiales e insumos, tanto unitarios como globales, con miras a su presentación en el balance general”.

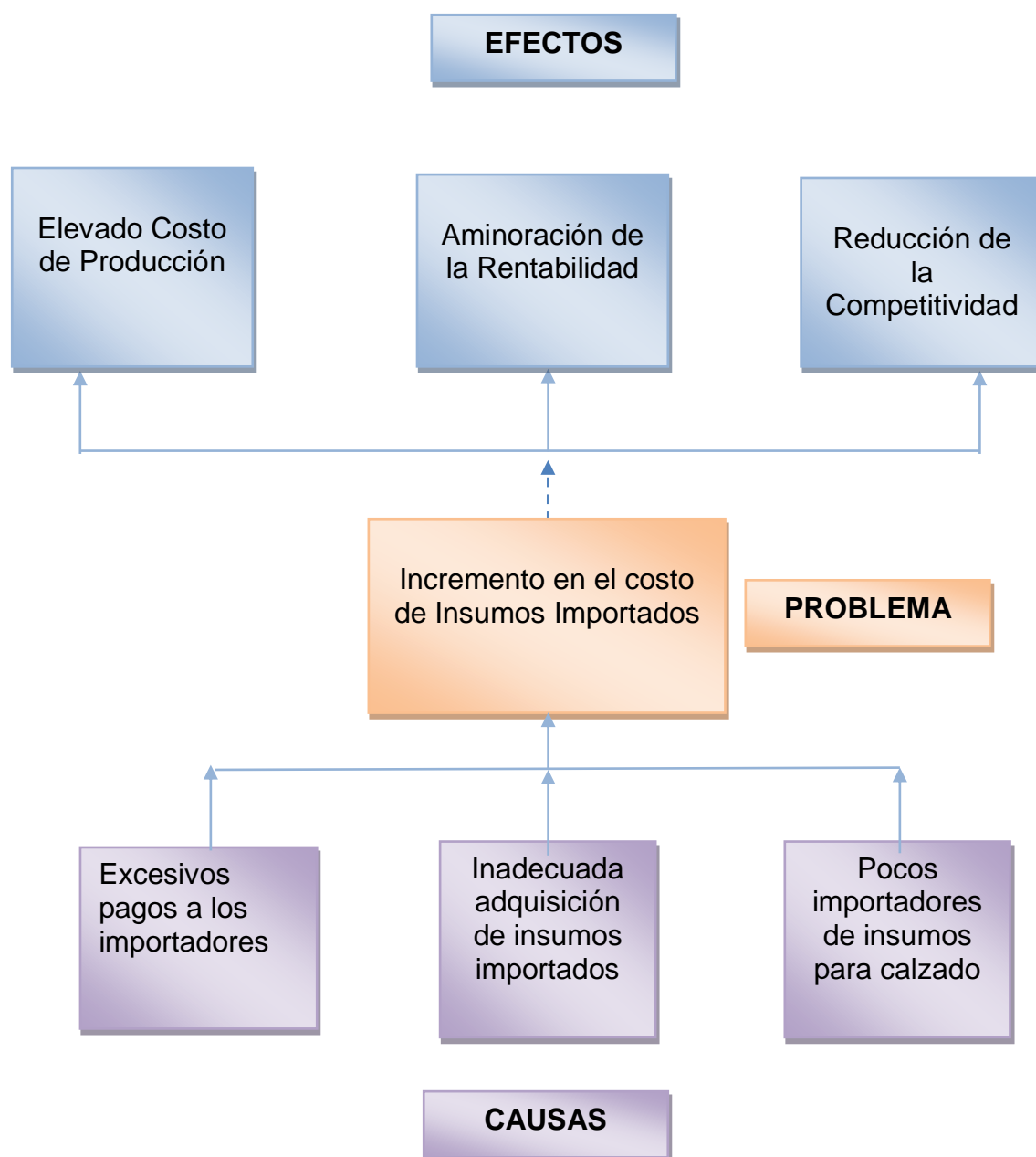
La producción de calzado de la empresa, se constituye mediante materia prima nacional e importada, siendo esta última la que ha presentado un incremento más alto en el costo debido a las políticas comerciales que han instaurado el gobierno nacional, esto ha significado en la organización tenga un incremento en los costos de producción se significaría directamente una elevación del precio del producto terminado.

## **1.2.2. Análisis Crítico**

### **1.2.2.1. Árbol de problemas**

**Las causas, el problema y los efectos se representan mediante la siguiente herramienta:**

**Gráfico 6. Árbol de problemas**



Elaboración: Omar Ortiz, 2015.

Las causas que influyen en el incremento del precio de los insumos importados que utiliza para la elaboración del calzado y afecta en el costo de producción de la empresa Joseph's Marc, se detallarán a continuación:

El Impuesto a la Salida de Divisas que pagan los Importadores de Materia Prima, es un tributo que equivale al 5% por cada USD\$ 1.000 que se envíen al exterior según informes del Servicio de Rentas Internas(SRI), considerando que existen un grupo importante de materia prima que viene del exterior, el mismo se encarecería en el porcentaje indicado.

Escasez de insumos importados, se refiere a que existe una reducida importación de diversa materia prima para la fabricación de calzado.

Al existir pocos importadores, estos controlan el mercado y, por lo tanto el precio de los insumos para el calzado.

Las medidas comerciales impuestas por el gobierno del Ecuador afectan la importación de algunos insumos para el calzado, si bien es cierto las salvaguardas son exclusivamente del calzado terminado, Los proveedores e importadores de Materia prima utilizan esta disposición para aprovechar de la situación y aumentar los precios a las materias primas que son afectadas por las barreras técnicas, abusándose de la falta de educación que poseen nuestros fabricantes de calzado, este hecho se lo determina Especulación.

Los Reglamentos Técnicos son barreras pararancelarias que encarecen el precio de la materia prima importada ya que al obtener los permisos para permitir el ingreso al Ecuador, implican un costo como por ejemplo la obtención del CONSEP para los químicos que se utiliza para curtir en la industria del cuero, los pegantes y aditivos en la industria del calzado, así también el etiquetado, normas INEN que deben tener los productos, inspección previo embarque.

Las causas descritas anteriormente contribuyen al incremento del precio de los insumos importados, que se traduce en el incremento del costo de producción de la empresa Joshep`s Marc, lo mismo que afecta en la disminución de las ventas y de esta manera la empresa se vuelve menos competitiva.

### **1.2.3. Prognosis**

La empresa Joshep`s Marc no está encaminada con el desarrollo productivo, abarca desfases de rendimiento, costos, diseño y escasos rendimientos de sus recursos tanto económicos, laborales y materiales, que pueden verse afectados en futuro muy cercano en el desarrollo y posicionamiento de la empresa en los mercados.

El intervenir de manera técnica, eficaz, eficiente y corregir a tiempo sus desfases, hará que la empresa tenga un sustentable crecimiento, prestigio, aceptación de sus consumidores, recompra, para que tenga mayor participación y pueda expandirse como producto líder en referencia a sus competidores; caso contrario la empresa se verá envuelto en una serie de complicaciones tanto productivas como competitivas por el mal uso de sus recursos, lo que dará un elevado incremento económico en el proceso productivo y por ende en los costos de producción.

### **1.2.4. Formulación del problema**

¿Cómo influye los insumos importados en el costo de producción del calzado en la empresa Joshep`s Marc del cantón Cevallos de la provincia de Tungurahua?

#### **➤ Variable independiente**

Los insumos importados

#### **➤ Variable dependiente**

El costo de producción del calzado

### **1.2.5. Interrogantes (Subproblemas)**

- ¿Cuál es el porcentaje de participación de los insumos importados en la conformación del costo de producción del calzado?

- ¿Cuál es el costo de producción histórico de los productos de la empresa Joseph's Marc, posterior a las medidas comerciales implementadas en Ecuador?
- ¿Qué alternativa es la más idónea para reducir el costo de Producción en la fabricación de calzado de la empresa Joshep`s Marc del cantón Cevallos de la provincia de Tungurahua?

### 1.2.5. Delimitación del objeto de Investigación

- **Campo:** Microeconomía
- **Área:** Producción – Sector de Calzado
- **Aspecto:** Costos de Producción e Insumos Importados
- **Temporal:** La investigación se efectuará desde Mayo del 2015 hasta Octubre del 2015.
- **Espacial:** La investigación se llevará a cabo en la empresa Joshep`s Marc ubicada en el cantón Cevallos de la provincia de Tungurahua.

### 1.3. Justificación

La empresa de calzado, Joshep`s Marc ubicada en el cantón Cevallos de la provincia de Tungurahua, utiliza insumos importados para la conformación y diferenciación de sus productos, los mismos que indica la empresa que han tenido un constante incremento de sus precios en los últimos tiempos, lo que ha influenciado en el costo de producción; consideran que dichos productos son casi indispensable en su uso porque de esa forma obtiene productos con valor agregados y por ende diferentes.

La contabilidad que llevan no es muy técnica y los costos determinan de manera empírica, es una empresa de carácter artesanal por lo que no están obligados a llevar contabilidad; poseen una buena estructura suficiente maquinaria que podrían hasta casi duplicar su producción y con ello podrían compensar. Pero

necesitan aplicar un buen modelo de gestión y un sistema de costo adecuado para la fabricación de calzado para encaminar de mejor manera la productividad de la empresa para que los directivos de Joshep`s Marc puedan tomar decisiones acertadas.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

- Establecer el impacto de los insumos importados en el costo de producción del calzado de la empresa Joshep`s Marc.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Determinar el porcentaje de participación de los insumos importados en la conformación del costo de producción.
- Analizar la evolución del Costo de Producción de los Productos generados en la empresa Joshep`s Marc, posterior a las medidas comerciales implementadas en Ecuador.
- Proponer un modelo de gestión óptimo para reducir el costo de producción en la fabricación de calzado de la empresa Joshep`s Marc frente a los precios de insumos importados.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2. 1. Antecedentes Investigativos

Mediante consultas en varios documentos bibliográficos, el uso del internet, es importante analizar ciertas investigaciones realizadas que permitirán encontrar alternativas y ayudarán a fundamentar la investigación.

Según Martínez, (2011) en su tesis manifiesta “La aplicación de un modelo de costeo y su incidencia en la valoración de los inventarios en la empresa de calzado Lady Rose en el segundo semestre del año 2010”, las conclusiones extraídas son las siguientes:

La empresa no cuenta con un sistema de costos que permita determinar el costo de producción real de en cada línea de producto, dado que es manejado en forma empírica lo cual no puede determinar dicho valor de forma exacta, lo que ocasiona circunstancia de incertidumbre, esto ha provocado un vacío de información que no ha facilitado una correcta toma de decisiones. (p.75)

La mayor parte de empresas fabricantes de calzado no controlan los costos de producción de manera técnica; en alguno de los casos por desconocimiento o porque muchos fabricantes se enfocan más en la fabricación e innovación de nuevos estilos de modelos dada la exigencia inmediata de cambios que exigen los consumidores. De ahí las empresas solo toman precios referenciales con utilidades aparentes por desconocer los costos que influyen plenamente en la creación de un producto; Mediante la relación del costo de un producto con otro o estimando valores por la experiencias, sin tener costos y utilidades reales.

En la tesis denominada “Demanda de partes y piezas para la elaboración de calzado en la ciudad de Ambato y su comercialización desde las empresas de Cali-Colombia” de Guerrero Piarpuezan, Lorena (2014), se desprenden las siguientes

conclusiones: “ 1) Realizar una importación directa es más factible para los fabricantes de la Asociación ya que tendrían beneficios en costos. 2) La falta de información en cuanto a Comercio Exterior, hace que los fabricantes no puedan buscar nuevas formas de adquirir la materia prima, que permita tener una producción más rentable. 3) El uso del canal de distribución proveedor-fabricante hace que los costos de la suela sea menores, permitiendo a los fabricantes aumentar sus utilidades, o ganar más mercados con precios competitivos. 4) Se debe tener en cuenta que el producto suelas no forma el 100% del producto final, ya que la demás materia prima es nacional, por lo que se considera una producción nacional.”

Es notorio como los fabricantes de calzado en su mayoría no tienen la cultura de importar insumos, gran parte por el desconocimiento de la gestión que tienen que realizar, otros por el escaso capital que manejan en la producción, también por la falta de tiempo para visitar ferias internacionales y contactar con proveedores directos de insumos; otros por la desconfianza de pagos anticipados que tienen que realizar al momento del pedido y temen una falta de seriedad por parte del proveedor extranjero, también un factor que impide la importación de insumos, es la producción baja que no justificaría una importación con costos para arancelarios altos.

Según Viteri Terán, Estefanía (2013), en la tesis “Análisis y Propuesta de fortalecimiento empresarial en el sector de la industria del calzado de cuero en el Cantón Cotacachi. Caso: taller “Victoria Rosas”, la cual proporcionó la siguiente conclusión: 1)... uno de los problemas más grandes que se encontraron es que el nivel de producción de calzado de cuero se ve limitado en su crecimiento por problemas de provisión de insumos y materia prima, ya que dentro del país no existe un abastecimiento en su totalidad de estos materiales y en la mayoría de los casos no se fabrican dentro del Ecuador”.

Los insumos importados son necesarios en la fabricación de calzado, en algunos casos incluido el cuero; de acuerdo al nicho de mercado que tengan los fabricantes

y a la diferenciación de los productos que quieran confeccionar para su exigente mercado.

## **2.2. Fundamentación Filosófica**

En el objeto de estudio se utiliza el paradigma crítico propositivo porque permite interaccionar al sujeto y un objeto, igualmente se considera los proceso de desarrollo y cambio, conjuntamente se analiza profundamente el comportamiento de las variables de estudios, este paradigma es flexible ya que nos permite cuestionar el problema en todo su contexto, también podemos realizar la propuesta como solución al problema planteado.

La metodología planteada para esta investigación es apropiada y viable, por lo tanto se llevará a cabo el estudio buscando cooperar con el desarrollo económico y productivo de la Empresa Joshep's Marc del Cantón Cevallos.

## **2.3. Fundamentación Legal**

Tomando información de “Norma Internacional de Contabilidad” Norma Internacional de Contabilidad (NIC 2) Sistemas de medición de costos “Par. 21 Los sistemas para la determinación del costo de los inventarios, tales como el método del costo estándar o el método de los minoristas, podrán ser utilizados por conveniencia siempre que el resultado de aplicarlos se aproxime al costo. Los costos estándares se establecerán a partir de niveles normales de consumo de materias primas, suministros, mano de obra, eficiencia y utilización de la capacidad. En este caso, las condiciones de cálculo se revisarán de forma regular y, si es preciso, se cambiarán los estándares siempre y cuando esas condiciones hayan variado” (Martínez, 2011).

El análisis de la LEY DE FOMENTO ARTESANAL se da ya que Joseph's Marc es una empresa que consta como Artesano Calificado y puede gozar de los beneficios que le faculta la ley: “ Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de

máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.”

Además, es importante tener en cuenta este artículo que benefician para la adquisición de insumos importados. “ Art. 9.- Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios: 1.) Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales. Para la importación de maquinarias, equipos auxiliares y herramientas, usados y reconstruidos, se requerirá carta de garantía de funcionamiento de la casa o empresa vendedora y se concederá la importación en las mismas condiciones establecidas en el inciso anterior.”

La Asamblea Nacional, en sesión realizada el 16 de diciembre del 2010, aprobó el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, y entró en vigencia a partir del 29 de diciembre del mismo año. En el artículo 284, de esta Ley manifiesta “Que el artículo 284 de la Constitución de la República establece los objetivos de la Política Económica, entre los que se incluye incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la investigación regional. (SCPM, 2010,p. 2)

Los insumos importados están regularizados bajos normas y leyes establecidas en el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010.

Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 19 de mayo de 2011 Resoluciones del Comité de Comercio Exterior.

Art. 147.- Importación para el consumo.- Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo

Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras. (SCPM, 2010,p.44)

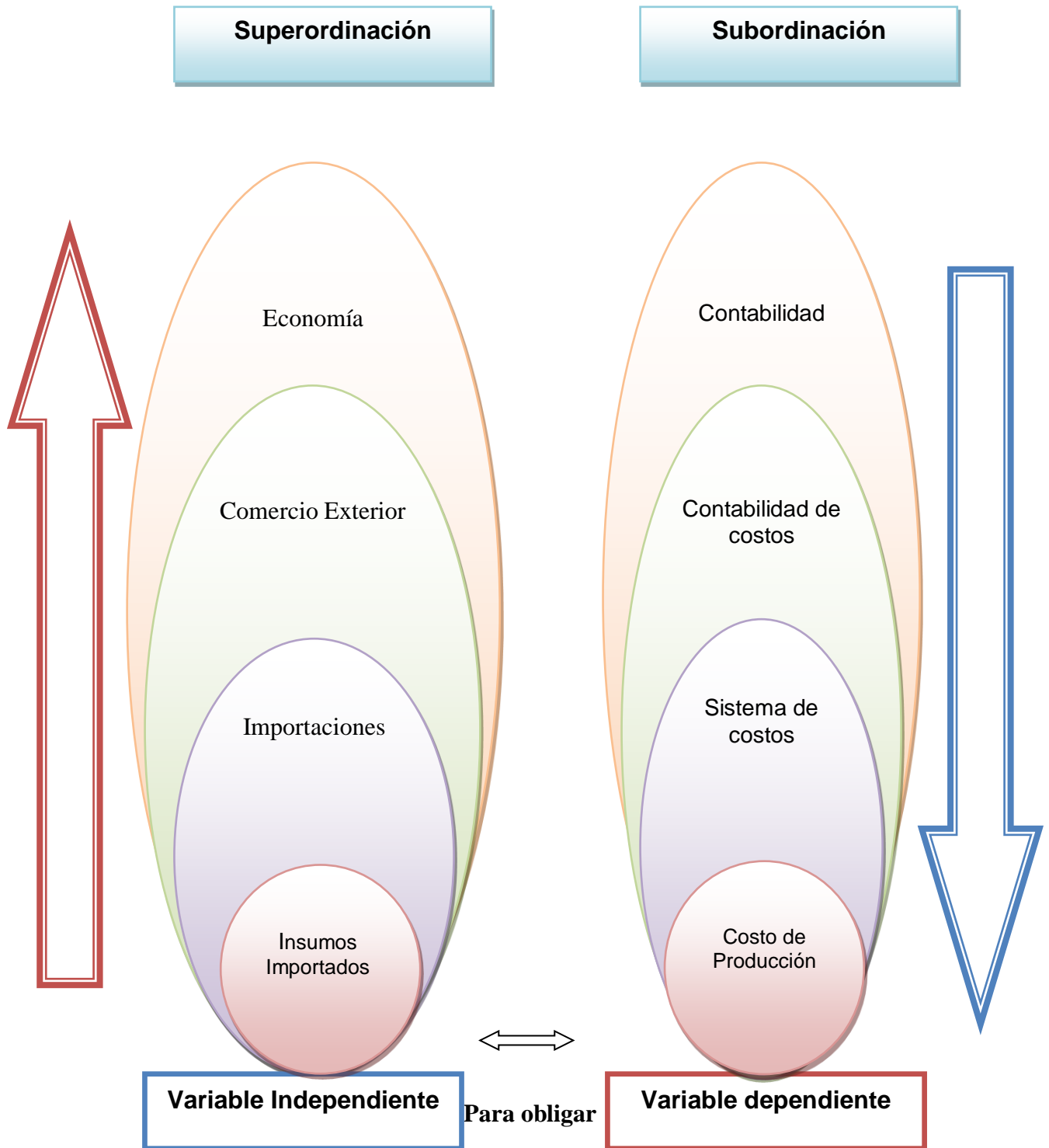
De igual forma el costo de la materia prima importada también se verá afectada por los pagos arancelarios:

Art. 108.- Tributos al Comercio Exterior.- Los tributos al comercio exterior son: a. Los derechos arancelarios; b. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías, y; c. Las tasas por servicios aduaneros. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro. Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se regirán por los principios del Derecho Tributario. (SCPM, 2010,p.34)

## 2.4. Categorías Fundamentales

### 2.4.1. Superordinación y subordinación conceptual

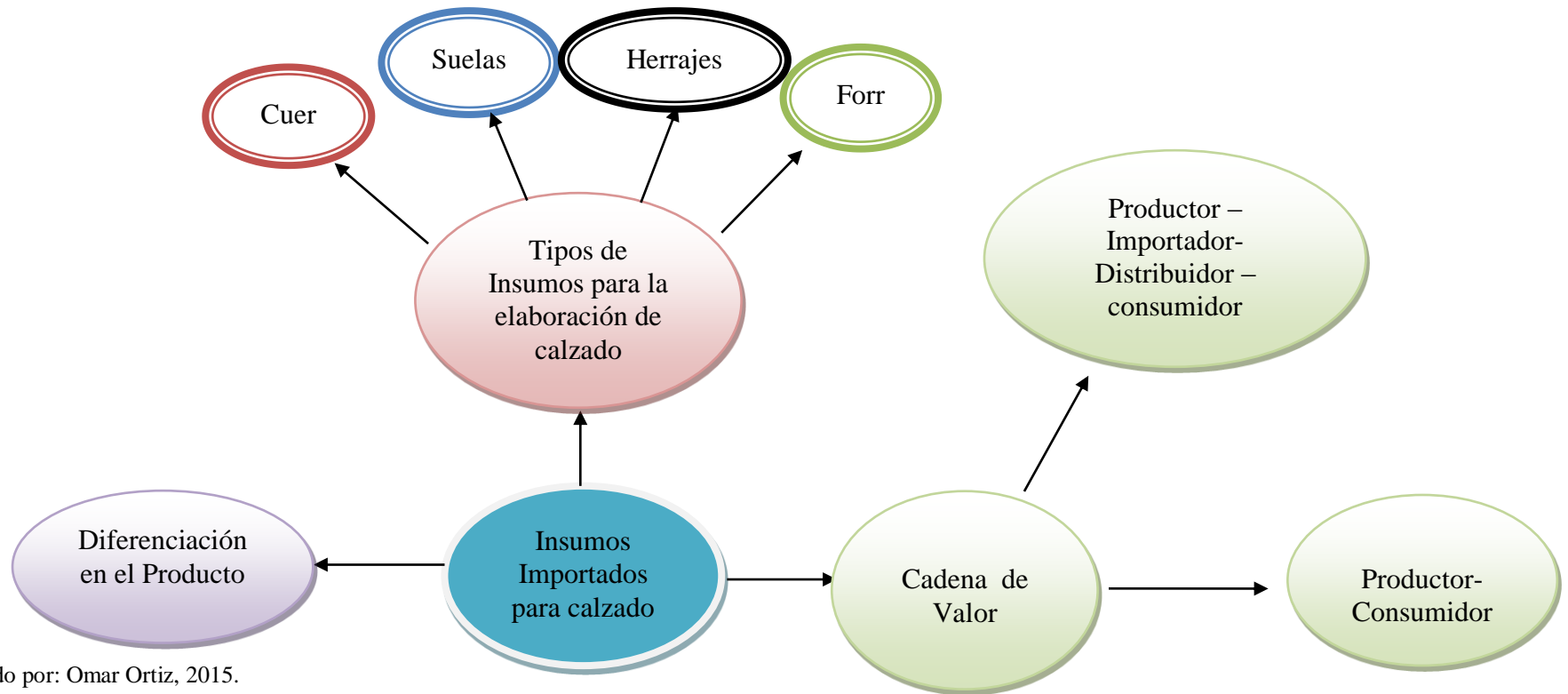
Gráfico 7. Superordinación conceptual inicial



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

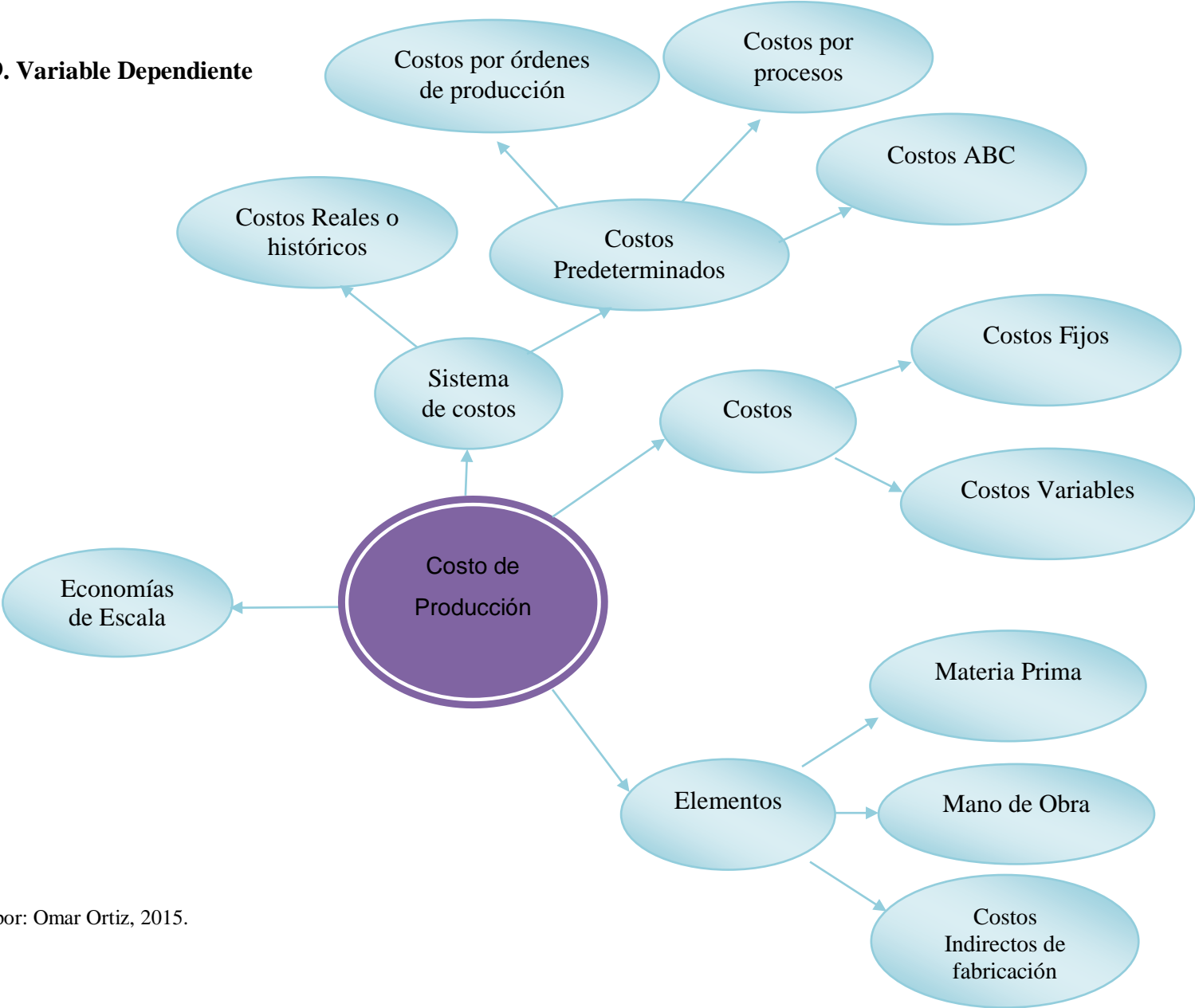
### 2.4.2. Infraordinación

Gráfico 8. Variable Independiente



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

**Gráfico 9. Variable Dependiente**



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.



### **2.4.1. Marco Conceptual de la Variable Independiente**

#### **ECONOMIA**

La Economía es analizada según tres diferentes autores y visiones a continuación:

Lionel Robbins en su Ensayo sobre la Naturaleza y la Importancia de la Ciencia Económica (1932) propone la siguiente definición: “La Economía es la ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines y medios limitados que tienen usos alternativos”.

Sin embargo enfatiza Alfred Marshall que la Economía “Examina aquella parte de la acción individual y social que se relaciona más de cerca con la obtención y el empleo de los requisitos materiales del bienestar” (Marshall, 1890, p.1.).

Sidgwick proporciona una definición similar : “La economía se relaciona con el aspecto social [...] de las actividades humanas que se dirigen a la producción, apropiación y uso de los medios materiales que satisfacen los deseos humanos, en la medida en que esos medios son susceptibles de ser intercambiados” (Sidgwick, 1883)

Determinadamente, la economía es una ciencia social que identifica, analiza y enfoca en el bienestar de todos los seres humanos, buscando la manera de satisfacer deseos y necesidades ilimitadas, tanto de bienes o servicios que estos requieran con el uso adecuado y disciplinado de los recursos limitados.

#### **COMERCIO EXTERIOR**

El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional. (Comercioyaduanas, 2010)

En si, el comercio exterior es el encargado de regular el mercado de acuerdo a las necesidades de los habitantes de un país, relación que hace con una o mas naciones para adquirir mediante importaciones productos que esten escasos en el país o vender mediante exportaciones productos que se tenga en exeso.

## **IMPORTACIONES**

Según el Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador Importar es: “la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACION al que se haya sido declarado.”

En otras palabras, las importaciones son las acciones y procesos de adquirir productos de otros países cumpliendo con normas y obligaciones reguladas por la aduana.

## **Medidas comerciales**

Probablemente, los aranceles sean los instrumentos de política comercial y fiscal más antiguos y de mayor aplicación. La mayoría de países ahora desarrollados, por no decirlo todos, los utilizaron con la finalidad de proteger sus actividades industriales o manufactureras y agrícolas. (ORRALA, 2015,p.44)

El estado ha dado grandes paso en el apoyo a la industrialización, dando mejoras en las leyes que favorece a la producción nacional, tales como las salvaguardas arancelarias impuestas por el Gobierno para 627 sub partidas de importación, en enero del 2009 y luego la de los aranceles mixtos en junio del 2010, se elevó la producción nacional del calzado, a la vez han promovido al emprendimiento y la mejora de las industrias con créditos y microcréditos. (Ortiz, 2012)

Las medidas comerciales, son decisiones que toman los gobiernos para proteger a la industria nacional con el propósito de motivar a los productores nacionales a incrementar la producción en sus empresas.

## **BARRERAS COMERCIALES**

Las barreras comerciales son mecanismos proteccionistas que utilizan los gobiernos de los distintos países para reducir el flujo de importación tanto de bienes como de servicios. Estas barreras pueden ser arancelarias o bien no arancelarias. (Mascomex.wikidot, 2008)

Podemos decir que son barreras arancelarias y paraarancelarias, aquellas que influyen en el valor y características de un producto. Y son costos indirectos pero de gran importancia que afectan al costo de importación de cualquier tipo de producto.

### **Aranceles**

Los derechos de aduana aplicados a las importaciones de mercancías se denominan aranceles. Los aranceles proporcionan a las mercancías producidas en el país una ventaja en materia de precios con respecto a las mercancías similares importadas, y constituyen una fuente de ingresos para los gobiernos. (WTO, 2015)

#### **Tipos de aranceles menciona Mascomex.wikidot, (2008):**

- "Arancel de valor agregado" o ad valorem es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), Ej: 10 céntimos por cada dolar.
- "Arancel específico", se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo \$5 por 10 kilos.
- "Arancel de renta" es una serie de tarifas designadas fundamentalmente para recaudar fondos por un gobierno. Por ejemplo, un arancel para importación de café (en un país que no produce café) recauda una cantidad estable para el gobierno.
- "Arancel mixto" Es el que está compuesto por un arancel ad valorem y un arancel específico que gravan simultáneamente la importación.

### **Las Barreras No Arancelarias**

Las Barreras No Arancelarias son, técnicas y Sanitarias; Proecuador indica las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país

determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.

Podemos decir que son obstáculos a los productos importados que no cumplen con características de productos seguros y alta calidad, para la nacionalización de estos en el país.

### **PRINCIPALES BARRERAS NO ARANCELARIAS APLICADAS POR LOS PAÍSES AL INGRESO DE MERCANCIAS.** (Procuador,sf.):

1. **NORMAS TÉCNICAS Y REQUISITOS DE CALIDAD.**- Reglamentos que establecen requisitos técnicos al producto, sea directamente, sea remitiendo una norma, o especificación técnica o código de conducta; con el objeto de proteger la vida o la salud de las personas, animales y plantas; para proteger el medio ambiente, la fauna y la flora silvestre, etc.
2. **ETIQUETADO DE LA MERCANCÍA.**- Disposiciones que regulan el tipo y tamaño de los signos que deben estamparse en los embalajes y las etiquetas, y detallan la información que puede o debe proporcionarse al consumidor.

## **Salvaguardas**

Las medidas de salvaguardia se definen como medidas “de urgencia” con respecto al aumento de las importaciones de determinados productos cuando esas importaciones hayan causado o amenacen causar un daño grave a la rama de producción nacional del Miembro importador (artículo 2). Esas medidas, que en general adoptan la forma de suspensión de concesiones u obligaciones, pueden consistir en restricciones cuantitativas de las importaciones o aumentos de los derechos por encima de los tipos consolidados. (WTO, 2015)

## **ISD (Impuesto a la Salida de Divisas)**

Es un impuesto que se genera en la transferencia, envío o traslado de divisas al exterior, sea en efectivo o envíos de cheques, transferencias, retiros o pagos de cualquier naturaleza. El impuesto que se genera es del 5% de la salida de capital. (Auditores, 2015)

Estas barreras comerciales son rubros que incrementan los precios a los Productos e insumos importados afectando directamente a los consumidores y productores

que utilizan insumos importados viéndose afectado en sus costos de producción, pero ayudan de cierto modo al incremento de la producción cuando se utilizan insumos nacionales; en nuestro país se cobra a partir de dos mil dólares.

## **Insumos importados**

Los insumos importados, son bienes traídos del exterior nacionalizados mediante un proceso aduanero, que en la utilización del sistema productivo se convierte en bienes diferenciados a los nacionales.

Para la producción de calzado son:

### **Tipos de Insumos**

#### **Cuero**

“La piel es un producto natural hasta ahora inigualable en el dominio del zapato. Sus poros abiertos hacen que sea transpirable, así pues, la piel permanece aireada, un material inigualable para la confección de zapatos. (Skomodo,sf,p.21)

En todos los tiempos se ha utilizado el cuero para la elaboración del calzado por las bondades de flexibilidad, transpiración y duración; esto hace que el zapato sea duradero, elegante e higiénico, a más de ser bien apreciado por los consumidores.

#### **Suelas**

Según Oxforddictionaries (2015) la parte exterior del calzado que queda debajo de la planta del pie y que está en contacto con el suelo. Este producto es de alta consideración a la hora de fabricar un zapato, por lo que se debe tener en cuenta en que campo va a ser utilizado, de que materiales requiere el productor para satisfacer las necesidades y exigencia de los consumidores.

#### **Herrajes**

Ortiz (2013) resalta que “los herrajes son piezas manufacturadas en diferentes clases de materiales que cumplen diversos propósitos en el ámbito de la

marroquinería y el calzado”. Los herrajes son en la mayor parte sujetadores de correas, y cordones; por lo que deben ser de extrema calidad, van en la parte visible del calzado, a más hacen la diferencia de un producto terminado de otro dando elegancia y distinción.

### **Pegas**

Los pegamentos tenemos de origen nacional y extranjero en nuestro país, ambos de buena calidad; por lo que a la hora de decidir los productores nacionales en la mayoría usan pegas nacionales; son de compuestos químicos con alta viscosidad, que sirven para unir en el caso del calzado existen dos tipos de adhesivos, la pega amarilla o cemento de contacto que se usa para el armado manual, y la pega de PU que se usa para adherir entre la suela y la capellada armada, después de aplicar en las partes de acuerdo a lo requerido, teniendo en cuenta el tiempo de secado para su agarre exitoso, garantizado y duradero, que a la hora del uso del calzado es el factor más influyente en la determinación de la calidad por el cliente final.

### **Forros**

Calzados3025 (2015), define a los forros como el material que cubre la parte interior de la capellada total o parcialmente. Se utiliza material textil poliéster y nylon. No es tomada muy en cuenta por la mayor parte de los fabricantes nacionales de calzado, por no ser vistos al momento de lucir un zapato, pero son los que están en contacto directo con el pie, le dan frescura, comodidad, por ello debe ser muy considerados a la hora de la fabricación de un zapato.

Los insumos mencionados anteriormente son insumos que la mayor parte de calzadistas utiliza al menos dos de ellos importados para la confección del zapato, con el fin de dar mayor confianza y elegancia a sus consumidores finales; en el caso de la empresa Joshep's Marc, utiliza generalmente la suela y los herrajes, para mantener una ventaja competitiva en la diferenciación del producto fabricado. Existen empresas que fabrican algunos de estos insumos en nuestro país, en el caso de las suelas, pero los fabricantes que desean sobresalir en el mercado, optan por utilizar productos importados no solo por la calidad, sino también por los

diferentes modelos y gama de colores que pueden adquirir en volúmenes pequeños de entre 1200 pares; que sus proveedores venden de 3 a 5 fabricantes; que no pueden obtener con los productos nacionales: primero, la calidad no genera confianza; segundo, los volúmenes de una fábrica de suelas es alto y ocasionaría bodegaje alto, e incrementará sus costos por inventario

La empresa Joseph's Marc, siempre se caracteriza por crear productos de buena calidad y diferentes a los demás, por ello compra algunos insumos importados de manera preferencial suelas y herrajes, dependiendo las necesidades que requiera el diseño vanguardista, se mantiene en el mercado aun cuando los precios de estos insumos son considerablemente costosos.

### **Cadena de valor**

Robbins y Coulter (2010) definen a la cadena valor como un modelo que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización generando valor para el cliente o consumidor final. "Es la serie completa de actividades laborales de una organización, que añaden valor a cada etapa, desde la materia prima hasta el producto terminado"

Determina la secuencia de actividades por etapas determinadas, con un valor invertido en cada uno de ellos.

### **Objetivo de la administración de la cadena de valor**

Para Robbins y Coulter (2010) objetivo de la administración de la cadena de valor es crear una estrategia de cadena de valor que satisfaga las necesidades de los clientes y que se dé una integración completa entre todos los miembros de la cadena. Una buena cadena de valor será aquella en que todos los participantes de la cadena funciones como equipo.

Acertadamente, el objetivo más importante en la cadena de valor es con el fin de satisfacer eficientemente las necesidades de los clientes, con una participación conjunta y determinada en el desarrollo de las actividades.

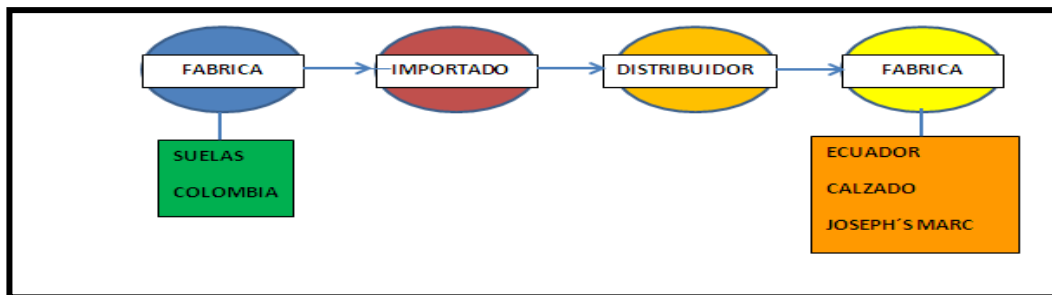
**Gráfico 10.** Flujo de la Cadena de Valor Empresa Joseph's Marc



Fuente: Empresa Joshep's Marc  
Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

La cadena de valor de calzado es: abastecimiento, diseño, producción y comercialización, el abastecimiento de Joshep's Marc se realiza en los almacenas que ofertan materia prima de Ambato tales como: Dimar, Jesús del Gran Poder, Yolanda Salazar. Su producción está dirigida por sus propietarios, y la comercialización realizan a por mayor a distribuidores y al por menor directamente en su local de exhibición y venta.

**Gráfico 11.** Cadena de valor de la adquisición de insumos importados



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

En la adquisición de insumos importados también podemos estructurar una cadena de valor, para identificar cuantos eslabones está afectando al producto que estamos adquiriendo, en el caso de la empresa Joshep's Marc, no importa las suelas ni los herrajes, pero compra a distribuidores que a su vez compran a los importadores y estos compran a los fabricantes; motivo por el cual encarece los insumos importados



## **Diferenciación Del Producto**

Según Economyblog, (2006) nos dice: La diferenciación de producto es una estrategia de marketing basada en crear una percepción de producto por parte del consumidor que lo diferencie claramente de los de la competencia.

Existen tres razones básicas para diferenciar productos: estimular la preferencia por el producto en la mente del cliente, distinguir el producto de los similares comercializados por la competencia y servir o cubrir mejor el mercado adaptándose a las necesidades de los diferentes segmentos. (Economyblog, 2006)

La diferenciación del producto, consiste en la heterogeneidad o distinción de un producto de la misma clase de otro, puede darse mediante el diseño, insumos, marca, servicio, etc. Definitivamente, es todo lo que ayude a un producto a que sea como único; esto crea una ventaja, frente a la competencia y motiva a un cliente a preferir un producto.

### **2.4.2. Marco Conceptual de la Variable Dependiente**

#### **Contabilidad**

Nos dicen que:

“La contabilidad se constituye en una herramienta indispensable para la toma de decisiones. Es por ello que la información que genera debe propender a coordinar las actividades económicas y administrativas, captar, medir, planear y controlar las operaciones diarias.” (Zapata, 2004, p.18)

También confirma: “La Contabilidad es un instrumento de comunicación de hechos económicos, financieros y sociales suscitados en una empresa, sujeto a medición, registración e interpretación para la toma de decisiones empresariales” (Gandarillas, 4ta Edición, p.4)

En definitiva, la contabilidad es una técnica que sirve de instrumento para conocer el estado de las empresas sin importar su tamaño u origen, con el fin de

identificar el estado o los inconvenientes que presenten las empresas y determinar soluciones tanto económicas, productivas, y también sociales.

### **Contabilidad de costos**

Nos ayuda a conocer de manera rápida y eficiente la información de los costos relacionados con la producción, dado que en toda empresa productiva es muy necesaria.

Según ARREONDO, María (2005:3) nos dice:

La Contabilidad de Costos es un sistema de información que clasifica, asigna, acumula y controla los costos de actividades, procesos y productos, para facilitar la toma de decisiones, planeación y el control administrativo de quienes lo usan.

Y sustentamos con los aportes siguientes:

“La contabilidad de costos forma parte de la contabilidad administrativa de tal forma que al clasificar, acumular, analizar y asignar los costos provee la información necesaria a la administración para la toma de decisiones”

También hace referencia que:

“La contabilidad de costos brinda a los usuarios la información pertinente para que puedan preparar escenarios de posibles precios de venta, considerando alternativas de utilidades a partir del costo de producir, administrar y comercializar.”(Zapata, 2007, p.6)

### **Sistema de costos**

Según ARREONDO, María (2005:275) “Un sistema de costos puede ser definido como un conjunto de reglas y procedimientos que hace posible la acumulación de datos contables para suministrar información relevante

encaminada a tomar decisiones por parte de la dirección de la empresa, así como proceder a la valoración de la producción. Por su parte el proceso de acumulación de costos es aquel que de una forma organizada recoge, agrupa y clasifica los costes relacionados con el proceso productivo con el fin de proporcionar información relevante para conseguir el objetivo perseguido”

El sistema de costos es el que influye en el proceso o procedimiento de la producción mediante reglas determinadas ha seguir, para obtener el valor exacto que influye en el costo unitario de cada producto elaborado.

### **Costos Reales o históricos**

Son costos que obtenemos después de un periodo de producción, para determinar el valor real de la suma de costos que incurrieron en el proceso de obtener un producto

### **Costos Predeterminados**

Son costos que se asemejan por que se obtienen antes de un proceso productivo entre estos tenemos los costos estimados y estándar y se diferencian, el estimado hace mérito a su nombre he indica lo que puede costar, y el estándar indica lo que debe costar con mucha acertividad dado que es técnico y probado, siendo los mas usados en los procesos productivos:

- Costos por ordenes de producción
- Costos por procesos
- Costos sistema ABC.

### **Costos por órdenes de producción**

“El sistema de costo por órdenes de trabajo se utiliza donde los productos son distintos de acuerdo a las necesidades de materiales y de conversión y responden a las solicitudes de clientes, sobre la base de las especificaciones previamente establecidas y necesidades determinadas”. (GESTIOPOLIS, 2010)

Este costo es el más sencillo de utilizar para empresas productivas y pequeñas, dado que se basan en ordenes de acuerdo al pedido que obtienen de un cliente y lo hacen tarea de trabajo, de acuerdo a la cantidad determinada de productos que hayan solicitado; se demora más en el proceso, por el registro que deben realizar del costo en cada área.

### **Costos por procesos**

“El costeo por procesos es un sistema que aplica los costos a productos similares que se producen por lo general en grandes cantidades y en forma continua a través de una serie de pasos de producción”. (GESTIOPOLIS 2010)

Se aplica en las producciones en serie, en gran volumen, y muy sistematizadas; sin interrupciones en el proceso productivo, donde se aprovecha al máximo los recursos de mano de obra y se reduce los costos fijos, se obtienen al promediar la producción y son muy estandarizados.

### **Costos ABC**

Es el sistema de costo basado en actividades, indica que es:

“Es un proceso gerencial que ayuda en la administración de actividades y procesos del negocio, en y durante la toma de decisiones estratégicas y operacionales”. (Cárdenas, 1995)

Acertadamente, a diferencia de los sistemas de costos tradicionales, que están basados en el producto, este sistema presenta un análisis de costos más amplio, dado en cada actividad del proceso productivo, dividido en áreas homogéneas desde el inicio de la etapa del diseño hasta la posventa de un producto; este sistema, fue diseñado para empresas con actividades manufactureras y hoy en día se usa también en actividades de servicios; en este campo, el producto solo es una

parte del costo y las otras actividades contienen la diferencia del costo, es decir cuantifica las actividades para tener un costo real de cada producto.

### **Costos de Producción**

“Implica la inversión necesaria en todas las operaciones realizadas desde la adquisición de los materiales que van a transformarse, hasta su transformación en artículo terminado de consumo o de servicio”. Según, (Hernandez, 2007, p. 22)

De Forma Similar, de acuerdo a (Happel & Jordan, 1981, pág. 228) “El costo de producción de un producto se obtiene sumando una gran cantidad de pequeños gastos que contabilizan los costos de los materiales, mano de obra, servicios auxiliares, y otros que intervienen en la fabricación del producto final”.

“Para todo individuo realizar una acción o dejar de realizarla tiene un costo, ya sea monetario, de tiempo, etc. De igual forma para quien está a cargo de todo proceso productivo los costos serán sin duda un concepto que no dejará nunca de lado, ya que estos estarán presente en toda la etapa de producción. Así como un individuo pretende maximizar sus beneficios, las empresas también lo querrán y una de las formas más eficientes para hacerlo es a través del control y gestión de costos. En un mundo de escasez, las empresas deben saber muy bien en cómo gasta el dinero invertido en cada factor de producción. Sin embargo, hay que decir que los costos no solo influyen en el nivel de producción, las empresas responsables toman en cuenta los costos a la hora de tomar cualquier decisión, como por ejemplo si es rentable o no contratar más personal o pagar por horas extras o bien si seguir invirtiendo en su propio país o abrir sus mercados. Estas decisiones no sólo están motivadas por el deseo e ímpetu del empresario, también necesitan de un buen análisis de costos”. (Cuadros, Pacheco, Cartes, & Contreras, 2012)

Podemos decir, que el costo de producción es la suma de los recursos económicos invertidos en el proceso productivo tanto de mano de obra, de materia prima, costos indirectos de fabricación para obtener un producto determinado. Es una de las herramientas más importantes que ayuda a la hora de realizar un análisis del rendimiento de la fabricación y el desarrollo de la empresa.

### **Ejemplo:**

El cliente requiere 60 pares de zapatos del modelo TM304 negro y obtenemos el siguiente resultado.

**Tabla 6.** Costo de producción

<b>ORDEN DE PRODUCCIÓN</b>	<b>685</b>
<b>MODELO</b>	<b>TM304</b>
<b>PARES</b>	<b>60</b>

Año 20015

<b>TIPO</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>COSTO</b>	<b>participación</b>
<b>MATERIALES</b>	<b>medida</b>	<b>Mat par</b>	<b>(\$)</b>	<b>%</b>
cuero	dm	840	201,60	20%
suelas	pare	60	186,00	19%
forro	metro	4,8	29,40	3%
herrajes	unidad	120	30,00	3%
Pega Am	litro	15	60,00	6%
Lona ref.	metro	4,8	20,40	2%
Cérfil	lamina	1,8	10,80	1%
contrafuerte y puntas	metro	2,4	12,60	1%
Limpiador y halogenante	litro	4,8	28,80	3%
Pega (PU)	litro	2,4	13,20	1%
plantilla	pare	60	39,60	4%
Caja individual + accesorios	unidad	60	51,60	5%
<b>SUB-TOTAL</b>			684,00	0%
misceláneos 3%			20,40	2%
Gastos varios (4%)			27,60	3%
MANO DE OBRA			255,00	26%
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>			<b>986,40</b>	<b>100%</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION POR PAR</b>			<b>16,44</b>	

Fuente: Empresa Joshep's Marc  
Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

Esta tabla se obtiene de la orden de producción, entregada como orden de trabajo para su proceso, nos da un escenario fácil y confiable para determinar el costo de producción de \$ 993.90 con costo de producción unitario de \$ 16.57. Se añadió una columna, para conocer los valores absolutos de influencia, en donde podemos determinar, que para esta orden de producción, el valor más influyente es la mano de obra con el 26% de representación, seguido del cuero con el 20% y las suelas con el 19%, los herrajes con un 3% sumado estos últimos dos componente hacen un 22% de insumos importados en el costo total, que tiene

carácter muy influyente que debe ser tomado en cuenta a l momento de adquirirlos, a mas debemos considerar que para calcular los costos de producción de las empresas artesanales calificadas por la cámara artesanal, debemos utilizar, los precios de compra de los productos incluidos el IVA.

### Evolución de costos

Nos ayudan a ratificar el progreso permanente de los costos de producción.

**Gráfico 12.** Evolución del Costo de Producción

Precio en Dólares



Fuente: Empresa Joshep's Marc  
Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

En el cuadro de la evolución de los costos de producción en dólares tomamos referencia comparativa, tres modelos más vendidos por la empresa, y apreciamos como han tenido en los tres casos un incremento considerable año tras año, en forma casi homogénea del 24.19% en el modelo TM304 tomado como referente desde el año 2011 hasta el año 2015, y rondando por este valor los otros dos diseños considerados de estudio de análisis; esto no es por haber aumentado sus ingresos, si no por el incremento de los insumos importados, insumos nacionales

y considerable costo de mano de obra, que son los factores más influyentes en el proceso de producción de la empresa.

### Costos fijos

Hernandez, (2007) menciona que los costos que en su monto no cambian aunque cambie el volumen de actividad, se les llama también rígidos o constantes, se acumulan en función del tiempo transcurrido, por lo que se conocen también como costos cronológicos (p.9)

**Gráfico 13.** Costo Fijo



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

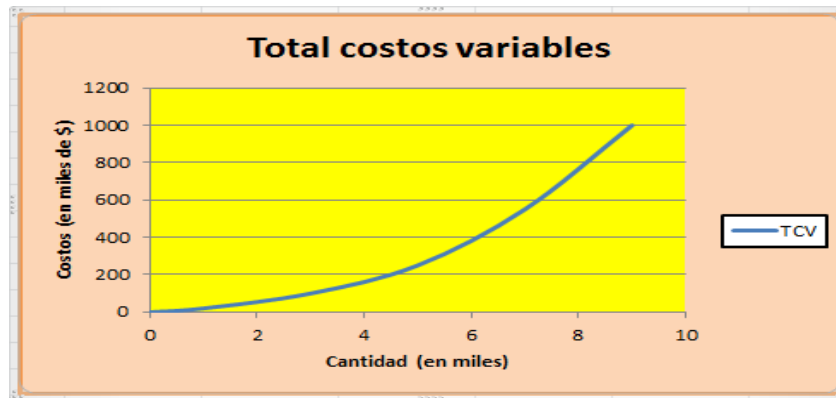
Determina como su nombre indica, es el gasto que tiene la empresa aun sin producir nada, por ello se debe ser muy considerado en el momento de la planificación y organización por parte de los administradores; pueden estos ocasionarían perdidas irre recuperables y llevar a una empresa a su desaparición, por ello se debe aprovechar al máximo todos los recursos para obtener precios competitivos.

### Costos variables

Son los costos variables según Hernandez, (2007) que están directamente relacionados con el volumen de actividad, es decir, aumentan y disminuyen en su monto total, en proporción directa de los aumentos y disminuciones de los volúmenes de actividad (p.9). Se identifica, de manera directa con el volumen de unidades producidas por una empresa, influyen y actúan cuando se empieza la etapa productiva.



**Gráfico 14. Costo Variable**



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

Tanto el costo fijo y el costo variable influyen directamente a la hora de obtener el costo total, y mediante un análisis de estos costos, en relación al comportamiento del mercado ayudan a determinar el precio del producto, también estos costos nos ayudan para analizar el comportamiento y el rumbo de la empresa y también tomar decisiones muy acertadas dentro del área productiva.

Son elementos que con la información que nos brindan, ayudan a conocer la utilidad que tiene la empresa, determinar el precio del producto que se fabrique.

**Tabla 7. Elementos del Costo de Producción**

<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>Representación (%)</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	64%
<b>MANO DE OBRA</b>	26%
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>	10%
<b>TOTAL</b>	100%

Fuente: Empresa Joshep's Marc  
Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

Identificamos como intervienen estos elementos al momento de constituir el producto final y observamos como la materia prima con el 64% de intervención en el costo de producción total es la más influyente, seguido de la mano de obra con el 26% y tienen los costos indirectos de Fabricación una intervención del 10%; nos da un escenario claro para tomar decisiones administrativas.

## **Mano de Obra**

Da a conocer que:

Es el sueldo y/o salario del elemento humano que directamente transforma la materia prima o que interviene indirectamente en la transformación de ella, en el primer caso se trata de mano de obra directa y en el segundo de mano de obra indirecta. (Hernandez, 2007,p.22)

Es evidente que es el factor más importante dentro de la producción, dado que es el costo del tiempo que se emplea para producir un bien o servicio, unos actuando directa y otros indirectamente con el mismo fin a cambio de una remuneración como los sueldos o salarios, la misma que deben ser capacitada permanentemente, para un mejor desenvolvimiento de sus elementos de manera responsable, eficiente y eficaz, siendo esta una ventaja competitiva ante las demás empresas.

Debemos también determinar que existe mano de obra directa, que es la que actúa directamente en la producción y la mano de obra indirecta que hace las funciones administrativas.

## **Materia Prima**

Nos da a conocer:

Hernandez (2007) define como el material que se adquiere para ser transformado en artículo terminado o para intervenir en la transformación de él, en el primer caso se trata de materia prima directa y en el segundo de materia prima indirecta. (p.22)

Podemos decir, que son materiales que nos ayudan a obtener el producto final con ayuda de la mano de obra e intervención de los costos indirectos de fabricación; a la hora de adquirir la materia prima, debemos ser muy cuidadosos, dado que de este elemento, depende mucho de la calidad y presentación del producto, debe ser muy bien aprovechado o influirá en los costos de producción. Para la empresa Joseph Marc, la materia prima nacional más influyente es el cuero con una participación del 20%

aproximadamente, y el que más incremento ha tenido en los últimos años aun siendo insumo nacional, seguido de las suelas con el 19% considerado alto este insumo importado a relación de suelas nacionales.

### **Costos Indirectos de Fabricación**

Hernandez (2007) Son los servicios auxiliares o accesorios de la fábrica, necesarios para llevar a cabo la producción, sin que estos servicios lleguen a formar parte del producto terminado (p,21).

Es decir, costos indirectos de fabricación, sin intervenir directamente son parte fundamental porque ayudan a un buen desarrollo en el proceso y rendimiento de la elaboración de un producto, de manera necesaria e indispensable no se puede prescindir de ello, que es el eje principal para el desarrollo de la empres

### **Economías de Escala**

Según Nunes, Paulo (2012) Las economías de escala representan beneficios en términos de costos de producción, que las organizaciones obtienen con el aumento de su dimensión y la cantidad producida. Estos beneficios se deben a la existencia de costos fijos en la producción. Aumentando el nivel de producción, estos costos fijos se diluyen por un mayor número de unidades producidas causando así la reducción del costo de medio de producción.

Por lo tanto, la economía de escala incide en el decrecimiento de los costos fijo ya que es inversamente proporcional al aumento de la producción, generando así mayores ingresos una vez alcanzado el nivel óptimo de producción.

### **Producción**

“Toda actividad del hombre que a través de un proceso de transformación de insumos, materias primas y recursos naturales, obtiene bienes y servicios que sirven para satisfacer las necesidades humanas”. (Sepúlveda, Cesar 2004, pág. 150)

Según Vilcarromero (2013), en las empresas industriales la aplicación de la gestión de producción es la clave para que asegure su éxito. Por lo tanto en estas empresas su componente más importante es la producción, en tanto es fundamental que cuenten con un buen control y planificación para que mantengan su desarrollo en un nivel óptimo.

Según Vilcarromero (2013), se puede definir a la Administración de Operaciones como el diseño, y la mejora de los sistemas que crean y producen los principales bienes y servicios, y que está dedicada a la investigación y a la ejecución de todas aquellas acciones que van a generar una mayor productividad mediante la planificación, organización, dirección y control en la producción, aplicando todos esos procesos individuales de la mejor manera posible, destinado todo ello a aumentar la calidad del producto.

Naturalmente la producción es el conjunto de procesos organizados para obtener un producto, mediante la planificación y la organización con un control eficaz y eficiente, pero bajo una dirección óptima de los administradores, con la finalidad de obtener resultados en el tiempo determinado, involucra todos los actores a cumplir los objetivos propuestos, bajo un comportamiento optimista y comprometido por todos los actores.

### **Enfoque del sistema de producción**

Según David F. Muñoz Negrón(2009) nos dice que las dimensiones básicas en las que una empresa puede enfocar su sistema de producción:

- Bajos costos de producción (materiales, fuerza de trabajo, entregas, desperdicios, etc.)
- Mejores tiempos de entrega (justo a tiempo)
- Mejor calidad de las Manufacturas y servicios (Calidad y confiabilidad del producto)

- Innovación y flexibilidad (sistema de producción con gran capacidad adaptarse a nuevas tecnologías)

Al hablar de producción debemos tomar muy en cuenta el propósito de la empresa que es generar recursos económicos y es por ello que debemos optimizar los tiempos y los recursos materiales, y, el más importante de los recursos, el humano; para obtener productos de alta calidad, en el tiempo exacto y entregar a nuestros clientes en el momento acordado.

### **Factores de la producción**

Los factores de la producción son: Capital, tierra y trabajo.

Capital: es la inversión que realiza la empresa tanto en tecnología, materia prima, mano de obra y otros gastos, para producir un bien o servicio.

Tierra: El espacio que ocupa una empresa en realizar una actividad productiva.

Trabajo: es la actividad física o intelectual que aportan los individuos en una labor

### **Producción de Calzado**

#### **FASE DE DESARROLLO**

La empresa JM tiene la maquinaria elemental y suficiente para fabricar productos de alta calidad, hasta el momento hace un buen producto, competitivo en relación al mercado local, provincial y hasta nacional, cumple con sus pedidos a tiempo, la maquinaria esta subutilizada, el rendimiento del personal es todavía no muy eficaz ni eficiente, la planificación está dirigido por sus propietarios, el control es básica y elemental, las compras de la materia prima se realiza en base a notas de pedido, escasa estrategia de ventas.

### **Nota de pedido**

**Tabla 8.** Nota de pedido

## ORDEN DE PEDIDO

*Empresa Joshep's Marc  
Cevallos-Ecuador*

<b>Cliente:</b> Pablo Correa	N°-	685			
<b>Ciudad:</b> Cuenca					
<b>Fecha de pedido:</b> 10 de Octubre del 2014	<b>Fecha de entrega:</b>	29/10/2014			
<b>Modelo:</b> BM304	<b>Vendedor:</b>	0,01			
<b>Pares:</b> 60	<b>forma de pago:</b>	contado			
<b>SERIE :</b> 5/34 10/35 15/36 15/37 10/38 5/39					
<b>Direccion:</b> Av. Maldonado 503 y Torres					
<b>TIPO</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>Nombre</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Novedad</b>
<b>MATERIALES</b>	<b>medida</b>	<b>mat par</b>	<b>Actividad</b>		
cuero	dm	840			
suelas	par	60			
forro	metro	4,8			
herrajes	unidad	120			
Pega Am	litro	15			
Lona ref.	metro	4,8			
Cérfil	lamina	1,8			
contrafuerte y puntas	metro	2,4			
Limpiador y halog.	litro	4,8			
Pega (PU)	litro	2,4			
plantilla	par	60			
Caja individual + accesorios	unidad	60			
<b>Novedades Generales:</b>					
_____ Responsable			_____ Entregado por		
Fecha y hora que recibe:					

Fuente: Empresa Joshep's Marc  
Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

“La **nota de pedido** es un documento utilizado, por empresas y comercios para que los clientes puedan hacer solicitudes y pedidos de distinta índole, como productos o servicios especializados. Las notas de pedido se expiden (extienden) por duplicado o triplicado, del cual el original se queda en manos de la empresa, una copia es entregada al cliente y otra copia es enviada al encargado de surtir la mercancía o proporcionar el servicio. En este documento se indican; la descripción, cantidad, tipo, condiciones y el precio por unidad de la mercancía solicitada. Una **nota de pedido** tiene algunos puntos fundamentales comunes, pero que pueden variar según el tipo de nota usada por cada empresa en particular” (Callejas, 2001).

Es decir, para comprometer al cliente y reafirmar la relación de compromiso de venta-compra indispensablemente se recomienda a las personas encargadas de coger pedidos en las empresas productoras y de manera especial a JM use permanentemente las notas de pedido, que son un sustento no solo para la venta, sino también para la planificación y el desarrollo de la producción, a más de ayudar de manera exacta en la adquisición de materias primas.

### **Adquisición de materiales**

Después de conocer que productos necesita producir y cuanto material va a utilizar la empresa adquiere los materiales en los almacenes de la ciudad de Ambato, los mismos que ingresa a su bodega para esperar al momento de ser procesados, por lo general, las suelas y herrajes son importados y de igual manera adquiere de distribuidores en el volumen más bajo que le ofrecen, para no sentirse afectado en el bodegaje, dado que ocupa muchas suelas por la diversidad de productos

## Procesos de la producción de calzado

**Tabla 9. Maquinaria y procesos para producción**

PROCESO	MAQUINARIA
CORTADA	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1Troqueladora</li></ul>
COSTURA	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1Devastadora</li><li>• 1Maquina zig-zag</li><li>• 2 Máquinas Poste una Aguja</li><li>• 1Maquina Poste Doble Aguja</li></ul>
MONTADA (ARMADA)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1Armadora de Puntas</li></ul>
MONTADA (PEGADO)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1Horno luz halógena</li><li>• 1Prensa Boca de Sapo</li><li>• 1Pulidor</li><li>• 1Compresor</li></ul>

Fuente: Empresa Joshep's Marc  
Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

Una vez recibida la orden de producción, seleccionados el modelo, revisado los materiales que estén en perfecto estado, empezamos la carrera productiva anotando la cantidad de material y el tiempo empleado en la orden de producción de haber un sobrante igualmente lo registramos.

### Área de corte.

Después de recibir los materiales la empresa procede a destrozarse los mismos en piezas más pequeñas de acuerdo al modelo que necesite laborar sea este con el troquel o en forma manual en una mesa apropiada con una lata sobrepuesta y con ayuda de un estilete o cuchilla corta en base a un modelo de lata que guía la forma de la pieza, para lo cual la empresa requiere de dos personas, después de obtener las piezas estas son revisadas minuciosamente, numeradas de acuerdo a la talla y pintadas sus filos, para pasar al siguiente proceso.



**Gráfico 15. Área de corte**



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

**Aparado o Guarnecido.**

Esta área empieza con el desbaste o tumbado de los filos para mejor flexibilidad de las uniones y mayor anclaje en el momento de las costuras, una parte envía a la maquila que mantiene convenio para el aparado y otra parte procesa internamente con 4 personas encargadas para esta labor los mismos que utilizan la producción solo 6 horas para en las 2 últimas horas ayudar en el arreglo y empaclado del producto terminado. Luego un ayudante pasa las piezas pasa su unión

**Gráfico 16. Aparado o Guarnecido**



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

### **Área de Armado**

En esta área, la empresa usa 2 personas que con la ayuda de una armadora manejan un proceso rápido, sus plantillas de armado, dentros y contrafuertes con la ayuda de la Troqueladora obtienen rápidamente, el uno prepara la horma, el otro engoma. Lo hacen de 60 pares en cada tarea y lo repiten hasta 6 veces al día, de acuerdo a las órdenes que les entreguen para ese día.

### **Área de pegado**

Es la área de más cuidado que tiene la empresa porque esta convencidos que es la área más importante, utiliza materiales probados por ellos mismos y no se arriesgan con otros productos similares, está a cargo de 2 personas; el uno prepara la suela y el otro prepara la capellada después de que le entregan armada, los 60 pares en un lapso de 2.5 horas tienen pegado, usan un congelador para enfriar el zapato después de pegar y poder sacar las hormas en 20 minutos aproximadamente.

**Gráfico 17. Área de pegado**



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

### **Área de terminado y embalaje**

## Gráfico 18. Área de terminado y embalaje



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015

En esta área está encargada 1 persona, que es ayudada por las 4 personas que están en el apartado y muchas de las veces de acuerdo a la brevedad de la entrega por los 2 personas que están en el cortado, la persona encargada adelanta lo más pronto posible poniendo las plantillas y limpiando de ser necesario para luego sus compañeros le ayuden a empaclar y embalar, este proceso es rápido, ya que la empresa no hace modelos con pasadores, solo botines y baletas en la mayoría.

Los costos de producción podemos decir son directamente proporcionales de acuerdo al producto que realice la empresa.

### 2.5. Hipótesis

Los insumos importados incrementa el costo de producción del calzado de la empresa Joshep`s Marc del cantón Cevallos de la provincia de Tungurahua.

**Variable independiente:** Los Insumos importados

**Variable dependiente:** El costo de producción del calzado

**Unidades de observación:** Empresa Joshep`s Marc, fabricante de calzado, en el cantón Cevallos de la provincia de Tungurahua.

**Términos de Relación:** Incrementa

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. Enfoque de la investigación

El presente trabajo de investigación nos llevará a descubrir de manera exploratoria mediante métodos y técnicas que ayuden a entender y esclarecer el tema determinado, mediante el análisis de la hipótesis previa planteada llegar a una solución posible.

Finalmente en la investigación se llegará al nivel descriptivo por medio de la relación de variables y la determinación de la relación de los objetos, mediante la investigación de campo y documental, para aportar de manera eficaz y eficiente en la solución del problema que se identifica en la empresa Joshep`s Marc.

#### 3.2. Modalidad básica de la investigación

Las modalidades aplicadas para la investigación serán la de campo y la documental, en donde para ello se obtendrá las consideraciones más apropiadas para su ejecución.

##### 3.2.1. Investigación de campo

Investigación de campo: Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Como es compatible desarrollar este tipo de investigación junto a la investigación de carácter documental, se recomienda que primero se consulten las fuentes de la de carácter documental, a fin de evitar una duplicidad de trabajos. (Behar, 2008, p.21)

Investigación de campo La investigación de campo es la que se realiza directamente en el medio donde se presenta el fenómeno de estudio. Entre las herramientas de apoyo para este tipo de investigación se encuentran: · El

cuestionario. · La entrevista. · La encuesta. · La observación. · La experimentación. (Profesores, sf., p.2)

Para el buen desempeño de este trabajo investigativo, se trabajará directamente con las empresas productoras de calzado y se aplicarán encuestas a los gerentes, personal administrativo con el fin de obtener datos relevantes al problema.

### **3.2.2. Investigación Bibliográfica**

Según RIVAS, (1994) la investigación bibliográfica es la primera etapa del proceso investigativo que proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes, de un modo sistemático, a través de una amplia búsqueda de: información, conocimientos y técnicas sobre una cuestión determinada. (p.2)

Según Méndez (2010), manifiesta que la investigación bibliográfica es clave en el desarrollo del conocimiento, ya que sistematiza, descubre y aporta nuevo conocimiento dando como respuesta a la pregunta de investigación que le dio origen. Cabe subrayar que este tipo de investigación no se limita a recolectar datos, resumirlos y presentarlos, tampoco a abordar de manera general y superficial el tema de investigación. La realización de un trabajo de investigación bibliográfica debe recorrer diversos caminos que en ocasiones son difíciles de sortear, tanto por el exceso de optimismo como por la desesperación que se deriva de la complejidad del problema en estudio, así como los grandes hoyos negros del conocimiento.

Podemos decir, que la investigación bibliográfica es la manera de obtener, seleccionar y clasificar la información recopilada, que sirve como sustento y respaldo de forma asertiva de los documentos investigados, que serán útiles para entender de manera confiable, lo que necesitamos saber para analizar y proyectar este trabajo investigativo.

### **3.3. Nivel o Tipo De Investigación**

#### **3.3.1. Investigación Correlacional**

Estudios correlacionales: El investigador pretende visualizar cómo se relacionan o vinculan diversos fenómenos entre sí, o si por el contrario no existe relación entre ellos. Lo principal de estos estudios es saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada (evalúan el grado de relación entre dos variables) (Behar, 2008,p.19)

Este tipo de investigación, permite identificar la relación y correlación que tienen entre las variables independiente y dependiente.

Se realizará esta investigación analizando las encuestas, información financiera disponible e información bibliográfica. Que ayudará a obtener soluciones posibles, se realizará un análisis FODA de la empresa, para ver las oportunidades, amenazas y fortalezas y debilidades; con ello determinaremos según el análisis que se obtenga, las ventajas competitivas y aplicaremos la estrategia más conveniente.

#### **3.3.2. Investigación Descriptiva**

Investigación descriptiva: Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Al igual que la investigación que hemos descrito anteriormente, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad. Su objetivo es describir la estructura de los fenómenos y su dinámica, identificar aspectos relevantes de la realidad. Pueden usar técnicas cuantitativas (test, encuesta...) o cualitativas (estudios etnográficos...). (Behar, 2008,p.21)

Según Herrera (2010) el nivel descriptivo se refiere a describir el comportamiento de las variables o su representación en frecuencias lo que indica que se aplicará estadística descriptiva para estimar la presencia de las variables en el problema y la

herramienta utilizada para ello serán las encuestas aplicadas a la población de estudio y el análisis financiero.

En esta investigación, se describirá la situación en la que se encuentra la empresa, como influye la variable independiente en la variable dependiente o viceversa, mediante la encuesta conoceremos hechos reales de la situación de las empresas de calzado del cantón Cevallos, al igual realizaremos una entrevista a los dueños y administrativos de la empresa Joshep`s Marc, para establecer la realidad productiva e identificar sus falencias, para plantear acertadas soluciones.

### **3.3.3. Investigación Explicativa**

Investigación explicativa: Mediante este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta de los porqué del objeto que se investiga. Además de describir y buscar la explicación del comportamiento de las variables. Su metodología es básicamente cuantitativa, y su fin último es el descubrimiento de las causas. (Behar, 2008,p.21)

Se describe como investigación explicativa, por ser la encargada de determinar el porqué de las causas que afectan al problema en estudio, y a la vez dar respuestas a cada inquietud mediante un análisis respectivo, teniendo en cuenta, la relación que existe entre las variables, tanto independiente con la dependiente o viceversa.

### **3.4. Población y Muestra**

La investigación presenta una población total de 42 locales de productores artesanales de calzado ubicados en el cantón Cevallos, siendo la población muy pequeña, nos vemos obligados a utilizar en este proyecto investigativo la población en su totalidad, y no la muestra que es un subconjunto de elementos de la población y a la vez representan a la población en estudio, como se realiza en otros análisis de mayor población.

### 3.5. Utilización de modelos estadísticos

Los modelos estadísticos que se utilizará en esta presente investigación es el uso de la estadística descriptiva e inferencial, las mismas que permiten respectivamente, la recolección, clasificación, organización, para medir, analizar e interpretar los datos obtenidos, que serán figurados en tablas y gráficos, estos modelos nos ayudan a determinar el grado de relación que se tiene entre las variables en estudio y analizar el contraste de la hipótesis planteada para identificar su factibilidad de estudio mediante el uso del chi- cuadrado; al mismo tiempo que mediante la interpretación y análisis de los resultados obtenidos, a predecir y dar un criterio claro y preciso de los cambios de decisiones importantes que la empresa Joshep`s Marc fabricante de calzado en estudio debe tomar, para obtener resultados satisfactorios y progresistas.

**Estadística descriptiva:** Se basa en la recolección, clasificación, estructuración, organización y descripción de los datos recopilados en las observaciones con las que se construye tablas y gráficos para una interpretación más simple y verás.

**Estadística inferencial:** Es la encargada de interpretar y analizar los datos obtenidos por la estadística descriptiva para ayudar a resolver el problema detectado, mediante predicciones y conclusiones.



### 3.6. Operacionalización de variables

#### 3.6.1. Variable independiente: Los insumos importados

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas instrumentos
Son insumos traídos desde el exterior al país como; materias primas para la producción de calzado	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Países Proveedores</li> <li>➤ Tipos de insumos</li> <li>➤ Tributos por importación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Principales proveedores</li> <li>➤ Insumo importado más utilizado</li> <li>➤ Salvaguardia</li> </ul>	<p>¿Cuáles son los principales proveedores de insumos para calzado del Ecuador?</p> <p>¿Cuáles son los insumos más importados?</p> <p>¿Cuál es la estructura impositiva?</p>	<p>Análisis Financiero de la Empresa</p> <p>Entrevista a los directivos</p>

Elaborado por: Omar Ortiz

### 3.6.2. Variable dependiente: El Costo de Producción de calzado

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas instrumentos
Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Materia Prima</b></li> <li>➤ <b>Mano de Obra</b></li> <li>➤ <b>Costos Indirectos de Producción.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Costo de la Materia Prima</b></li> <li>➤ <b>Costo de la mano de obra</b></li> <li>➤ <b>Costo del CIF</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la composición del costo de producción?</li> <li>¿Cuál es la participación de los insumos importados en el costo de producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Estados Financieros</b></li> <li>➤ <b>Entrevista a los directivos</b></li> </ul>

Elaborado por: Omar Ortiz

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Encuesta dirigida a los Productores de Calzado del Cantón Cevallos

##### 1. Naturaleza Jurídica de la Empresa

**Tabla 10. Clasificación de los productores de calzado según RUC**

En porcentajes

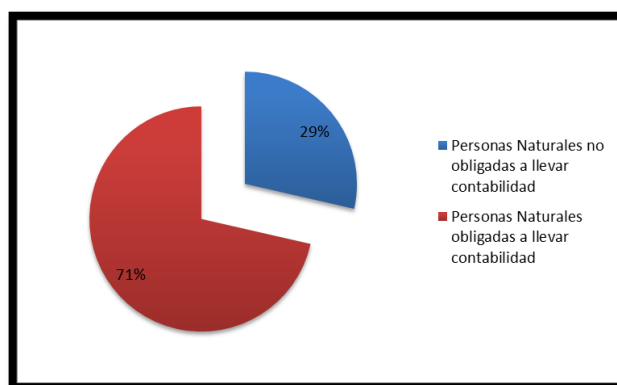
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Personas Naturales no obligadas a llevar contabilidad	12	28,57%
Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad	30	71,43%
<b>Total</b>	42	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Gráfico 19. Clasificación de los productores de calzado según RUC**

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

## Análisis e interpretación

El número de productores de calzado del cantón Cevallos ascienden a 42, de los cuales 71,43% se clasificarían con personas naturales obligadas a llevar contabilidad, y el 28,57% personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.

Demuestra que en el cantón Cevallos, la mayor parte de las empresas han tenido un crecimiento considerable, con un afán de crecimiento permanente y constante se están formalizando, sirviendo estos de ejemplo para otras empresas del sector y de la provincia.

### 2. Año de Inicio de la actividad Productiva

**Tabla 11. Madurez del negocio**

En porcentajes

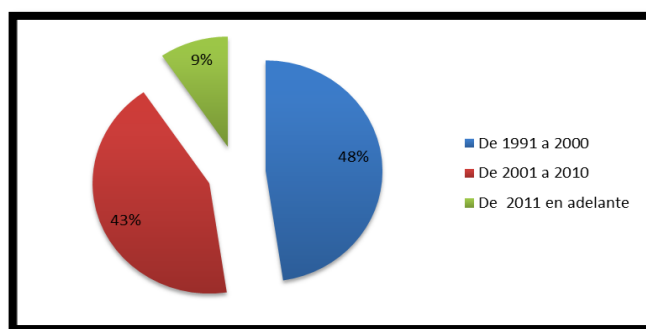
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1991 a 2000	20	47,62%
De 2001 a 2010	18	42,86%
De 2011 en adelante	4	9,52%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Gráfico 20. Madurez del Negocio**

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### **Análisis e interpretación**

El tiempo que un negocio se encuentra vigente en el mercado indica el nivel de madurez obtenido, es así que considerando que el 47,62% de los productores ingresaron al sector de la producción de calzado entre 1991 y 2000 se podría considerar que los mismos tienen una elevada madurez empresarial puesto que tienen más de 15 años en el desempeño empresarial, seguido de un 42,86% que se constituyen en un emprendimiento entre 2001 y 2010 que se considera estable y apenas el 9.52% se podrían clasificar como negocios relativamente jóvenes.

Nos indica que la mayor parte de empresas de calzado en el cantón Cevallos tiene un buen tiempo de permanencia en su funcionamiento, demostrando que han persistido y tienen la suficiente experiencia para mantenerse y desarrollar en el mercado.

### **3. ¿A cuántos trabajadores emplea en su empresa?**

**Tabla 12. Distribución de los trabajadores de los productores de calzado según rango de agrupación**

En porcentajes

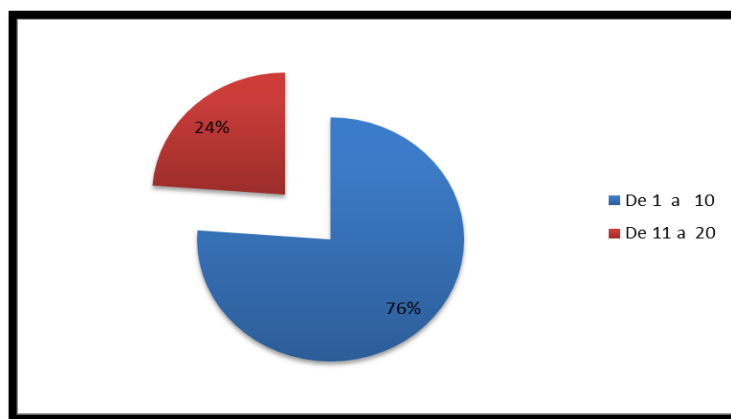
<b>Alternativas</b>	<b>Personas</b>	<b>Frecuencia</b>
De 1 a 10	32	76,19%
De 11 a 20	10	23,81%
<b>Total</b>	42	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### Gráfico 21. Distribución de los trabajadores de los productores de calzado según rango de agrupación

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### Análisis e Interpretación

De las empresas investigadas en el cantón Cevallos 76,19% manifestó tener entre 1 a 10 empleados en sus instalaciones, mientras el 23,81% tiene aproximadamente entre 11y 20 trabajadores, esta información permite establecer que aproximadamente existen unas 520 personas trabajando en la producción de calzado en el cantón Cevallos.

#### 4. ¿La empresa para la fabricación de calzado, lo realiza mediante un proceso productivo basado en?

**Tabla 13. Nivel de Tecnificación de los productores**

En porcentajes

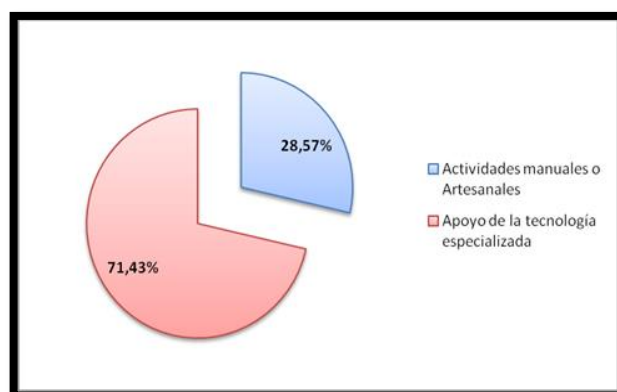
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Actividades manuales o Artesanales	12	28,57%
Apoyo de la tecnología especializada	30	71,43%
<b>Total</b>	42	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

## Gráfico 22. Nivel de Tecnificación de los productores

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz

### Análisis e interpretación

En la medida que se aplique la tecnología para incrementar la productividad, puede definir si existe algún nivel de tecnificación, en el caso de los productores del cantón Cevallos.

El 71,43% de los empresarios del cantón Cevallos, se apoyan en la tecnología especializada para la fabricación del calzado. Esto hace que las empresas incrementen la productividad y oferten productos de mejor calidad y presentación.

### 5. ¿Cómo se distribuye la materia prima utilizada para la fabricación de calzado según el origen en porcentajes?

**Tabla 14. Origen de la materia prima utilizada en la fabricación de calzado**

En porcentajes

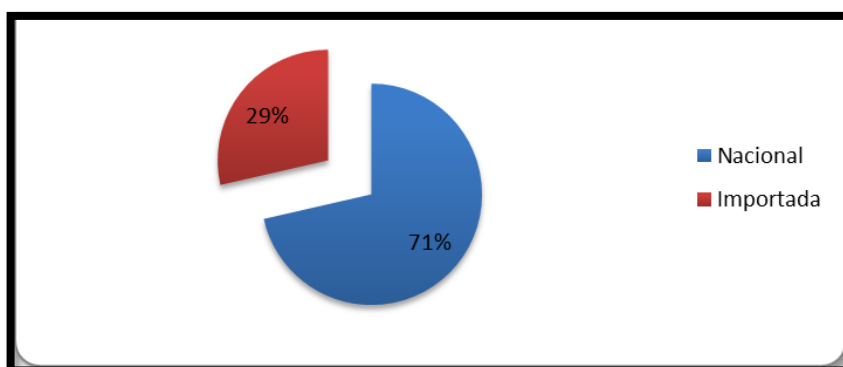
Materia Prima	Frecuencia	Porcentajes
Nacional	30	71,43%
Importada	12	28,57%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### Gráfico 23. Origen de la materia prima utilizada en la fabricación de calzado

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

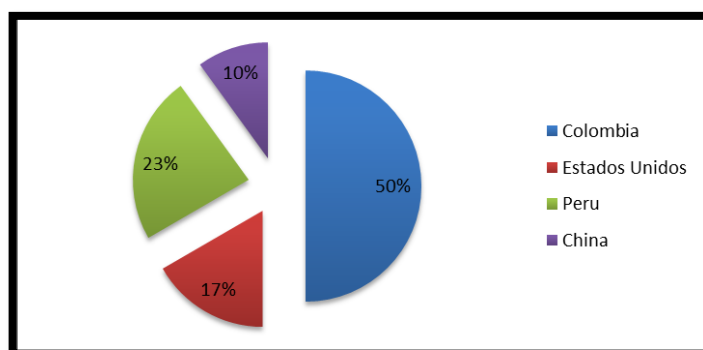
Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### Análisis e interpretación

Según los productores de calzado del cantón Cevallos el 71,43% de fabricante utiliza la materia prima de origen nacional, y el 28,57% de fabricantes utiliza materia prima importada, por lo que se determina que la mayor parte de productores hacen su producción con materia prima que es fácil de conseguir, pero los demás tienen metas diferentes y quieren demostrar que su producto es diferente, por lo que utilizan imprescindiblemente materia prima importada.

### Gráfico 24. País de Origen de la materia prima importada

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).



## **Análisis e interpretación**

El país de donde proviene el 50% de la materia prima importada por los productores de calzado del cantón Cevallos es Colombia, por su buena trayectoria, elegancia y confianza de calidad que siempre se han caracterizado; en segundo lugar esta Perú con el 23.33%, por la cercanía y precios bajos que venden la materia prima, le sigue Estados Unidos con el 16,67% por los productos que tienen alto precios pero de excelente calidad y por último China con el 10%, por la demora en la llegada de la materia prima que requiere el fabricante, en aproximadamente 3 meses a partir del pedido

### **6. ¿Qué materias primas son importadas o nacionales que utiliza en la fabricación del calzado y sus porcentajes?**

**Tabla 15. Tipo de Materias Primas según origen**

En porcentajes

<b>Tipo de Materia Prima o Insumos</b>	<b>Nacionales</b>	<b>Porcentajes</b>	<b>Importados</b>	<b>Porcentajes</b>	<b>Total</b>
Cuero	30	71,43%	12	28,57%	42
Suelas	4	9,52%	38	90,48%	42
Plantillas	35	83,33%	7	16,67%	42
Forros	37	88,10%	5	11,90%	42
Artículos decorativos (ojalillos, cordones, apliques, etc.)	8	19,05%	34	80,95%	42

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

## **Análisis e interpretación**

Las suelas es la materia prima importada más requerida por el 90.48% de los fabricantes del cantón Cevallos, seguido de los artículos decorativos como herrajes con el 80.95% de ellos y en menor porcentaje en cueros, plantillas y forros. En cambio la mayoría el 88,10% de fabricantes adquieren forros nacionales, el 83,33% de plantillas, el 71,43% de cuero y en menos Porcentaje de personas adquieren artículos decorativos y suelas nacionales.

La mayor parte de productores trata de diferenciar sus productos terminados con insumos importados como: las suelas y artículos decorativos como herrajes que son los que más distinción se aprecia al momento de comprar un producto. En cambio los forros y plantillas los fabricantes que van en la parte interna los fabricantes lo adquieren en la mayoría nacionales, al igual que el cuero que ha dado un buen repunte en nuestro país por su excelente calidad y variedad de terminados y colores.

### **7. ¿Al realizar una comparación entre el nivel de calidad de las materias primas importadas y nacionales cómo las calificaría?**

**Tabla 16. Percepción del Nivel de Calidad de la Materia Prima utilizada en la fabricación de calzado**

En porcentajes

<b>Tipo de Materia Prima</b>	<b>Nivel de calidad de la materia prima</b>		
	<b>Alta</b>	<b>Media</b>	<b>Baja</b>
Importada	30 (71,43%)	8 (19,05%)	4 (9,52%)
Nacional	10 (23,81%)	20 (47,62%)	12 (28,57%)

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

## Análisis e interpretación

El 71,43% de productores encuestados manifestaron que la materia prima importada es de alta calidad, mientras que solo el 23,81% de productores manifiesta que el producto nacional es de alta calidad y el 47,62% de productores dice ser de calidad media. Podemos decir que los encuestados, no se encuentran muy conformes en la calidad de los insumos nacionales a la hora de adquirir estos productos para la elaboración de sus productos; pero si vemos que la mayoría, considera de alta calidad a los insumos importados, por ello adquieren a pesar de los precios altos que venden sus proveedores.

### 8. ¿Los costos de las materias primas utilizadas en la fabricación de calzado, son?

**Tabla 17. Valoración del costo de la materia prima**

En porcentajes

Tipo de Materia Prima	Costo de las Materias Primas		
	Elevado	Moderado	Bajo
Importada	28 (66,67%)	12 (28,57%)	2 (4,76%)
Nacional	10 (23,81%)	29 (69,05%)	3 (7,14%)

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

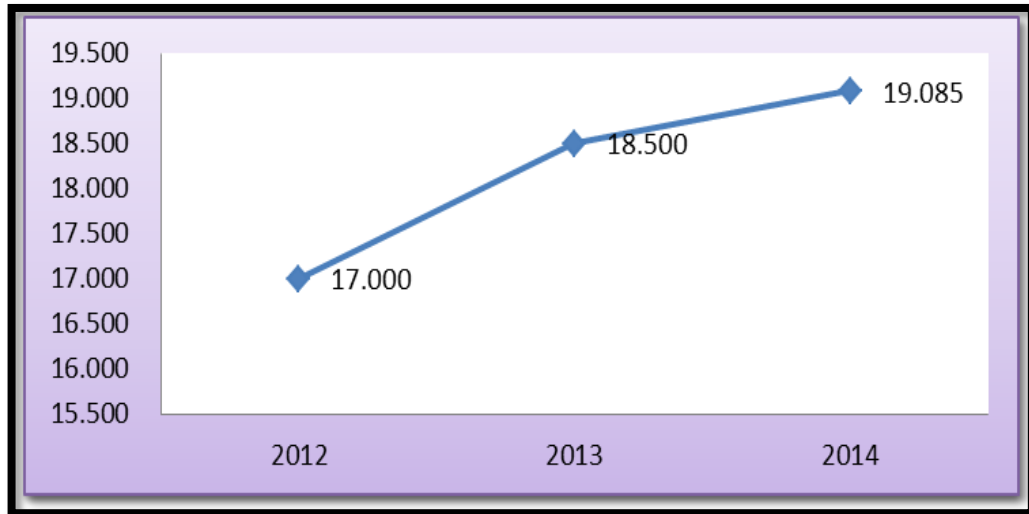
## Análisis e interpretación

Los fabricantes de calzado manifiestan que el costo de la materia prima importada es elevado de tal manera que el 66,67% de ellos opinan eso, frente a una 23,81% que expresan que la nacional es elevada, esto pone de manifiesto que en lo relacionado al precio la producción de materia prima nacional presenta una ventaja competitiva frente a materiales del exterior.

**¿Cuántos pares de calzado produjo en los años?**

**Gráfico 25. Producción promedio de pares de calzado al año**

Periodo 2012-2014



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### **Análisis e interpretación**

La información proporcionada por los productores de calzado de Cevallos permitió establecer que en promedio los mismos produjeron 17.000, 18.500 y 19.085 pares de calzado durante los años 2012, 2013 y 2014 respectivamente.

Este análisis nos indica un progreso permanente en el desarrollo de los productores de calzado del cantón Cevallos, y por ende del cantón, de la provincia y del país mismo; considerando el impacto de las medidas económicas en este último tiempo han sido acertadas por el gobierno para incrementar la producción y beneficiosas para los productores de calzado del cantón Cevallos.

**9. ¿En qué porcentaje se encuentra utilizada la capacidad instalada de su empresa?**

**Tabla 18. Utilización de la Capacidad de la empresa**

En porcentajes

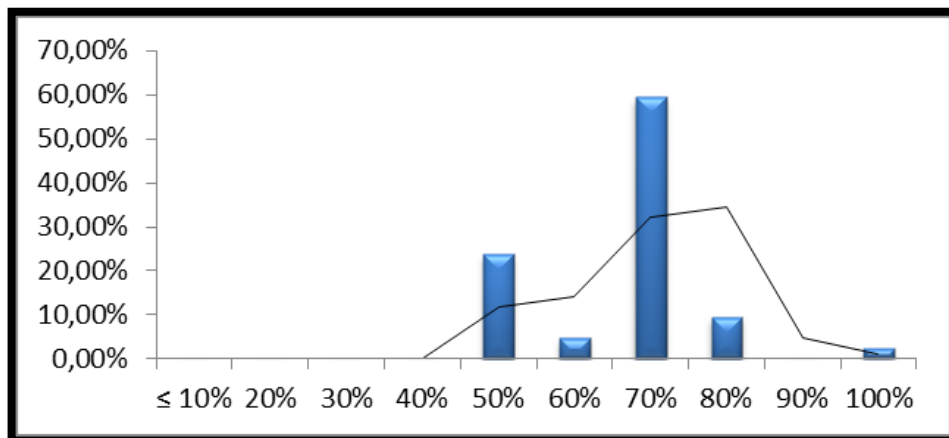
Capacidad Instalada	Frecuencia	Porcentajes
≤ 10%	0	0,00%
20%	0	0,00%
30%	0	0,00%
40%	0	0,00%
50%	10	23,81%
60%	2	4,76%
70%	25	59,52%
80%	4	9,52%
90%	0	0,00%
100%	1	2,38%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Gráfico 26. Utilización de la Capacidad de la empresa**

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

## Análisis e interpretación

El 88.9% de los productores de calzado de Cevallos manifiestan que tienen un nivel de utilización de la capacidad de la fábrica de hasta el 70%, lo que demuestra la oportunidad de incrementar la producción en un futuro muy cercano, sin incrementar el costo de producción por infraestructura, maquinarias o equipos subutilizados

### 10. En caso que la respuesta sea menor o igual a 50% de la capacidad instalada. ¿Cuáles son las causas de la subutilización de la capacidad instalada?

**Tabla 19. Causas de la subutilización de la capacidad instalada**

En porcentajes

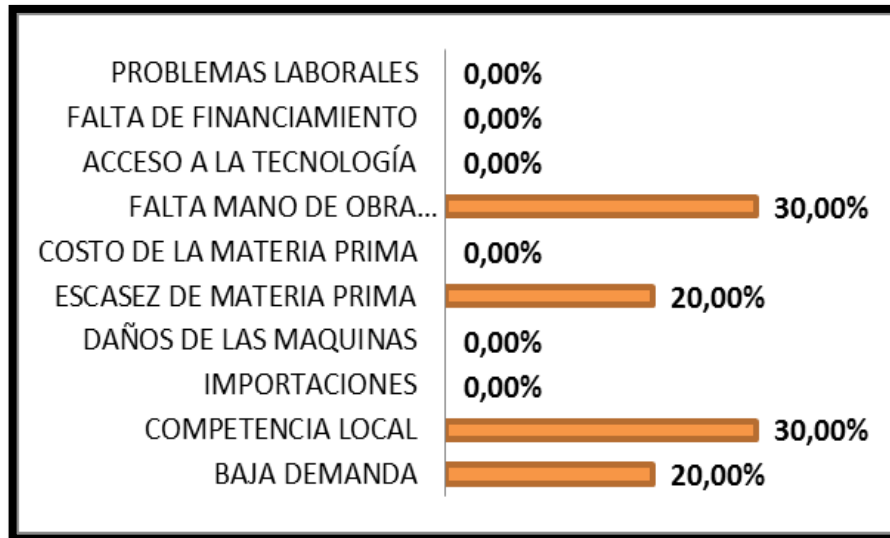
Causas	Frecuencia	Porcentajes
Baja demanda	2	20,00%
Competencia local	3	30,00%
Importaciones	0	0,00%
Daños de las maquinas	0	0,00%
Escasez de materia prima	2	20,00%
Costo de la materia prima	0	0,00%
Falta mano de obra cualificada	3	30,00%
Acceso a la tecnología	0	0,00%
Falta de financiamiento	0	0,00%
Problemas laborales	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

## Gráfico 27. Causas de la subutilización de la capacidad instalada

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### Análisis e interpretación

Una de las principales causas para mantener un nivel de utilización de la capacidad instalada es falta de mano de obra cualificada con una participación del 30%, le sigue la competencia local con un 30% de representación, baja demanda y escasez de materia prima con el 20% de contribución cada una.

Estas empresas si no buscan nuevas alternativas, y mejoran su capacidad de producción, podrían estar en un estado crítico, dado que la subutilización de los recursos influye en los costos indirectos, que hará subir el costo de producción de cada producto elaborado.

### 11. ¿El costo unitario promedio del calzado producido por la empresa ha presentado incremento durante el periodo 2012-2014?

**Tabla 20. Tendencia de crecimiento del costo unitario promedio del calzado de la empresa**

En porcentajes

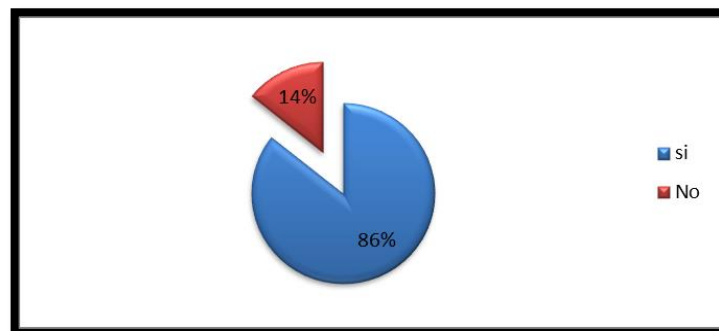
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	85,71%
No	7	14,29%
<b>Total</b>	42	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Gráfico 28. Tendencia de crecimiento del costo unitario promedio del calzado de la empresa**

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### **Análisis e interpretación**

El 85.71% de los productores de calzado manifiestan que ha existido un incremento del costo de producción por par de zapatos en los últimos años. Consideremos el alza de mano de obra, la inflación y las nuevas medidas arancelarias que hemos tenido han incrementado el costo de los insumos tanto nacionales como importados y por ende se han visto afectados también los precios de los productos elaborados por los fabricantes en el cantón Cevallos.



**12. ¿La empresa dispone de un sistema de costos para establecer el costo de producción?**

**Tabla 21. Disponibilidad de Sistema de Costos para la empresa**

En porcentajes

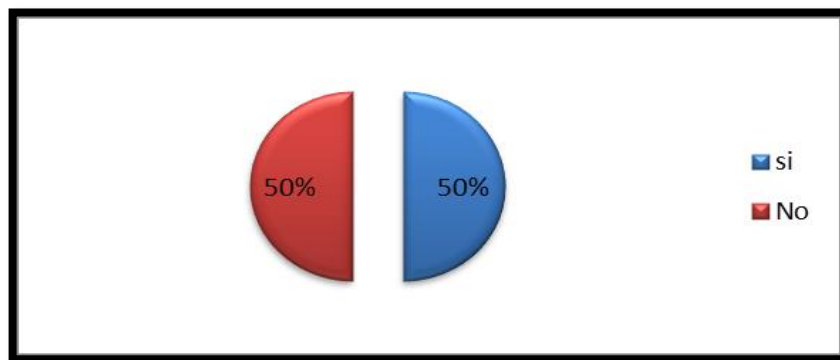
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	50,00%
No	21	50,00%
<b>Total</b>	42	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Gráfico 29. Disponibilidad de Sistema de Costos para la empresa**

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Análisis e interpretación**

El 50% de los productores de calzado del cantón Cevallos no cuenta con un sistema de costos para el proceso de producción y el otro 50% de empresas si tiene un sistema de costos.

Que importante determinar esta razón, el porcentaje de la utilización de costos considero muy bueno para el desarrollo productivo en calzado por los fabricantes del cantón Cevallos y podemos decir que poco a poco las demás empresas basadas en el desarrollo de las anteriores, lo irán adquiriendo para ayudarse en su manejo productivo.

**14. En el caso de que conteste (SI) a la pregunta anterior. ¿Qué sistema de costo?**

**Tabla 22. Sistema de Costos aplicado**

En porcentajes

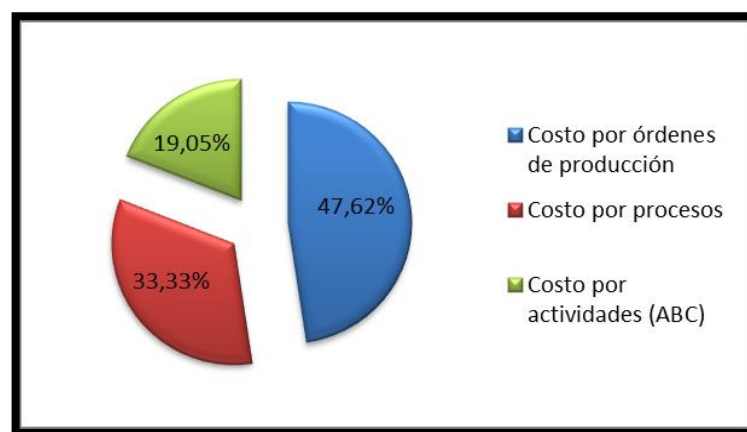
Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Costo por órdenes de producción	10	47,62%
Costo por procesos	7	33,33%
Costo por actividades (ABC)	4	19,05%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Gráfico 30. Sistema de Costos aplicado**

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

## Análisis e interpretación

De los productores que manifestaron que si aplican un sistema de costos, se determinó que el 47.62% utilizan costos por órdenes de producción, 33.33% costos por procesos y el 19.05% costos por actividades (ABC).

Vemos el costo por órdenes de producción en las empresas del cantón Cevallos es el más utilizado, esto se da por que las empresas no hacen volúmenes tan altos a diferencia de pocas empresas, y creo es el más apropiado por que las producciones son muy variante y montos pequeños por la gran variedad que tienen que fabricar para vender en sus locales.

**15¿Cuál es el porcentaje promedio de incremento en que ha sido afectado el costo de producción unitario del calzado producido por la empresa durante el periodo 2012-2014?**

**Tabla 23. Porcentaje de crecimiento del costo unitario del calzado de la empresa**

En porcentajes

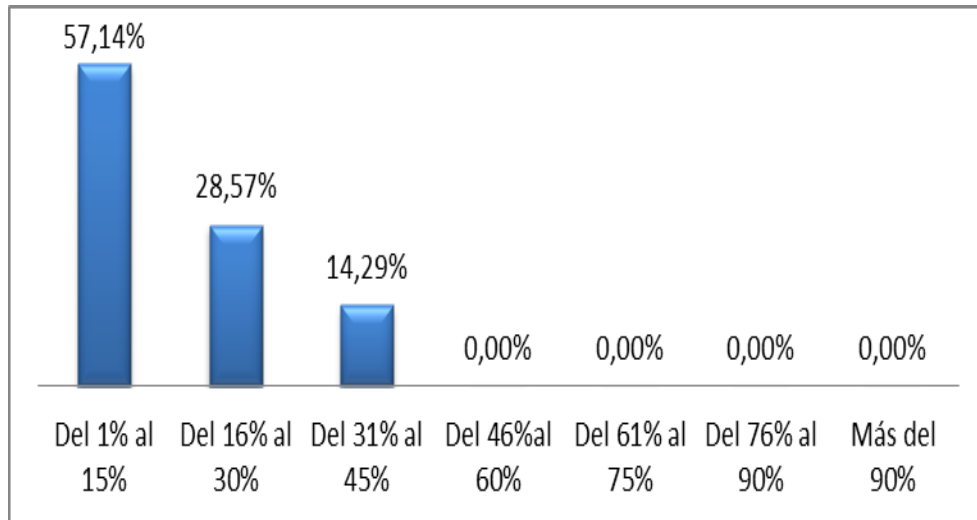
<b>Crecimiento del costo de Producción unitario (%)</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
Del 1% al 15%	24	57,14%
Del 16% al 30%	12	28,57%
Del 31% al 45%	6	14,29%
Del 46% al 60%	0	0,00%
Del 61% al 75%	0	0,00%
Del 76% al 90%	0	0,00%
Más del 90%	0	0,00%
<b>Total</b>	42	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### Gráfico 31. Porcentaje de crecimiento del costo unitario del calzado de la empresa

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

#### Análisis e interpretación

El 57.14% de los productores de calzado del cantón Cevallos manifiestan que el costo de producción de sus productos se ha incrementado entre 1% y 15%. Deducimos que en mayor parte las empresas como vimos anteriormente en un análisis anterior sobre uso de materias primas para el calzado, usan materias primas nacionales y están son las menos afectadas por el incremento del costo de producción en sus productos; pero las empresas que está dentro del 14.29% y del 28.57%, que son empresas que más producen, usan materias primas importadas, lo que hace que tengan mayores incrementos porcentuales en los costos de producción.

#### 16. ¿En qué provincias se concentra la mayor parte de las ventas de la empresa? Indicar el porcentaje

**Tabla 24. Principales destinos de las ventas de los productores del cantón Cevallos**

En porcentajes

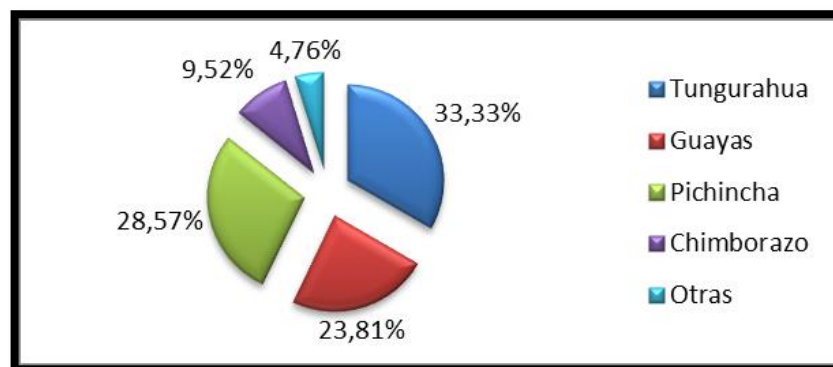
Provincia	Frecuencia	Porcentaje
Tungurahua	14	33,33%
Guayas	10	23,81%
Pichincha	12	28,57%
Chimborazo	4	9,52%
Otras	2	4,76%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Gráfico 32. Principales destinos de las ventas de los productores del cantón Cevallos**

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### Análisis e interpretación

La provincia de Tungurahua es la que concentra el 33.33% de las ventas de los productores de calzado del cantón Cevallos, seguido de Pichincha con el 28.57%, Guayas con el 23.81%, Chimborazo con el 9.52% y otras provincias con el 4.76%.

Razonablemente en la provincia del Tungurahua venden más los fabricantes de calzado del cantón Cevallos, gracias a la buena gestión publicitaria a nivel nacional por las autoridades de este cantón, y por la oportuna instalación de almacenes en este sector; seguido venden en Pichincha las empresas más grandes, por la cercanía de tener a nuestra capital y ser muy poblada u aceptar el producto elaborado en la Provincia del Tungurahua y hoy en día del cantón Cevallos; a Guayaquil solo envían un 23.81% de empresas, por ser la ciudad más poblada, de alto consumo, a Chimborazo el 9.52% por la cercanía y a las otras provincias venden solo el 9.52% de las empresas por la distancia y el tiempo que implicaría.

**17. ¿El canal utilizado por la empresa para la comercialización los productos es?**

**Tabla 25. Tipo de canal de distribución utilizado**

En porcentajes

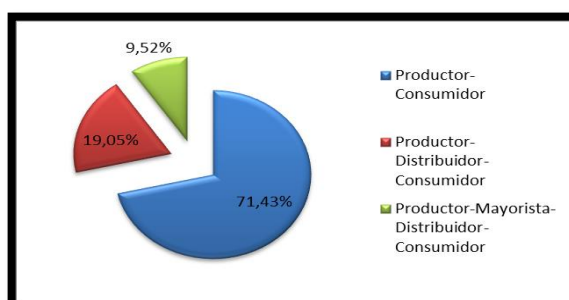
Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Productor-Consumidor	30	71,43%
Productor-Distribuidor-Consumidor	8	19,05%
Productor-Mayorista-Distribuidor-Consumidor	4	9,52%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Gráfico 33. Tipo de canal de distribución utilizado**

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

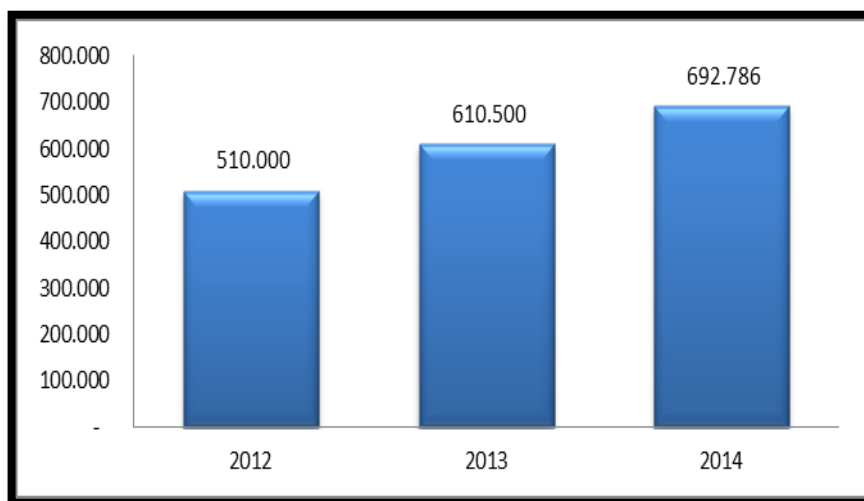
### **Análisis e Interpretación**

El 71.43% de los productores de calzado de Cevallos aplican el modelo de distribución de productor-consumidor; se da porque todos tienen sus locales propios en el sector, los cuales son visitados en durante la semana por los consumidores y venden al detal. El 19.05% venden al por mayor en sus plantas de producción y otros lugares; y solo el 9.52% son empresas muy fuertes que venden en gran volumen a clientes mayoristas.

#### **18. ¿Cuáles fueron las ventas en dólares registradas por la empresa?**

**Gráfico 34. Tendencia de las ventas promedio de los productores de calzado**

En dólares



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### **Análisis e interpretación**

Según los productores de calzado las ventas promedio de ellos, ascendieron en el 2012 es USD\$ 510.000 presentando una tasa de crecimiento 16.59%. Determinando que las medidas para arancelarias de salvaguardia y la publicidad a nivel nacional por las autoridades del cantón fueron muy efectivas y aprovechadas por los fabricantes de calzado del cantón Cevallos.

## 19. ¿Cómo calificaría a la empresa comparándola con la competencia?

**Tabla 26. Nivel de competitividad de las empresas del cantón Cevallos**

En porcentajes

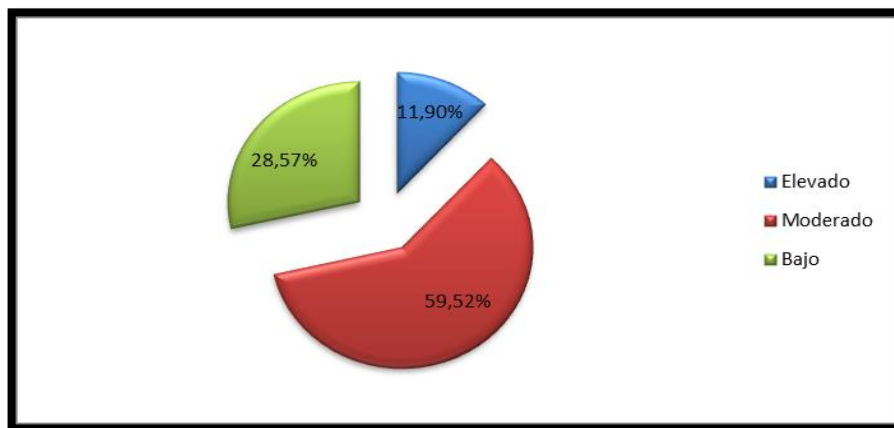
Nivel de Competitividad	Frecuencia	Porcentajes
Elevado	5	11,90%
Moderado	25	59,52%
Bajo	12	28,57%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Gráfico 35. Nivel de competitividad de las empresas del cantón Cevallos**

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

### **Análisis e interpretación**

Los productores de calzado de Cevallos consideran que sus empresas son moderadamente competitivas, ello representa el 59.52% de esa percepción. Pero existe un 11.90% que dice tener un nivel muy elevado de competitividad y es porque tienen productos distintos a los demás, y un 28.57% que considera en un nivel bajo de competitividad por tener productos muy homogéneos a la competencia y estos son los productores que ocupan en su totalidad insumos nacionales.



**20. ¿Qué aspectos contribuirían para mejorar la competitividad de la empresa frente a la competencia?**

**Tabla 27. Aspectos que mejorarán la competitividad**

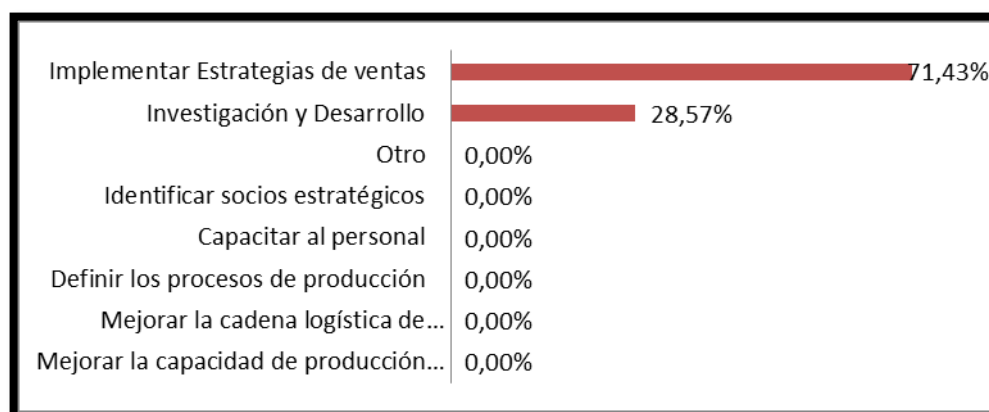
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Implementar Estrategias de ventas	30	71,43%
Investigación y Desarrollo	12	28,57%
Mejorar la capacidad de producción (nueva tecnología)	0	0,00%
Mejorar la cadena logística de comercialización	0	0,00%
Definir los procesos de producción	0	0,00%
Capacitar al personal	0	0,00%
Identificar socios estratégicos	0	0,00%
Otro	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Gráfico 36. Aspectos que mejorarán la competitividad**

En porcentajes



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

## **Análisis e interpretación**

Según los productores un factor que puede influir en el mejoramiento de la competitiva es aplicar estrategias adecuadas de ventas lo cual representa el 71.43% de coincidencias, en la investigación y desarrollo representa el 28.57% de participantes. En la mayoría de empresas los vendedores tanto al detal como al mayoreo, están los propios dueños y no están preparados para abarcar un campo más amplio ni la mayoría conoce de estas técnicas para influir en los clientes, las empresas más grandes que son en menos cantidad en cambio determinan que mejorarían la competitividad aplicando la investigación y desarrollo en su empresa con el fin de mejorar la calidad del producto, la productividad y ser bien competitivos.

### **4.2. Verificación de la Hipótesis**

Para la presente investigación la hipótesis a comprobar: “Los insumos importados incrementan el costo de producción del calzado”, se determinará mediante el método de Chi cuadrado.

#### **4.2.1. Hipótesis**

**Hipótesis nula ( $H_0$ ):** Los insumos importados incrementan el costo de producción del calzado.

**Hipótesis alternativa ( $H_1$ ):** Los insumos importados no incrementan el costo de producción del calzado.

Aplicando la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Dónde:

$X^2$  = Chi cuadrado

$\Sigma$  = Sumatoria

O = Frecuencias Observadas

E = Frecuencias Esperadas

Para verificar la hipótesis se utilizará las preguntas 9 y 14, las mismas que tiene relación y permiten determinar el punto crítico, de igual forma la aprobación o rechazado de las hipótesis propuestas considerando la siguiente fórmula para la obtener los grados de libertad:

$$gl = (f-1) (c-1)$$

Dónde:

gl: Grados de Libertad

f: Número de categorías

c: número de variables (columnas)

$$gl = (3-1) (2-1)$$

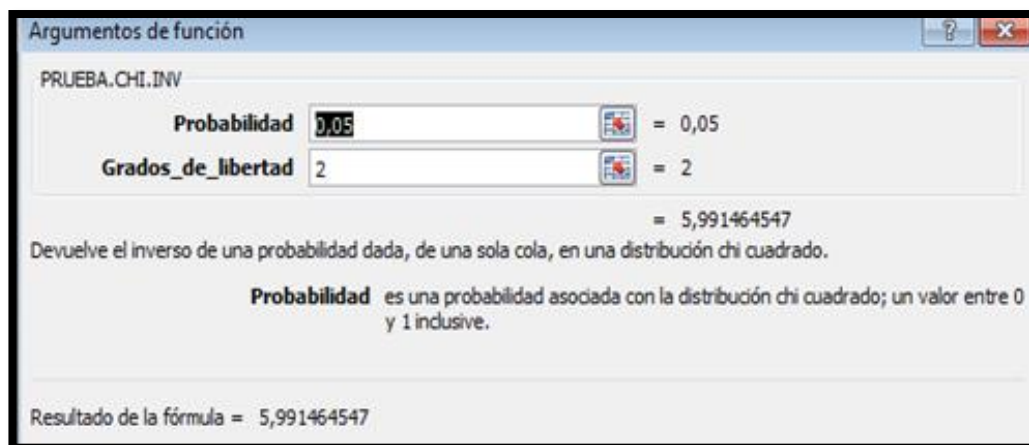
$$gl = (2) (1)$$

$$gl = 2$$

Nivel de significación: 5%

Mediante el Programa de Excel en la función INV.CHICUAD.CD, se ingresa el nivel de significación y los grados de libertad (Ver en Gráfico 33). El mismo que arroja como resultado un valor de Chi Cuadrado de 5,991464547.

**Gráfico 37. Chi Cuadrado crítico, obtenido en Excel**



Fuente. Excel (2015), Chi cuadrado.

Elaborado por: Omar Ortiz

El Resultado de las Frecuencias se obtiene al elaborar una tabla de contingencia para ello se utiliza las preguntas 9 y 14 de la encuesta realizada a los productores de calzado del cantón Cevallos.

**Tabla 28. Frecuencias Observadas**

Los costos de las materias primas utilizadas en la fabricación de calzado, son?	¿El costo unitario promedio del calzado producido por la empresa ha presentado incremento durante el periodo 2012-2014?		Total
	Si	No	
Elevado	24	4	28
Moderado	10	2	12
Bajo	1	1	2
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>7</b>	<b>42</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

Par obtener la frecuencia esperada (E) se utiliza la siguiente fórmula en base a la tabla de frecuencias observadas (O).

$$E = \frac{(TF)(TC)}{N}$$

Dónde:

E: Frecuencia Esperada

TF: Total de Fila

TC: Total de Columna

N: es el número total de frecuencias observadas.

$$E_{11} = \frac{35 * 28}{42} = 23.33$$

Al utilizar la fórmula anterior en esta investigación se obtiene la siguiente tabla de (E):

**Tabla 29. Frecuencias Esperadas**

	¿El costo unitario promedio del calzado producido por la empresa ha presentado incremento durante el periodo 2012-2014?		
Los costos de las materias primas utilizadas en la fabricación de calzado, son?	Si	No	Total
Elevado	23,33	4,67	28
Moderado	10,00	2,00	12
Bajo	1,67	0,33	2
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>7</b>	<b>42</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

**Tabla 30. Cálculo del Chi Cuadrado.**

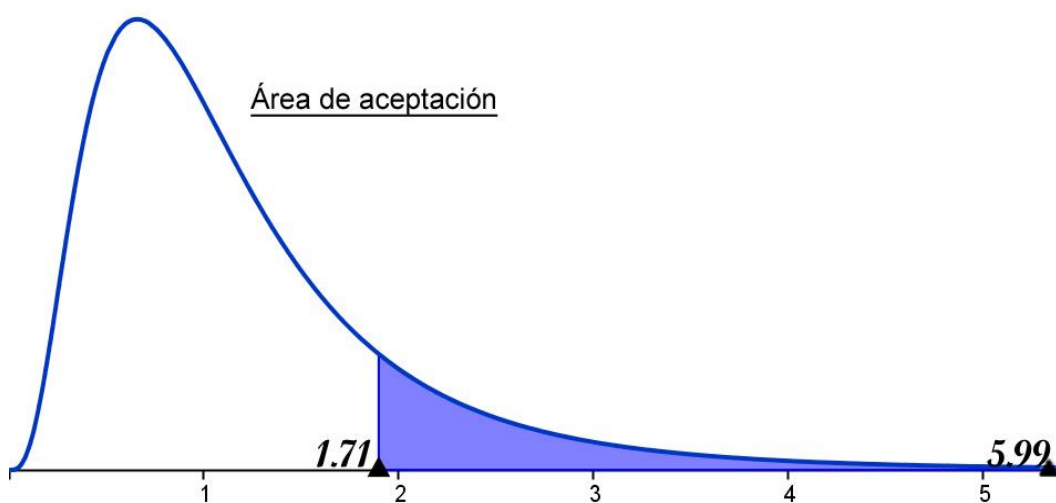
Alternativas	O	E	O-E	(O-E) <sup>2</sup>	/E
Importada-Elevado-Si	24	23,33	0,67	0,44	0,02
Importada-Elevado-No	4	4,67	-0,67	0,44	0,10
Importada-Moderado-Si	10	10,00	-	-	0,00
Importada-Moderado-No	2	2,00	-	-	0,00
Importada-Bajo-Si	1	1,67	-0,67	0,44	0,27
Importada-Bajo-No	1	0,33	0,67	0,44	1,33
<b>Total</b>	42	42	0,00	1,78	1,71

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos, Julio 2015.

Elaboración: Omar Ortiz (2015).

El  $X^2$  es 1,71, lo que se graficará en la curva para determinar la aceptación o rechazo de la hipótesis indicada. :

**Gráfico 38. Verificación Gráfica de la Hipótesis**



Elaboración: Omar Ortiz (2015).

#### 4.2.2. Comprobación

Para un grado de confiabilidad del 95% y 2 grados de libertad se obtiene el valor de  $X^2$  estimado, es de 1,71; y, el valor de  $X^2$  teórica es de 5,99; es decir, es mayor, como se visualiza en el gráfico; por lo tanto, queda descartada la hipótesis alternativa ( $H_1$ ), los insumos importados no incrementan el costo de producción del calzado y, se acepta **la Hipótesis nula ( $H_0$ ): Los insumos importados incrementan el costo de producción del calzado**, la misma que se planteó en el Capítulo II.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

La presente investigación generó las siguientes conclusiones:

- La empresa Joshep`s Marc utiliza insumos importados para la elaboración del calzado, los mismos que se compran a diferentes importadores de insumos para calzado, sin acceder hasta la actualidad a adquirir de los fabricantes de insumos en otros países. Estos insumos ayudan a diferenciar el producto y por ende ayudan a la recompra de la Marca Joshep`s Marc en el mercado, pero los mismos inciden directamente en el incremento del costo de producción generando así que aumente precio final de sus productos en el mercado.
- La mayor parte de materia prima utilizada en fabricación del calzado es de origen nacional, sin embargo el nivel de calidad de la misma es moderado, por lo que muchos productores optan por materias primas importadas que consideran ser de mejor calidad. Los insumos importados usados por la empresa son suela con 19% de participación, herrajes con 3% de participación, siendo los 2 componentes más influyentes en la elaboración de calzado, representando así el 22% de participación en el costo de producción de calzado de la empresa Joseph Marc.
- Las medidas Comerciales para motivar la producción Ecuatoriana empezaron el 2009, con salvaguardas, aranceles y salidas de divisas que perduran hasta hoy tratando de motivar el cambio a la matriz productiva, por lo que la empresa Joshep`s Marc fue beneficiada de cierta forma ya que existió un incremento de demanda por el calzado Ecuatoriano, sin



embargo la empresa por su misión vanguardista en producir productos diferenciados opta por utilizar parte de la materia prima importada, la misma que debido a las medidas comerciales incrementaron su precio de venta en el mercado en sus productos de mayor venta, uno de ellos es el modelo MT-304 que ha tenido un incremento porcentual promedio del 0.08% anual en el costo de producción desde el 2011 al 2015, generando así una diferencia del 3.3% entre el comienzo y el final del periodo .

- El cantón Cevallos, presenta una importante concentración de personas dedicadas a la fabricación de calzado y muchos de ellos utilizan insumos importados, para diferenciar a sus productos de la competencia, pero estos tienen precios elevados, lo que hace que en sus productos suba el costo.

## **5.2. Recomendaciones**

Las recomendaciones son las siguientes:

- Se recomienda a la empresa Joshep`s Marc del cantón Cevallos adquiera los insumos importados directamente a los fabricantes en otros países y realice la importación directa para reducir los costos de producción ya que es el primer rubro más influyente.
- Deben las empresas hacer un análisis de la cadena de valor de adquisiciones, y eliminar algunos eslabones que hacen encarecer el precio de los insumos y por ende el costo de producción del calzado que producen los fabricantes del cantón Cevallos. Mapear eslabones para determinar procesos en la cadena de valor, sea de producción, adquisiciones, ventas u otros, tanto productivos como comerciales, es muy importante dentro de la empresa; dado que permite identificar los rubros que inciden dentro del costo de producción.

- Para evitar un alto aumento del precio del costo de producción año a año, aparte de importar los insumos primordiales, la empresa Joshep's Marc debe aprovechar de mejor manera la capacidad de producción para mejorar la competitividad y mejorar su capacidad de producción, contratar mano de obra calificada e iniciar un proceso de reducción de costos de producción mediante la adquisición de materia prima de calidad a un precio accesible e implementar un sistema de costos que les ayude a saber de mejor manera el desarrollo de la producción y de la empresa misma. Las empresas del cantón Cevallos deben ser muy cautelosas y analíticas en el momento de tomar decisiones en base al incremento de sus ventas, deben tener en cuenta su mercado, el tiempo de las medidas arancelarias y paraarancelarias de productos terminados y aprovechar este periodo proteccionista para posesionarse en el mercado.
- Las empresas de Cevallos deben fortificar sus gremios, y aprovechar al máximo de los beneficios que el estado les otorga en la adquisición de insumos y maquinaria importada para la fabricación de calzado, de esa forma ser competitivos ante la oferta extranjera de Calzado y diferenciar sus productos en torno a la calidad que los mismos poseen.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. Datos informativos**

##### **6.1.1. Título de la Propuesta**

“Propuesta de Modelo de Gestión basado en el modelo de economías de escala para la empresa Joshep`s Marc”

##### **6.1.2. Institución Ejecutora**

Empresa Joshep`s Marc

##### **6.1.3. Beneficiarios**

Los beneficiarios del plan de gestión, serán los propietarios, puesto que los mismos podrán tener una visión clara para el cumplimiento de los objetivos estratégicos y de la misión de la empresa, y los trabajadores serán beneficiados con ser miembros de una organización con proyección de crecimiento que les asegure estabilidad laboral y un ambiente de trabajo adecuado.

##### **6.1.4. Ubicación**

La empresa está ubicada en el cantón Cevallos

##### **6.1.5. Tiempo estimado para la ejecución**

Se estima que la aplicación de la propuesta va tomar alrededor de 6 meses, para la puesta en marcha, a partir de ahí se seguirá un proceso de seguimiento para evaluar el cumplimiento de las metas respectivas.

##### **6.1.6. Equipo técnico responsable**

Los propietarios de la Empresa Joshep`s Marc.

##### **6.1.7. Introducción de la Propuesta**

La situación actual de los mercados de bienes y servicios marcados por un elevado nivel de competencia ha provocado que las empresas existentes busquen

y apliquen diversas herramientas que les permitan maximizar sus fortalezas y minimizar sus debilidades, ello trae consigo la identificación de ventajas competitivas y el posterior aprovechamiento de las mismas, para diferenciarse de la competencia y con ello permanecer en el mercado de una manera vigente y sostenida.

En este sentido, la propuesta para la Empresa Joshep`s Marc, se enfoca a generar un modelo de gestión integrador que incluya aspectos administrativos, financieros, recursos humanos y de producción.

## **6.2. Antecedentes de la propuesta**

Como antecedentes de la propuesta se tiene la comprobación de la hipótesis de la investigación en donde se determinó que “los precios de los insumos importados influyen en el incremento del costo de producción del calzado”, demostrándose con ello, que la existencia de estos pueden poner en riesgo el desarrollo sostenible de la empresa a la largo plazo, puesto que un incremento de los insumos importados genera un ascenso de los costos de producción del calzado y por lo tanto un aumento del precio de venta de los productos fabricados de la empresa, haciéndole de esta manera perder competitividad frente a la competencia, este resultado indicaría que se deben buscar otras alternativas para identificar y aprovechar las ventajas competitivas de la empresa.

En este capítulo para ratificar los resultados obtenidos se hará una análisis particular de Empresa Joshep`s Marc para en base a un diagnóstico establecer objetivos y metas estratégicas a cumplir.

## **6.3. Justificación**

La elaboración del modelo de gestión para la Empresa Joshep`s Marc y no otra opción, radica en el hecho que de esta es la alternativa más holística, puesto que

puede contribuir a mejorar los diversos aspectos de la organización, al plantear objetivos y metas de manera estratégica para posteriormente realizar un control del cumplimiento de la misión y visión de la empresa.

#### **6.4. Objetivos de la propuesta**

##### **6.4.1 Objetivos Generales**

- Establecer un Modelo de Gestión basado en el modelo de economías de escala para la Empresa Joshep`s Marc.

##### **6.4.2 Objetivos Específicos**

- Implementar un sistema de costos basado en órdenes de producción.
- Establecer herramientas de seguimiento que permitan controlar el cumplimiento de los objetivos y metas de orden estratégico de la empresa.

#### **6.5. Análisis de Factibilidad**

La propuesta tiene la apertura por parte de la organización para la obtención de información financiera que permita la construcción de las pautas necesarias del modelo, con ello elaborar indicadores financieros y de gestión de la organización.

##### **6.5.1. Factibilidad Política**

La propuesta sugerida en esta investigación desde el punto de vista político no tiene ninguna clase de impedimento, por el contrario la actual constitución estimula el mejoramiento del sector productivo.

##### **6.5.2. Factibilidad Socio-Cultural**

La propuesta es factible desde la perspectiva socio-cultural, en vista que existe actualmente entre la población trabajadora y empresarial una creciente concientización acerca de los aspectos de la competitividad y como estos afectan

la permanencia de las empresas en el mercado, provocando inevitablemente un cambio de actitud conductual en beneficio de la empresa, es decir que nuevos paradigmas culturales se construyen.

### **6.5.3. Económica**

El modelo de gestión permitirá mejorar el control del uso de la materia prima e insumos facilitando así a la empresa a ser más productiva por consiguiente aumentara el nivel de participación en el mercado, se elevaran los niveles de ventas e ingresos y los niveles de rentabilidad.

El modelo de gestión es factible porque se cuenta con los recursos económicos suficientes, además existe la predisposición de sus propietarios para invertir en la ejecución del mismo.

### **6.5.4. Tecnológica**

Empresa Joshep`s Marc posee elementos tecnológicos apropiados para la fabricación del calzado, también cuenta con equipos de computación adecuados para el buen control del cumplimiento de los objetivos planteados.

### **6.5.5. Legal**

Es posible que las leyes que amparan a la producción, hayan impulsado el crecimiento muy favorable del sector del calzado por ende la Empresa Joshep`s Marc ha venido cumpliendo las disposiciones que tienen que ver con la empresa, facilitando su crecimiento.

## **6.6. Propuesta de Modelo de Gestión**

En el planteamiento de un modelo de gestión para la empresa Joshep`s Marc, expone la siguiente estructura:

- Diagnóstico Situacional de la organización
  - Análisis financiero
  - Diagnostico Organizacional
  
- Modelo de gestión organizacional
  - Propuesta de generación de valor para la empresa

### 6.6.1. Diagnóstico Situacional de la Empresa Joshep`s Marc

#### 6.6.1.1. Análisis Financiero

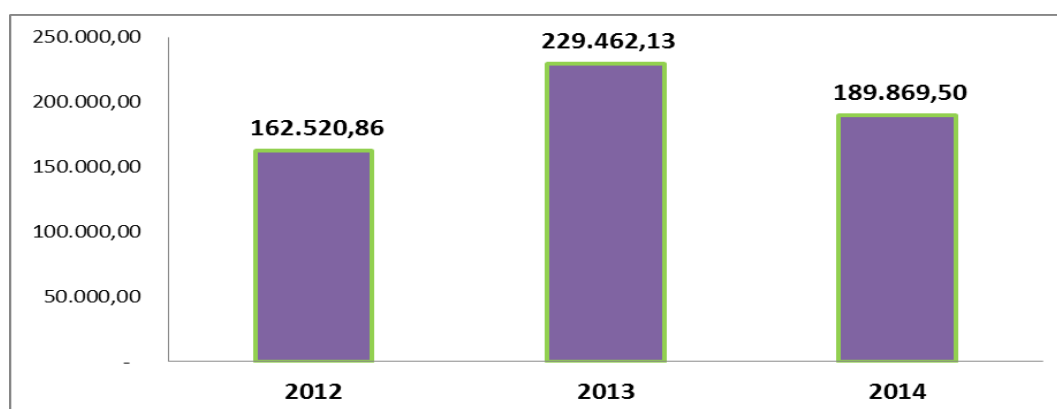
#### 6.6.1.2. Evolución del Activo de la Empresa Joshep`s Marc

La evolución del activos total entre el periodo 2012-2014 ha presentado una tasa de crecimiento anual de 11.97%, en el año 2014 existió una importante contracción del activo total puesto de USD\$ 229.642,13 en el 2013 descendió a 189.863,5 en el 2014, es decir una pérdida de valor del activo de USD\$ 39.592,63.

#### Gráfico 38. Evolución del Activo Total de la Empresa Joshep`s Marc

En dólares

Periodo 2012-2014



Fuente: Empresa Joshep`s Marc, Estados Financieros 2012-2014.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

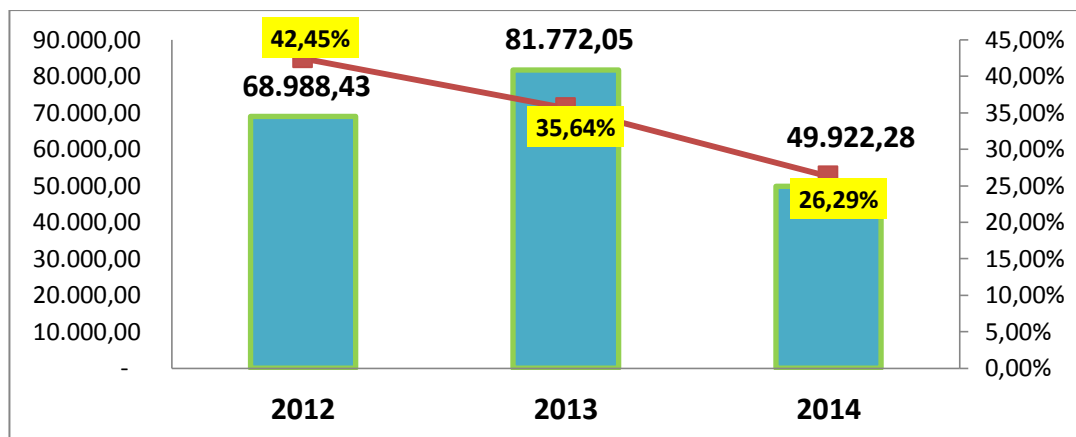
### 6.6.1.3. Evolución del Pasivo de la Empresa Joshep`s Marc

Es interesante analizar que el pasivo en términos generales ha presentado una disminución de la participación con respecto al activo total, puesto que de ubicarse en el 42.45% en el 2012 se situó en el 2014 en el 26.29%, lo singular es que en el año en donde menor contribución tuvo fue el año en el que se contrajo el activo de manera importante, ello indica que la empresa realiza actividades de apalancamiento a través de los proveedores.

### Gráfico 39. Evolución del Pasivo Total de la Empresa Joshep`s Marc

En dólares y porcentajes

Periodo 2012-2014



Fuente: Empresa Joshep`s Marc, Estados Financieros 2012-2014.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

### 6.6.1.4. Evolución del Patrimonio de la Empresa Joshep`s Marc

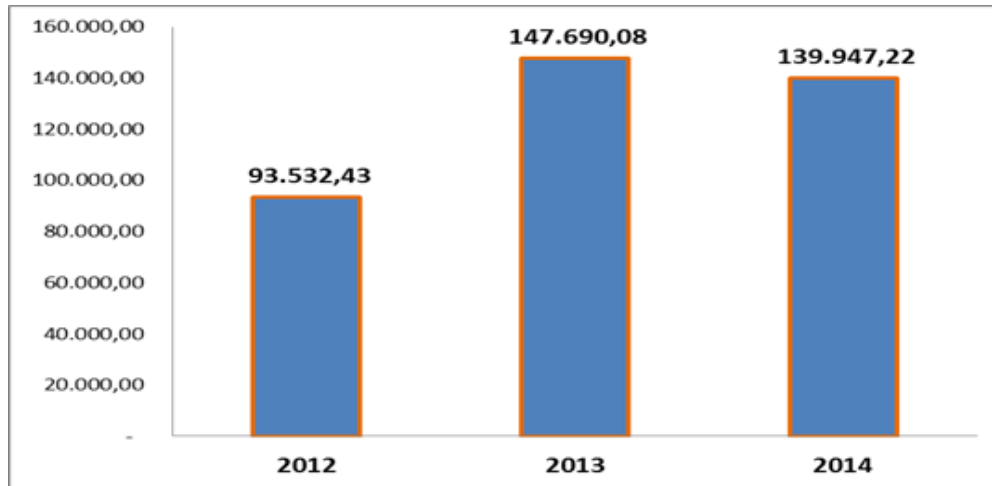
El patrimonio ha presentado una evolución significativa puesto que el mismo ha crecido en USD\$ 46.414,79 entre el periodo 2012-2014, ello es atribuible a la acumulación de utilidades generadas por la empresa por la producción y comercialización de calzado.



#### **Gráfico 40. Evolución del Patrimonio Total de la Empresa Joshep´s Marc**

En dólares

Periodo 2012-2014



Fuente: Empresa Joshep`s Marc, Estados Financieros 2012-2014.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

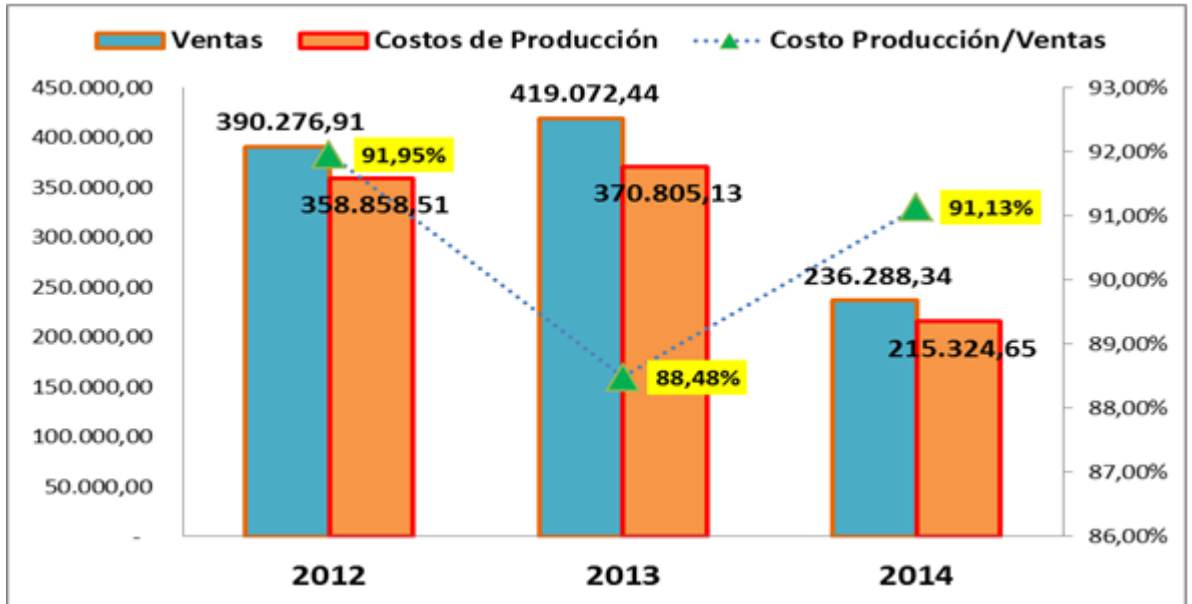
#### **6.6.1.5. Evolución de las Ventas y de los Costos de Producción de la Empresa Joshep´s Marc**

Las ventas ha presentado una tendencia de crecimiento en descenso, puesto que de USD\$ 390.276.91 en el 2012 pasaron a una facturación de USD\$ 236.288,34 en el 2014, es importante destacar que el costo de producción de la empresa es elevado, puesto que representa el 91.13% de las ventas generadas en el 2014, ello indicaría la necesidad de minimizar costos para maximizar las utilidades de la organización.

#### **Gráfico 41. Evolución de las Ventas y Costo de Producción de la Empresa Joshep´s Marc**

En dólares y porcentajes

Periodo 2012-2014



Fuente: Empresa Joshep's Marc, Estados Financieros 2012-2014.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

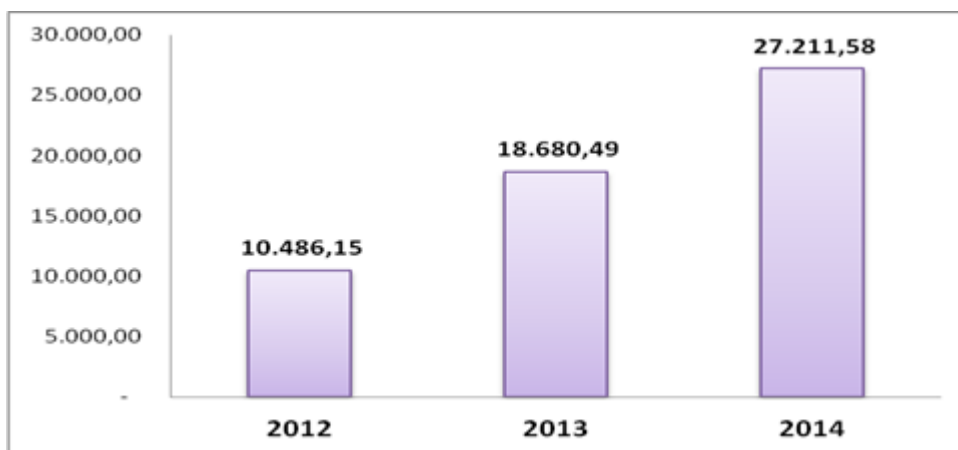
#### 6.6.1.6. Evolución de los Gastos Operacionales de la Empresa Joshep's Marc

Los gastos operacionales de la Empresa Joshep's Marc han presentado una tasa de crecimiento anual del 62% entre el periodo 2012-2014. Este rubro de gastos representaron el 11,52% en relación a las ventas, que sumado a la participación del costo de producción del 91,13% se tiene en ese año en específico fue un año de pérdida económicas.

#### Gráfico 42. Evolución de los Gastos Operacionales de la Empresa Joshep's Marc

En dólares

Periodo 2012-2014



Fuente: Empresa Joshep`s Marc, Estados Financieros 2012-2014.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

#### 6.6.1.7. Distribución Promedio de los Gastos Operacionales de la Empresa Joshep`s Marc

Los gastos operacionales se concentran en los gastos recursos humanos (sueldos, honorarios, aportes a la seguridad social, etc.) en un 41,30%, seguido de los rubros por depreciaciones que representan el 22,84%.

**Tabla 31. Distribución de los Gastos Operaciones de las Empresa Joshep`s Marc**

En porcentajes

Periodo 2012-2014

Rubros	2012	2013	2014	Promedio
Gasto mantenimiento edificio	0,00%	0,00%	35,25%	11,75%
Gasto. Honorarios comisiones y dietas	0,00%	18,51%	25,67%	14,72%
Aportes a la seguridad social	0,28%	0,00%	21,27%	7,18%
Gasto envío	2,43%	14,32%	4,68%	7,15%
Gasto. Sueldos y salarios	3,72%	34,96%	3,30%	13,99%
Gasto. Alimentación	0,00%	4,08%	2,49%	2,19%
Gasto asesoramiento	0,00%	0,00%	2,32%	0,77%
Gasto. Combustible	0,19%	0,00%	1,81%	0,67%

Gasto. Transporte	21,24%	0,03%	1,12%	7,46%
Gasto. Imprenta	0,00%	1,65%	0,93%	0,86%
Gasto. Deprec. Vehículos	41,01%	12,58%	0,72%	18,10%
Gasto. Deprec. Equipo de oficina	0,68%	0,52%	0,31%	0,50%
Gasto. Promoción y publicidad	2,74%	0,52%	0,09%	1,12%
Gasto. Comisión banco	0,39%	0,07%	0,05%	0,17%
Gasto. Mant. Oficina	0,00%	4,36%	0,00%	1,45%
Beneficios sociales e indemnizaciones	16,21%	0,00%	0,00%	5,40%
Gasto. Lubricantes	0,37%	1,06%	0,00%	0,48%
Gasto. Deprec. Equipo de cómputo	3,45%	3,13%	0,00%	2,19%
Gasto. Deprec. Muebles y enseres	3,16%	2,16%	0,00%	1,77%
Gasto. Deprec. Transformador	0,00%	0,81%	0,00%	0,27%
Gastos. Varios	1,16%	0,00%	0,00%	0,39%
Gasto. Multas e intereses	0,00%	0,02%	0,00%	0,01%
Gastos. Bancarios	2,21%	1,23%	0,00%	1,15%
Gasto. Intereses préstamo	0,77%	0,00%	0,00%	0,26%
<b>Total</b>	100,00%	100,00 %	100,00%	100,00%

Fuente: Empresa Joshep's Marc, Estados Financieros 2012-2014.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

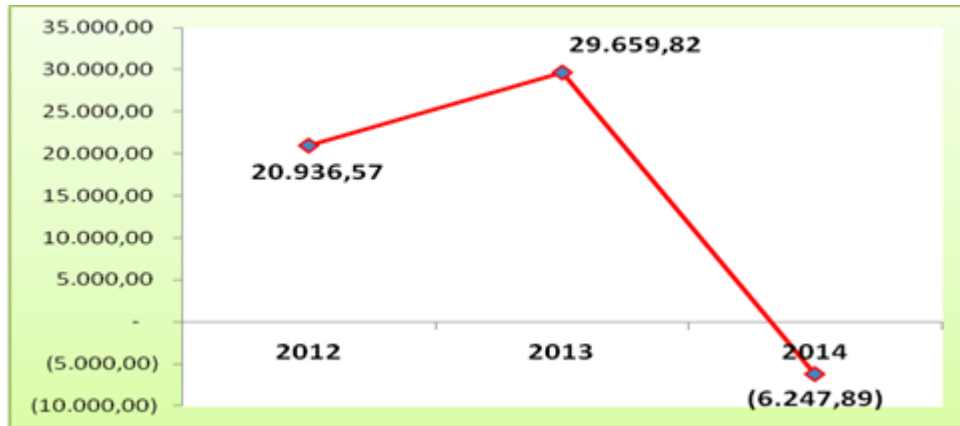
#### **6.6.1.8. Evolución de las Ganancias de la Empresa Joshep's Marc**

Las ganancias de la empresa en el año 2012 y 2013 fueron positivas y crecientes, sin embargo en el 2014 existieron pérdidas por un monto de USD\$ 6.247,89, efecto negativo que contribuyó a la contracción del activo y patrimonio total de la empresa.

#### **Gráfico 43. Evolución de las Ganancias de la Empresa Joshep's Marc**

En dólares

Periodo 2012-2014



Fuente: Empresa Joshep`s Marc, Estados Financieros 2012-2014.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

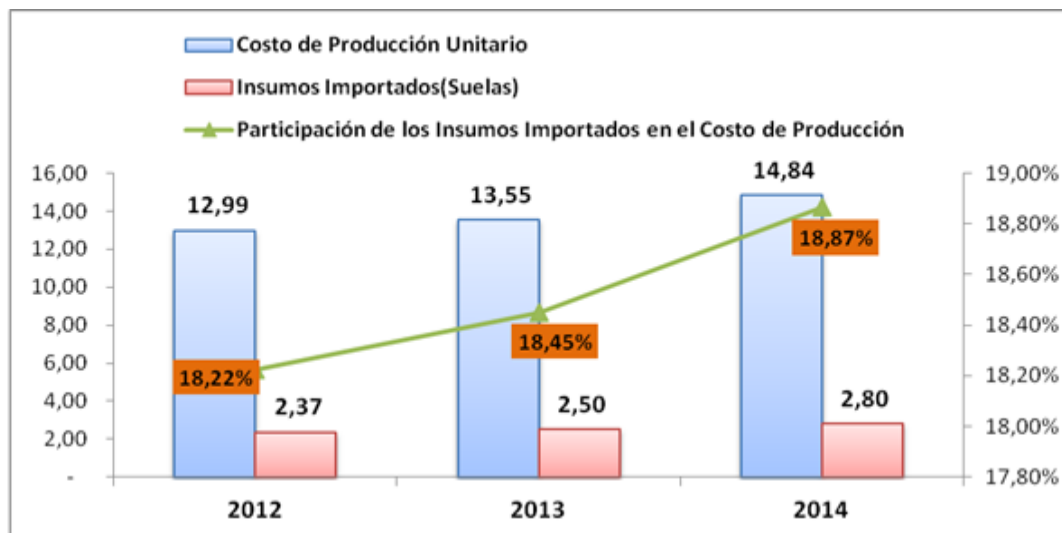
#### **6.6.1.9. Comparativo de los Precios de los insumos importados en relación a los insumos nacionales y el costo de producción del calzado de la Empresa Joshep`s Marc**

Los costos unitarios de producción y los precios de los insumos importados han presentado tasas promedio de crecimiento del 7,26% y 7,35% por encima de los precios que poseen los insumos nacionales respectivamente entre el periodo 2012-2014, demostrándose de esta manera la relación directamente proporcional entre estas dos variables de análisis, puesto al variar positivamente el insumo importado de inmediato trae como efecto un incremento del costo, ratificándose la hipótesis de investigación planteada de los capítulos anteriores (ver gráfico 44). Los insumos importados contribuyen con el 18,87% a la conformación del costo de producción unitario, la dependencia de los recursos importados es significativa, puesto que en el Ecuador no existen suficientes oferentes que satisfagan las demandas de los productores de calzado, haciendo que este bien tenga pocos sustitutos nacionales, y fortaleciéndose de esta forma la necesidad de importar materias primas desde el exterior.

#### **Gráfico 44. Comparativo de los Precios de los insumos importados y del costo de producción del calzado de la Empresa Joshep`s Marc**

En dólares y porcentajes

Periodo 2012-2014



Fuente: Empresa Joshep's Marc, Estados Financieros 2012-2014.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

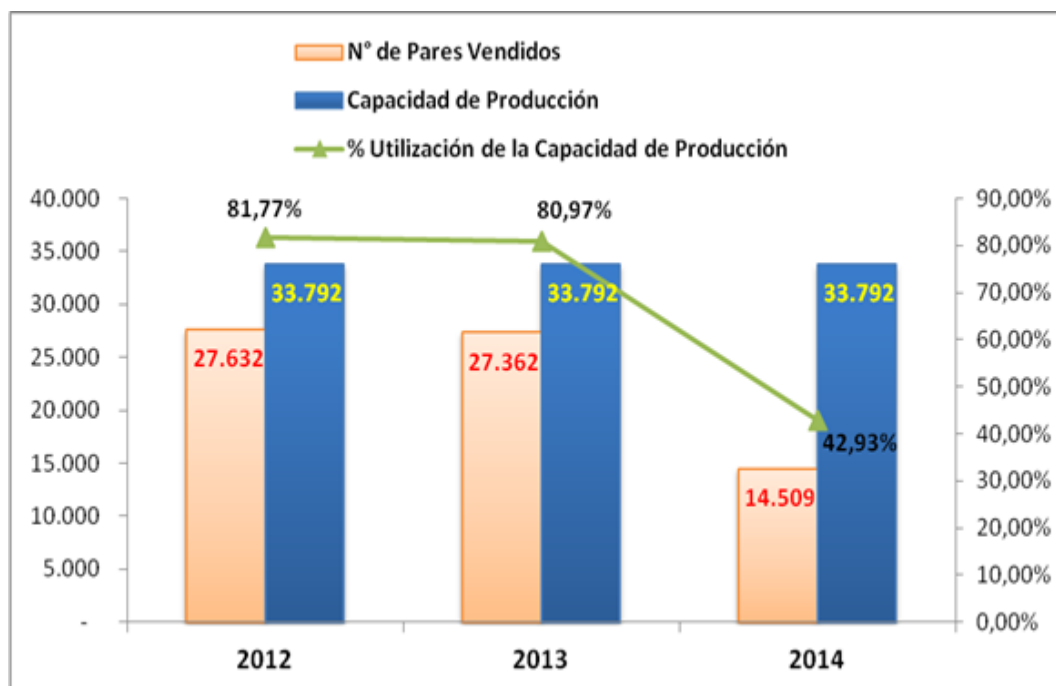
#### 6.6.1.10. Nivel de Utilización de la Capacidad de Producción de la Empresa Joshep's Marc

La empresa Joshep's Marc presenta una capacidad de producción de 33.792 pares de calzado al año, al comparar esta restricción con las unidades vendidas se ha determinado que el nivel de utilización ha descendido del 81,77% en el 2012 a 42,93% al finalizar el 2014, indicando una importante contracción de las unidades vendidas, situación que es preocupante puesto que de seguir la tendencia podría significar el cese de operaciones por parte de la organización.

#### Gráfico 45. Nivel de Utilización de la Capacidad de Producción de la Empresa Joshep's Marc

En unidades producidas y porcentajes

Periodo 2012-2014



Fuente: Empresa Joshep's Marc, Estados Financieros 2012-2014.

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

## 6.6.2. Diagnostico Organización de la Empresa Joshep's Marc

### 6.6.2.1. Análisis de Visión

La empresa no cuenta con una visión definida o registrada, mediante un proceso de interacción y comunicación con los propietarios y considerando la situación financiera y productiva que presenta la organización se acordó la siguiente visión:

*“Seremos en el 2019 el principal referente de innovación y productividad, permitiéndonos tener una participación en las ventas del 15% entre los productores de calzado del cantón Cevallos”.*

### 6.6.2.2. Análisis de la Misión

No exista una misión definida o registrada por parte de los propietarios, sin embargo mediante del proceso de diálogo se obtuvo el siguiente resultado:

“Proveer productos de calzado de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes y consumidores, mediante la aplicación de ideas innovadoras que generen ventajas competitivas para la empresa”.

### 6.6.2.3. Identificación de cambios en el mercado que afectan a la empresa

Para visualizar de mejor manera los cambios que podría afectar a la empresa los mismos se registran en la siguiente tabla:

**Tabla 32. Identificación de cambios en la industria**

<i>Identificación Cambios</i>	<i>¿Qué cambios Estratégicos se Visualizan?</i>
<i>¿Cuáles son los cambios más importantes que van a ocurrir en el ámbito político y económico en la industria?</i>	El gobierno mantendrá políticas de incentivos a la producción nacional, estableciendo salvaguardias para las importaciones de productos terminados, como el calzado.
	La política monetaria de Estados Unidos, respecto a la valorización del dólar, ha significado que se devalúen las monedas de los países vecinos como Colombia y Perú, haciendo que los productos nacionales sean menos competitivos, previendo ello una contracción de las ventas.
	El precio del petróleo ecuatoriano y mundial ha presentado una clara tendencia descendente afectando los ingresos de divisas del Ecuador
	Se prevé que la industria tenga un crecimiento moderado de un +/-2.5%
	<b>Conclusión</b>
	Se prevé que si los precios del petróleo se mantienen en niveles bajos, el consumo interno de bienes y



	servicios se reducirá, afectando a los sectores productivos nacionales como los productores de calzado.
<i>¿Cuáles son los cambios más importantes que van a ocurrir en el ámbito tecnológico en la industria?</i>	Los cambios tecnológicos a la vista son los relacionados con las comunicaciones y conectividad global, que podría ser utilizados para mejorar los canales de distribución de la empresa.
<i>Identificación Cambios</i>	<i>¿Qué cambios Estratégicos se Visualizan?</i>
<i>¿Cuáles son los cambios más importantes que van a ocurrir en el ámbito social y de la comunidad en la industria?</i>	Los cambios más importantes que pueden existir es el desempleo puesto que por el lado del sector privado no existe la capacidad suficiente para generarlo y desde la perspectiva del sector público existirá una reducción del gasto público en vista de la insuficiencia de fondos para financiar proyectos de inversión y gastos de sueldos, significando la generación de desempleo entre los servidores públicos.
<i>¿Qué aspectos de otras industrias o grupos estratégicos podrían ser incorporados a esta industria?</i>	Tecnología
	Logística
	Servicio al Cliente
	Responsabilidad Social

Elaborado por: Omar Ortiz

### 6.6.2.3. Ideas de Innovación estratégica.

Las ideas innovadoras para crear valor entre los stakeholders son las siguientes:

❖ **¿Cuáles son los principales requerimientos de los Cientes para con la empresa?**

- Precios competitivos
- Plazo de pago acorde a la situación del mercado
- Atención Personalizada
- Entrega inmediata y oportuna
- Información oportuna y confiable (stocks)
- Promociones
- Servicio post-venta eficiente
- Flexibilidad ante una situación emergente (crédito)
- Mejor diversidad de productos
- Servicio telefónico más eficiente
- Asesoría sobre productos
- Mejor planificación de visitas
- Calidad de servicio
- Productos de mejor calidad

❖ **¿Cuáles son los principales requerimientos de los Accionistas para con la empresa?**

- Reconocimiento y posicionamiento de la marca.
- Rentabilidad que garantice perpetuidad en el tiempo.
- Ser el empleador de elección número uno a nivel nacional.
- Ser confiables.
- Comunicación oportuna y honesta.

❖ **¿Cuáles son los principales requerimientos de los Empleados para con la empresa?**

- Reconocimiento por cumplimiento de metas

- Beneficios de acuerdo al nivel de responsabilidad
- Contar con todas las herramientas, equipos, recursos en tiempo y cantidad adecuados
- Balance entre Trabajo y Familia
- Servicios de calidad (Alimentación, ropa de trabajo, espacio físico de trabajo adecuado)
- Mantener el buen ambiente laboral

#### **6.6.2.4. Ideas de Innovación estratégica ante los competidores**

❖ **¿Cuáles son los principales Competencias de los Competidores con relación a nuestra empresa?**

- Mejor precio
- Mayor plazo
- Tecnología de punta (información confiable)
- Logística de entrega oportuna (ciudades que cuentan con bodegas satélite o sucursales)
- Experiencia muy alta en adquisiciones
- Buena atención en servicio post-venta
- Poder adquisitivo muy fuerte

#### **6.6.2.5. Ideas de Innovación Estratégica ante el F.D.**

a través de sobrepasar las debilidades y aprovechar las fortalezas internas

❖ **¿Cuáles son las principales debilidades internas?**

- Comunicación inoportuna e incompleta
- Falta de prioridad y orientación al servicio al cliente

- Sistema de evaluación
- Falta de conciencia y actitud de acatar las normas de orden limpieza y seguridad
- Logística de transporte
- Procesos de bodega
- Rotación de personal en bodega y ventas
- Falta de planificación y priorización
- Falta de iniciativa
- No adecuada Inducción y capacitación
- Infraestructura física
- Políticas de precios descuentos
- Planificación de la cobertura de zonas

❖ *¿Cuáles son las principales fortalezas internas?*

- Sentido de compromiso y responsabilidad
- Liderazgo
- Preocupación por el personal, bienestar, crecimiento y desarrollo

### **6.6.3. Propuesta de Valor para la empresa**

#### **6.6.3.1. Propuestas de valor para los Clientes**

La propuesta de valor para los clientes es la siguiente:

**Tabla 33. Generación de valor para los clientes**

<i>Atributos</i>	<i>Propuesta del Valor (Qué?)</i>
<b>Precio</b>	<b>Ser competitivos frente a las condiciones del mercado.</b>
<b>Calidad</b>	<b>Brindamos garantía en los productos que comercializamos.</b>
<b>Tiempo</b>	<b>Entrega exprés</b>
<b>Funcionalidad</b>	<b>Ofertar la mejor marca del mercado</b>
<b>Servicio</b>	<b>Respondemos sus reclamos en 24 horas</b>
<b>Relaciones</b>	<b>Brindamos la gama completa de las líneas de calzado</b>

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

**Tabla 34. Elementos a considerar generación de valor para los clientes**

<b>Precio</b>	<b>Precio en el mercado, márgenes y condiciones, incluyendo descuentos, plazos de crédito, etc.</b>
<b>Calidad</b>	<b>Aspectos del producto que cumplan o sobrepasen los requisitos y las especificaciones del cliente, tanto en el diseño, manufactura y desempeño</b>
<b>Tiempo</b>	<b>De entrega de productos, del ciclo de la compra – entrega, de innovación y entrada al mercado, etc.</b>

<b>Funcionalidad</b>	<b>Variedad de opciones, presentaciones, facilidad de uso, ampliación de la paleta de productos, etc.</b>
<b>Servicio</b>	<b>Respuesta a fallas, manejo de quejas, calidad de atención, servicio post-venta, accesibilidad, disponibilidad, etc.</b>
<b>Relaciones</b>	<b>Alianzas e integración de proveedores y socios convergentes para proveer soluciones totales, customización y productos hechos a la medida, desarrollo de marcas, etc.</b>

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

### 6.6.3.2. Propuesta de valor para los propietarios

La propuesta de valor para los accionistas es la siguiente:

**Tabla 35. Generación de valor para los accionistas**

<b>Estrategia Financiera</b>	<b>Propuesta del Valor (Qué?)</b>
<b>Crecimiento</b>	<b>Incrementar # de productos para ser un proveedor Integral</b>
<b>Productividad financiera de largo plazo</b>	<b>Obtener rentabilidad del 4% antes de impuestos</b>
<b>Productividad Financiera de Corto Plazo.</b>	<b>Mantener diariamente el flujo de efectivo en positivo</b>

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

**Tabla 36. Elementos a considerar generación de valor para los accionistas**

<b>Crecimiento</b>	<b>Nuevos productos y servicios, nuevos canales, nuevos mercados geográficos, nuevos segmentos, crecer vía mezcla de productos, expansión a lo largo de la cadena (Integración vertical).</b>
<b>Productividad financiera de largo plazo</b>	<b>Rentabilidad, retorno a la inversión (ROI), retorno a ventas, retorno al capital empleado (ROCE), EVA, etc.</b>
<b>Productividad Financiera de Corto Plazo.</b>	<b>Flujo de efectivo, presupuestos, cuentas por cobrar, Inventarios, Precisión de pronósticos, Márgenes, etc.</b>

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

### 6.6.3.3. Procesos y redes de cooperación

Los procesos son los siguientes:

**Tabla 37. Generación de procesos y redes de cooperación**

<b>Estrategia de Procesos</b>	<b>Propuesta del Valor (Qué?)</b>
<b>Innovación</b>	<b>Automatización de Cadena de valor, (pagos electrónicos, seguimiento post venta localización de producto)</b>
<b>Enfoque al Cliente</b>	<b>Creación de inteligencia de mercado: Precio, producto, plaza, promoción.</b>
<b>Operativos</b>	<b>Filosofía de pedido perfecto: Cantidad correcta,</b>

	<b>Tiempo acordado, Documentación correcta.</b>
<b>Regulatorios</b>	<b>Implantación de área picking.</b>
<b>Redes de cooperación</b>	<b>Integración de los sistemas de gestión: BASC ISO SGRT Gestión por competencias.</b>

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

**Tabla 38. Elementos a considerar generación de procesos y redes de cooperación**

<b>Innovación</b>	<b>Investigación, desarrollo de nuevos productos, tiempo de entrar al mercado, alianzas para Innovar, Generación de Conocimiento, etc.</b>
<b>Enfoque al Cliente</b>	<b>Necesidades de clientes e inteligencia de mercados, manejo de no conformidades, servicio al cliente, asesoría y apoyo técnico, etc.</b>
<b>Procesos Operativos</b>	<b>Eficiencia en operaciones: calidad, costo, tiempo de ciclo, logística, entrega y despacho, capacidad instalada, etc.</b>
<b>Procesos Regulatorios</b>	<b>Salud, seguridad y manejo de riesgos, gestión ambiental, proyección social, etc.</b>
<b>Redes de cooperación</b>	<b>Desarrollo de proveedores, alianzas, certificación, planeación cooperativa, convergencias, integración, etc.</b>

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.



#### 6.6.3.4. Capital Intangible

El capital intangible de la empresa es el siguiente:

**Tabla 39. Aprovechamiento del capital intangible de la Empresa Joshep's Marc**

<b>Estrategia Capital Intangible</b>	<b>Propuesta del Valor (Qué?)</b>
<b>Cultura</b>	<b>Hacer de Joshep's Marc el mejor lugar para trabajar.</b>
<b>Competencias</b>	<b>Desarrollar las competencias del personal en función de la estrategia empresarial</b>
<b>Capital Humano</b>	<b>Garantizar la selección, capacitación y desarrollo de las personas.</b>
<b>Capital Informático</b>	<b>Fortalecer, Desarrollar e innovar herramientas tecnológicas que permitan el crecimiento empresarial</b>

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

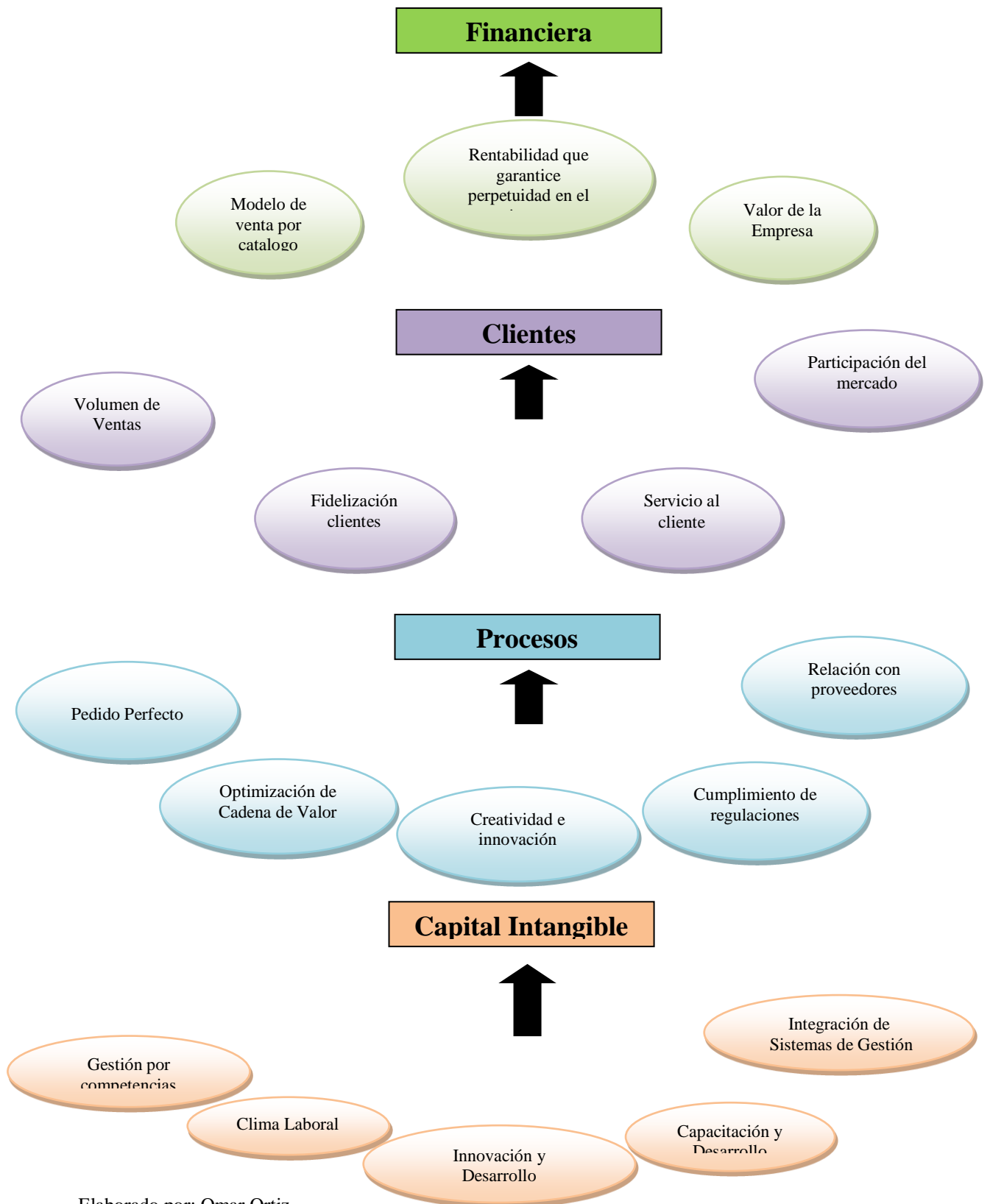
**Tabla 40. Elemento a considerar para el aprovechamiento del capital intangible de la Empresa Joshep´s Marc**

<b>Cultura</b>	<b>Cultura organizacional orientada hacia la: aplicación de los valores y principios organizacionales, a la participación, innovación, respuesta rápida a cambios, ética en relaciones, ejecución y resultados, empoderamiento, trabajo en equipo, mejora en el ambiente de trabajo, etc.</b>
<b>Competencias</b>	<b>Conocimientos, habilidades, destrezas y comportamientos, requeridos para lograr las metas, impulsar un nuevo estilo de liderazgo, los valores institucionales, ejecutar la estrategia, etc.</b>
<b>Capital Humano</b>	<b>Selección del personal, capacitación, evaluación del desempeño, seguridad en el trabajo, carrera y sucesión, compensación por resultados, etc.</b>
<b>Capital Informático</b>	<b>Información para tomar decisiones, información sobre productos interconexión con clientes y proveedores, bases de datos e infraestructura, etc.</b>

Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.

### 6.6.3.5. Perspectivas e impulsores claves de desempeño utilizados por la Empresa Joshep's Marc

Gráfico 46. Perspectivas e impulsores claves de desempeño



### 6.6.3.5.1. Perspectiva Financiera

La perspectiva financiera presenta los siguientes indicadores:

#### **Objetivo 1:**

<b>Objetivo</b>
<b>Incrementar la rentabilidad</b>

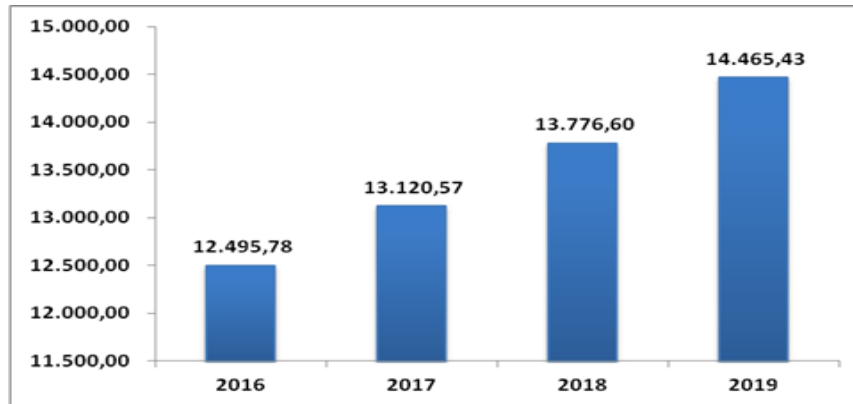
<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>Porcentaje de rentabilidad antes de impuestos</b>	<b>Alcanzar el 5% de rentabilidad antes de impuestos durante los años 2016 al 2019</b>

El objetivo de incrementar la rentabilidad de la empresa implica en primera instancia generar ganancias para misma puesto que en el 2014, se registraron pérdidas por USD\$ 6.247,89 por lo tanto alcanzar una rentabilidad antes de impuesto del 5%, significa tener las siguientes previsiones de ganancias para los próximos 4 años:

### Gráfico 47. Proyección de ganancias para los próximos 4 años

En dólares

Periodo 2016-2019



Elaboración. Omar Ortiz, 2015.

#### 6.6.3.5.2. Perspectiva de Clientes

##### Objetivo 1:

**Objetivo**

**Incrementar volumen de ventas**

Indicador	Meta
% Volumen en ventas	<b>Aumentar un 30% las ventas durante el periodo 2016-2019</b>

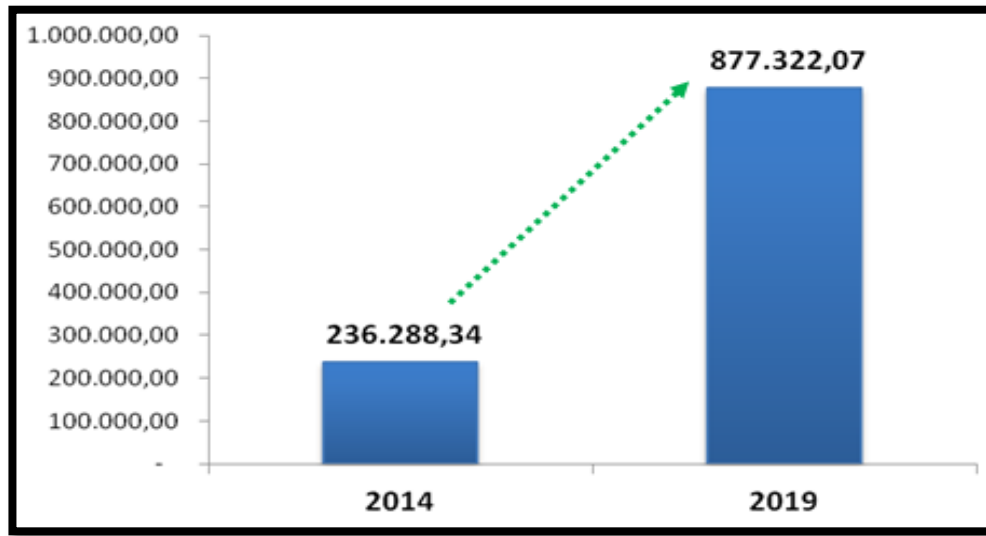
En lo referente a este objetivo es necesario puntualizar que la empresa generó ventas por un monto de USD\$ 236.288,34 en el 2014, por lo tanto esperar

aumentar las mismas en un 30% implica que para el 2019, la empresa debería estar facturando un monto superior a los USD\$ 877.322,07.

**Gráfico 48. Proyección de las ventas de la empresa para el 2019**

En dólares

Periodo 2014-2019



Elaboración. Omar Ortiz, 2015.

**Objetivo 2:**

**Objetivo**

**Mejorar servicio al cliente**

Indicador	Meta
Nivel de satisfacción del cliente	Llegar al 80% de satisfacción del cliente hasta diciembre del 2016.  Llegar al 90% de satisfacción del cliente hasta diciembre del 2019.

En lo referente a este objetivo será necesario al inicio del 2016, realizar una encuesta de satisfacción al cliente para establecer el porcentaje de este indicador, a partir de ello se plantea llegar a un valor de 80%.

**Objetivo 3:**

<p><b>Objetivo</b></p> <p><b>Fidelizar de clientes</b></p>
--

<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b># de programas de fidelizacion</b>	<b>X programas de fidelizacion hasta junio del 2016</b>
<b>% de cobertura de clientes</b>	<b>Lograr un 80% de cobertura de nuestra base de clientes, hasta junio del 2016</b>

Este indicador se evaluará en función de la cartera de clientes, y mediante del establecimiento del número de ellos que se encuentran atendidos, para promover programas de fidelización es decir que el cliente compre periódicamente los productos de la empresa.

#### **Objetivo 4:**

##### **Objetivo**

**Incrementar participación del mercado**

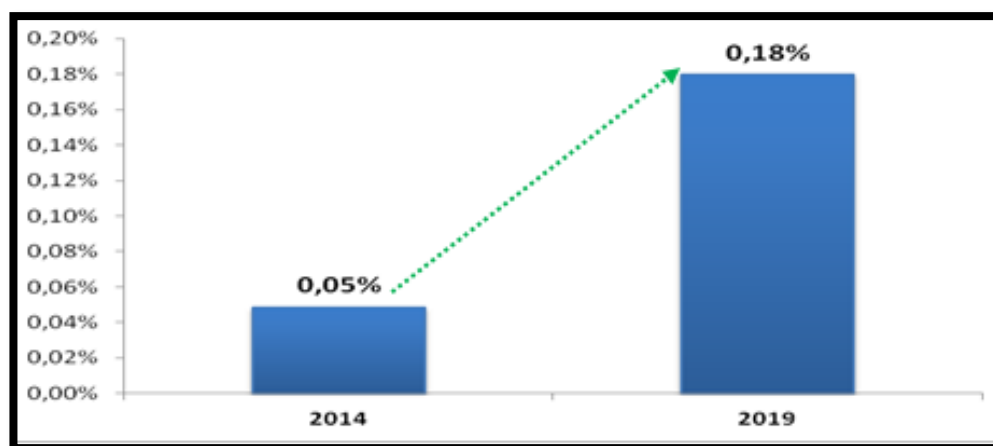
<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>% de incremento de mercado</b>	<b>Crecer al x% en participación de mercado hasta diciembre del 2016.</b>  <b>Crecer al x% en participación de mercado hasta diciembre del 2017.</b>

Este indicador será medido mediante la participación de las ventas y de las unidades vendidas por la empresa respecto al mercado, desde este contexto se presenta el siguiente objetivo estratégico:

#### **Gráfico 49. Participación en el mercado según unidades vendidas**

En porcentajes

Periodo 2014-2019



Elaborado por: Omar Ortiz, 2015.



Actualmente la producción de calzado nacional genera 30 millones de pares de calzado, y ha presentado una tasa de crecimiento del 18,92%, sin embargo ese nivel de crecimiento no es sostenible debido a la contracción de la capacidad de consumo debido a la crisis económica que se ha suscitado durante el año 2015 por la caída del precio del petróleo y la apreciación del dólar, que ha significado que los consumidores se dirijan a países vecinos a realizar compras de productos como el aquí analizado, con este contexto para el planteamiento de este indicador se parte del supuesto que la producción nacional de calzado se mantendrá en los mismos niveles, con ello se estima que la empresa Joshep Marc's de representar el 0,05% en el año 2014 pasará en el 2019 al 0,18% de participación en el mercado local.

#### **6.6.3.5.3. Perspectiva de Costos**

##### **Objetivo 1:**

##### **Objetivo**

**Implantar un sistema de costos de producción basado en órdenes de producción.**

<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>Costo de producción</b>	<b>Disminuir el Costo de producción ante el incremento de unidades producidas</b>

**Objetivo 2:**

<b>Objetivo</b>  <b>Minimizar el Costo de Producción</b>
--

<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>Utilidad Adquirida</b>	<b>Incrementar la utilidad obtenida al 31 de diciembre de 2016 en relación al 2015</b>

**Objetivo 3:**

<b>Objetivo</b>  <b>Optimizar el costo de producción</b>
--

<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>Cantidad de unidades producidas</b>	<b>Incrementar la producción obtenida mediante el aprovechamiento óptimo de la capacidad productiva al 31 de diciembre de 2016 en relación al 2015</b>

**Objetivo 4:**

<b>Objetivo</b>  <b>Mejorar el rendimiento laboral</b>
--

<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>Pago por Competencia</b>	<b>Fomentar la productividad y el incremento del ingreso laboral de los empleados al 2016 en relación al 2015</b>

**6.6.3.5.4. Perspectiva de Capital Intangible**

**Objetivo 1:**

<b>Objetivo</b>  <b>Desarrollar el sistema de gestión por competencias</b>
--

<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>Porcentaje de cumplimiento del Plan de Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad (SGC).</b>	<b>Lograr la aplicación al 100% del SGC a diciembre 2019</b>

**Objetivo 2:**

<b>Objetivo</b> <b>Garantizar el mejor clima laboral</b>
---

<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>% de Satisfacción con el Clima Laboral</b>	<b>Lograr en el 90% del personal satisfacción con el clima laboral a diciembre 2017</b>

**Objetivo 3:**

<b>Objetivo</b> <b>Asegurar el desarrollo y la innovación tecnológica</b>
--

<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>% De cumplimiento del Plan de Innovación y Desarrollo Tecnológico</b>	<b>Cumplir 100% el Plan de Innovación al y Desarrollo Tecnológico a Diciembre 2016</b>

**Objetivo 4:**

<b>Objetivo</b> <b>Capacitar y desarrollar al personal</b>
---

<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>% De cumplimiento del Plan de Capacitación y Desarrollo</b>	<b>Cumplir al 100% el Plan de Capacitación y Desarrollo a Diciembre 2016</b>
<b>% de Cumplimiento de los planes de acción que se generen de las capacitaciones</b>	<b>De cada capacitación realizada se debe generar y ejecutar planes de acción inmediata.</b>

### **Objetivo 5:**

<b>Objetivo</b>
<b>Integrar los sistemas de gestión</b>

<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>
<b>Número de Módulos integrados</b>	<b>Integrar al 100% los módulos de los Sistemas de Gestión a Junio 2016</b>

### **6.7. Administración de la propuesta**

El gerente junto con el personal administrativo serán los encargados de la administración y la implantación de la propuesta planteada; tomando en cuenta que siempre esta propuesta debe ser flexible básicamente porque los factores que envuelven el entorno del país son cambiantes y los factores externos de la empresa afectan directamente a los movimientos y cambios del mercado.

### **6.8. Previsión de la evaluación**

<b>Preguntas básicas</b>	<b>Explicación</b>
<b>¿Quién solicita evaluar?</b>	El Gerente de la empresa
<b>¿Por qué evaluar?</b>	Para determinar si se está realizando a cabalidad las estrategias
<b>¿Para qué evaluar?</b>	Para comprobar si ha incrementado el porcentaje de participación en el mercado
<b>¿Qué evaluar?</b>	Las estrategias planteadas
<b>¿Quién Evalúa?</b>	El gerente junto al personal administrativo
<b>¿Cuándo evaluar?</b>	Semestralmente
<b>¿Cómo evaluar?</b>	Mediante un análisis situacional de la empresa
<b>¿Con qué evaluar?</b>	Utilizando recursos: humanos, materiales y tecnológicos

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- CEVALLENSE, M. C. (2014). *MOVIMIENTO CIUDADANO*. Obtenido de VOTO TRANSPARENTE : [http://vototransparente.ec/apps/resultados-2014/images/planes\\_trabajo/TUNGURAHUA/CONCEJALES%20URBANOS/CEVALLOS//LISTAS%20101/LISTAS%20101.pdf](http://vototransparente.ec/apps/resultados-2014/images/planes_trabajo/TUNGURAHUA/CONCEJALES%20URBANOS/CEVALLOS//LISTAS%20101/LISTAS%20101.pdf)
- Definición. (2015). *Definición.com*. Obtenido de Microeconomía: <http://definicion.de/microeconomia/#ixzz3kPAIjMr8>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom. Obtenido de <http://museoarqueologico.univalle.edu.co/imagenes/Proyecto%20de%20Grado%201/lecturas/Libro%20metodologia%20investigacion.%20Libro%20NB.pdf>
- Calzados3025. (2015). *Calzados3025*. Obtenido de Glosario: [http://calzados3025.com/contenidos.php?Id\\_Categoria=2](http://calzados3025.com/contenidos.php?Id_Categoria=2)
- Comercioyaduanas. (2010). *comercioyaduanas.com.mx*. Obtenido de Que Es Comercio Exterior: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/116-que-es-comercio-exterior>
- Economia48. (2009). *Economia48*. Obtenido de Mercado: <http://www.economia48.com/spa/d/mercado/mercado.htm>
- Economyblog. (Febrero de 2006). *Economyblog*. Obtenido de La diferenciación del producto: <http://economyblog.ecobachillerato.com/2006/02/la-diferenciacion-del-productouna.html>
- EL COMERCIO . (22 de Octubre de 2012). *El comercio.com*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/produccion-de-calzado-camina-paso.html>
- Emprendedor. (2014). *CARACTERISTICAS DE LA MATERIA PRIMA Y PRODUCTOS DEL GIRO*. Obtenido de Guías Empresariales : <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&ins=240>

- FLACSO. (Mayo de 2010). *Boletín mensual*. Obtenido de Sector de Calzado:  
<https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/fptpsdjzignfvcgl0iq9cihvxygjk.pdf>
- Hernandez. (Julio de 2007). *slideshare.net*. Obtenido de Contabilidad de Costos: <http://es.slideshare.net/ArturoTolentino/libro-costos>
- Martínez, F. (2011). *Repositorio UTA*. Obtenido de LA APLICACIÓN DE UN MODELO DE COSTEO:  
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1877/1/TA0161.pdf>
- Mascomex.wikidot. (13 de Mayo de 2008). *Barreras comerciales*. Obtenido de Mascomex.wikidot: <http://mascomex.wikidot.com/g6p4>
- Mejia, R. (16 de Julio de 2012). *slideshare.net*. Obtenido de Microeconomía resumen:  
<http://fr.slideshare.net/ricardomejiaarango/microeconomia-resumen>
- OMC. (2015). *Información técnica sobre salvaguardias*. Obtenido de OMC: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/safeg\\_s/safeg\\_info\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/safeg_s/safeg_info_s.htm)
- ORRALA, D. (2015). IMPACTO DE LAS MEDIDAS ARANCELARIAS A LAS IMPORTACIONES . En D. ORRALA, *IMPACTO DE LAS MEDIDAS ARANCELARIAS A LAS IMPORTACIONES* (pág. 44). GUAYAQUIL: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL .
- Ortiz, A. (2012). *Tesis Botas Militares*. Obtenido de Repositorio de la UDLA: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1622>
- Oxforddictionaries. (2015). *Oxforddictionaries*. Obtenido de suela: <http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/espanol/suela>
- Proecuador. (s.f.). *Proecuador*. Obtenido de ¿Qué son barreras no arancelarias?: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>
- Profesores. (sf). *Profesores.fi-b.unam.mx*. Obtenido de Tecnicas de Investigación : [http://profesores.fi-b.unam.mx/jlfl/Seminario\\_IEE/tecnicas.pdf](http://profesores.fi-b.unam.mx/jlfl/Seminario_IEE/tecnicas.pdf)
- RIVAS, G. (1994). *La investigación bibliográfica y los textos*. Trujillo: Orrego.

- SCPM. (21 de Diciembre de 2010). *scpm.gob.e*. Obtenido de CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIÓN:  
[http://scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-  
Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-  
Inversi%C3%B3n.pdf](http://scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf)
- Skomodo. (s.f.). *Skomodo*. Obtenido de El ABC de los zapatos:  
<http://www.skomodo.es/upload/guias/abc%20zapatos.pdf>
- Universo. (9 de Enero de 2012). *Insumos para sectores textil y calzado ya subieron precios*. Obtenido de El Universo :  
[http://www.eluniverso.com/2012/01/09/1/1356/insumos-sectores-textil-  
calzado-ya-subieron-precios.html](http://www.eluniverso.com/2012/01/09/1/1356/insumos-sectores-textil-calzado-ya-subieron-precios.html)
- Vototransparente. (Mayo de 2014). *Vototransparente.ec*. Obtenido de PLAN DE TRABAJO PARA EL CANTÓN CEVALLOS:  
[http://vototransparente.ec/apps/resultados-  
2014/images/planes\\_trabajo/TUNGURAHUA/CONCEJALES%20URBA  
NOS/CEVALLOS//LISTAS%20101/LISTAS%20101.pdf](http://vototransparente.ec/apps/resultados-2014/images/planes_trabajo/TUNGURAHUA/CONCEJALES%20URBANOS/CEVALLOS//LISTAS%20101/LISTAS%20101.pdf)
- WTO. (2015). *Información técnica sobre salvaguardias*. Obtenido de OMC: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/safeg\\_s/safeg\\_info\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/safeg_s/safeg_info_s.htm)



## Anexo 1. Encuesta aplicada a los productores de calzado del cantón Cevallos

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE CALZADO DE**  
**CEVALLOS**

**Objetivo:** Determinar los factores que influyen en la productividad de fabricantes de calzado del Cantón Cevallos

### Información de la Empresa

#### 1. Naturaleza Jurídica de la Empresa

- ....Sociedades
- ....Personas Naturales no obligadas a llevar contabilidad
- ....Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad

#### 2. Año de Inicio de la actividad Productiva

Año.....

#### 3. ¿A cuántos trabajadores emplea en su empresa?

Número de trabajadores.....

### Procesos de Producción

#### 4. ¿La empresa para la fabricación de calzado, lo realiza mediante un proceso productivo basado en?

- Actividades Manuales o Artesanales.....
- Actividades con máquinas especializadas.....

#### 5. ¿Cómo se distribuye la materia prima utilizada para la fabricación de calzado según el origen en porcentajes?

Materia Prima	Frecuencia	Porcentajes
Nacional		
Importada		
Total		

#### 6. ¿Qué materias primas son importadas o nacionales que utiliza en la fabricación del calzado y sus porcentajes?

Tipo de Materia Prima o Insumos	Importada	Porcentaje	Nacional	Porcentaje
Cuero				
Suelas				
Plantillas				
Forros				
Artículos				

decorativos(ojalillos, cordones, apliques, etc)				
Total				

7. ¿Al realizar una comparación entre el nivel de calidad de las materias primas importadas y nacionales cómo las calificaría? Marcar con una X

Tipo de Materia Prima	Nivel de calidad de la materia prima		
	Alta	Media	Baja
Importada			
Nacional			

8. ¿Los costos de la materia primas utilizadas en la fabricación de calzado son? Marcar con una x

Tipo de Materia Prima	Costo de las Materias Primas		
	Elevado	Moderado	Bajo
Importada			
Nacional			

9. ¿Cuántos pares de calzado produjo?

Descripción	2012	2013	2014
Nº de pares			

10. ¿En qué porcentaje se encuentra utilizada la capacidad instalada de su empresa? Marcar con una x

CAPACIDAD INSTALADA	X
30%	
40%	
50%	
60%	
70%	
80%	
90%	
100%	

11. En caso que la respuesta sea menor o igual a 50% de la capacidad instalada.

**¿Cuáles son las causas de la subutilización de la capacidad instalada?**

<b>Causas</b>	<b>X</b>
Baja demanda	
Competencia local	
Importaciones	
Daños de las maquinas	
Escasez de materia prima	
Costo de materia prima	
Falta mano de obra cualificada	
Acceso a la tecnología	
Falta de financiamiento	
Problemas laborales	

**Marcar**

**12. ¿El costo unitario promedio del calzado producido por la empresa ha presentado incremento durante el periodo 2012-2014?**

....Si      ....No

**13. ¿La empresa dispone de un sistema de costos para establecer el costo de producción?**

....Si      ....No

**14. En el caso de que conteste (SI) a la pregunta anterior. ¿Qué sistema de costo?**

Alternativas	<b>X</b>
Costo por órdenes de producción	
Costo por procesos	
Costo por actividades (ABC)	

**15. ¿Cuál es el porcentaje promedio de crecimiento en que ha sido afectado el costo producción unitario del calzado producido por la empresa durante el periodo 2012-2014? Marcar con una x**

<b>CRECIMIENTO DEL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>	<b>X</b>
5%	

10%	
15%	
20%	
25%	
30%	
40%	
50%	
60%	
70%	
80%	
90%	
100%	

**Comercialización y distribución**

**16. ¿En qué provincias se concentra la mayor parte de las ventas de la empresa? Indicar el porcentaje**

Provincia	Porcentaje

**17. ¿El canal utilizado por la empresa para la comercialización los productos es?**

**Marcar con una x**

Alternativas	X
Productor-Consumidor	
Productor-Distribuidor-Consumidor	
Productor-Mayorista-Distribuidor-Consumidor	

**18. ¿Cuáles fueron las ventas en dólares registradas por la empresa?**

Descripción	2012	2013	2014
Ventas			

**19. ¿Cómo calificaría a la empresa comparándola con la competencia?**

**Marcar con una x**

<b>Nivel de Competitividad</b>		
<b>Elevado</b>	<b>Moderado</b>	<b>Bajo</b>

**20. ¿Qué aspectos contribuirían para mejor la competitividad de la empresa frente a la competencia? Marcar con una x**

<b>Alternativas</b>	<b>X</b>
Implementar Estrategias de ventas	
Investigación y Desarrollo	
Mejorar la capacidad de producción (nueva tecnología)	
Mejorar la cadena logística de comercialización	
Definir los procesos de producción	
Capacitar al personal	
Identificar socios estratégicos	
Otro	