

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de emprendimiento previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Creación de una nueva línea de calzado impermeable antideslizante en la empresa Calzado Santy”

AUTOR: Mario Gustavo Proaño Pérez

TUTOR: Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López

AMBATO – ECUADOR

Septiembre 2017



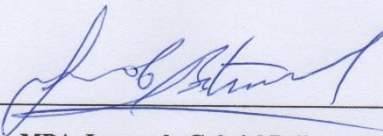
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“Creación de una nueva línea de calzado impermeable antideslizante en la empresa Calzado Santy”** presentado por Mario Gustavo Proaño Pérez, para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.


Ambato, 18 de julio de 2017



Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López
C.C. 1802453629
DOCENTE - TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

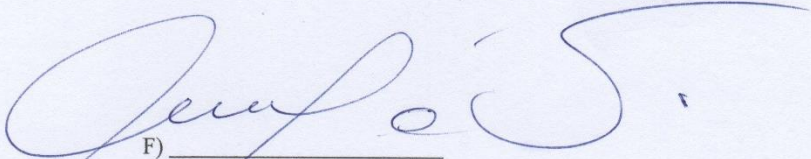
Yo, Mario Gustavo Proaño Pérez, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Mario Gustavo Proaño Pérez
C.C. 1804276747


APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



F) _____

Ing. Mg. Carlos Vinicio Mejía Vayas
C.C. 0400730693



F) _____


Ing. MBA. Arturo Fernando Montenegro Ramírez
C.C. 1803845385

Ambato, 10 de agosto de 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Mario Gustavo Proaño Pérez
C.C. 1804276747

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento primordialmente a Dios por ser mi guía en este caminar, por llenarme de bendiciones y sabiduría en cada etapa de mi vida estudiantil.

A la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato, por haberme abierto sus puertas del conocimiento, de igual manera a todo el personal docente y administrativo que fueron una parte esencial para contribuir con mi formación profesional.

Mi agradecimiento especial al Ing. Leonardo Ballesteros L. que con su acertada dirección y colaboración me facilitó su valioso apoyo para el éxito de este proyecto.

A la Empresa Calzado Santy, a todo su equipo de trabajo y colaboradores en especial al Ing. Walter Chaglla por su colaboración y confianza en el desarrollo de esta investigación realizada.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres Gustavo Proaño y Cecilia Pérez quienes han sido un pilar fundamental para la culminación de mi carrera siempre apoyándome en mis éxitos y fracasos incondicionalmente.

A mis hermanos Andrés y Santiago que siempre estuvieron conmigo dándome ánimos para seguir adelante compartiendo mis alegrías y mis tristezas.

A mi Abuelita Martha Moncayo quien siempre ha estado a mi lado en todo momento dándome sus muestras de cariño y apoyo, impartíendome sus conocimientos y consejos a lo largo de mi vida.

Y por último dedico a todas las personas quienes de alguna u otra manera aportaron en mi formación académica, profesional y personal.

Mario Gustavo Proaño Pérez

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO I.	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Definición del problema de investigación.....	1
1.2. Árbol de Problemas.....	3
1.3. Análisis de problemas	4
1.4. Alternativas de solución.....	5
CAPÍTULO II.	6
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	6
2.1. Nombre del emprendimiento	6
2.2. Localización geográfica	6
2.3. Justificación.....	6
2.4. Objetivos	11
2.5. Beneficiarios.....	12
2.6. Resultados a alcanzar.....	12
CAPÍTULO III	13
ESTUDIO DE MERCADO.....	13
3.1. Descripción de producto, característica y usos	13
3.2. Segmentación de mercado	14
3.3. Estudio de la demanda.....	30
3.4. Estudio de la oferta.....	35
3.5. Mercado potencial para el proyecto.....	39
3.6. Precios.....	40
3.7. Canales de comercialización	41

3.8. Canales de distribución	44
3.9. Estrategias de Comercialización.....	44
CAPÍTULO IV	46
ESTUDIO TÉCNICO	46
4.1. Tamaño del emprendimiento	46
4.2. Localización	47
4.3. Ingeniería del Proyecto	48
Grafico N.: 17 Distribución de los equipos en Calzado SANTY	63
CAPÍTULO V	66
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	66
5.1. Aspectos generales	66
5.2. Diseño organizacional	66
5.3. Estructura organizativa	66
5.4. Estructura Funcional	67
5.5. Manual de Funciones	69
CAPÍTULO VI.....	78
ESTUDIO FINANCIERO	78
6.1. Inversiones en Activos Fijos Tangibles	78
6.2. Inversiones en Activos Fijos Intangibles	81
6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo	82
6.4. Resumen de las inversiones.....	87
6.5. Financiamiento:	87
6.6. Plan de inversión.....	88
6.7. Presupuesto de Costos e Ingresos	89
6.8. Punto de equilibrio.....	107
6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos	111
6.10. Valor presente neto o valor actual neto	114
6.11. Indicadores financieros.....	115
6.12. Tasa beneficio-costo	120
6.13. Periodo de recuperación de la inversión	121
6.14. Tasa interna de retorno	122
6.15. Análisis de sensibilidad	123
CAPÍTULO VII.....	135
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	135
7.1. Conclusiones	135

7.2. Recomendaciones	136
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	137
ANEXOS	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N.: 1 Segmentación de mercado	15
Tabla N.: 2 Mercado meta año 2017	16
Tabla N.: 3 Pregunta 1.....	18
Tabla N.: 4 Pregunta 2.....	19
Tabla N.: 5 Pregunta 3.....	20
Tabla N.: 6 Pregunta 4.....	21
Tabla N.: 7 Pregunta 5.....	22
Tabla N.: 8 Pregunta 6.....	23
Tabla N.: 9 Pregunta 7.....	24
Tabla N.: 10 Pregunta 8.....	25
Tabla N.: 11 Pregunta 9.....	27
Tabla N.: 12 Pregunta 10.....	28
Tabla N.: 13 Pregunta 11.....	29
Tabla N.: 14 Explicación demandada en personas	30
Tabla N.: 15 Cálculo de la proyección de personas	31
Tabla N.: 16 Estudio de la demanda en productos	33
Tabla N.: 17 Proyección de la demanda en productos	34
Tabla N.: 18 Oferta de personas	35
Tabla N.: 19 Demanda potencial insatisfecha.....	39
Tabla N.: 20 Cálculo del precio	40
Tabla N.: 21 Proceso de producción	49
Tabla N.: 22 Materia prima	57
Tabla N.: 23 Materiales indirectos.....	57
Tabla N.: 24 Insumos.....	57
Tabla N.: 25 Diagrama de flujo.....	58
Tabla N.: 26 Simbología	59
Tabla N.: 27 Capacidad de producción	60
Tabla N.: 28 Maquinaria y Equipo.....	61
Tabla N.: 29 Herramientas	61
Tabla N.: 30 Muebles y enseres.....	62

Tabla N.: 31 Inversión en máquinas.....	78
Tabla N.: 32 Herramientas	79
Tabla N.: 33 Muebles y enseres	80
Tabla N.: 34 Total Activos Fijos Tangibles	80
Tabla N.: 35 Total de Activos Circulantes	85
Tabla N.: 36 Financiamiento	87
Tabla N.: 37 Plan de inversión	88
Tabla N.: 38 Materia prima	89
Tabla N.: 39 Materiales indirectos	90
Tabla N.: 40 Insumos.....	90
Tabla N.: 41 Cargo depreciación y amortización	91
Tabla N.: 42 Mantenimiento de maquinaria y equipo.....	92
Tabla N.: 43 Mano de obra directa e indirecta	93
Tabla N.: 44 Costos de producción totales	94
Tabla N.: 45 Servicios básicos	95
Tabla N.: 46 Sueldos y salarios.....	95
Tabla N.: 47 Suministros de oficina	95
Tabla N.: 48 Suministros de limpieza.....	96
Tabla N.: 49 Total costos administrativos.....	97
Tabla N.: 50 Costo de ventas sueldos y salarios	97
Tabla N.: 51 Transporte	98
Tabla N.: 52 Total costo de ventas.....	98
Tabla N.: 53 Intereses por préstamo bancario	98
Tabla N.: 54 Total de costo operativo.....	99
Tabla N.: 55 Presupuesto de costos e ingresos	100
Tabla N.: 56 Estado de situación inicial.....	101
Tabla N.: 57 Presupuesto de ingresos.....	104
Tabla N.: 58 Estado de resultados proyectados	105
Tabla N.: 59 Flujo de caja.....	106
Tabla N.: 60 Costos fijos y variables.....	108
Tabla N.: 61 Fuentes de financiamiento	112
Tabla N.: 62 Calcula Tmar1 global mixto	113
Tabla N.: 63 Escenario Optimista.....	124
Tabla N.: 64 Escenario Pesimista	129
Tabla N.: 65 Cuadro comparativo de sensibilidad	134

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N.: 1 Pregunta 1.....	18
Grafico N.: 2 Pregunta 2.....	19
Grafico N.: 3 Pregunta 3.....	20
Grafico N.: 4 Pregunta 4.....	21
Grafico N.: 5 Pregunta 5.....	22
Grafico N.: 6 Pregunta 6.....	23
Grafico N.: 7 Pregunta 7.....	24
Grafico N.: 8 Pregunta 8.....	25
Grafico N.: 9 Pregunta 9.....	27
Grafico N.: 10 Pregunta 10.....	28
Grafico N.: 11 Pregunta 11.....	29
Grafico N.: 12 Proyección de la demanda en personas.....	32
Grafico N.: 13 Demanda en productos.....	34
Grafico N.: 15 Proyección de la oferta en productos.....	38
Grafico N.: 16 Precio.....	41
Grafico N.: 17 Distribución de los equipos en Calzado SANTY.....	63
Grafico N.: 18 Organigrama estructural Calzado Santy.....	67
Grafico N.: 19 Organigrama funcional Calzado Santy.....	68
Gráfico N.: 20 Punto de equilibrio.....	111

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1: Inventario.....	83
Ecuación 2: Lote económico.....	83
Ecuación 3: Cuentas por cobrar.....	84
Ecuación 4: Pasivo Corriente.....	85
Ecuación 5: Capital de Trabajo.....	86
Ecuación 6: Inversión inicial.....	87
Ecuación 7: Costo de producción unitario.....	108
Ecuación 8: Utilidad de cada par de calzado.....	109
Ecuación 9: Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	109
Ecuación 10: Punto de equilibrio en unidades de producción.....	110
Ecuación 11: Calculo Tmar 1 sin financiamiento.....	111
Ecuación 12: Calculo Tmar 2 sin financiamiento.....	112
Ecuación 13: Calculo VAN 1.....	114

Ecuación 14: Calculo VAN 2	115
Ecuación 15: Formula indicador de solvencia.....	115
Ecuación 16: Formula Índice de liquidez	116
Ecuación 17: Formula indicador de endeudamiento del activo	117
Ecuación 18: Formula indicador de endeudamiento del activo fijo	117
Ecuación 19: Formula de endeudamiento sobre el patrimonio	118
Ecuación 20: Formula indicador de apalancamiento sobre el activo	118
Ecuación 21: Formula para rotación de cartera	119
Ecuación 22: Formula para rotación de activo fijo	119
Ecuación 23: Formula de rotación de ventas.....	120
Ecuación 24: Formula indicador de Relación beneficio/costo.....	120
Ecuación 25: Formula periodo de recuperación de la inversión	121
Ecuación 26: Formula tasa interna de retorno	122
Ecuación 27: Calculo VAN 1	126
Ecuación 28: Calculo VAN 2	126
Ecuación 29: Formula indicador de Relación beneficio/costo.....	127
Ecuación 30: Formula periodo de recuperación de la inversión	127
Ecuación 31: Formula tasa interna de retorno	128
Ecuación 32: Calculo VAN 1	131
Ecuación 33: Calculo VAN 2	131
Ecuación 34: Formula indicador de Relación beneficio/costo.....	132
Ecuación 35: Formula periodo de recuperación de la inversión	132
Ecuación 36: Formula tasa interna de retorno	133

RESUMEN EJECUTIVO

La fábrica de calzado SANTY de propiedad del Sr. Juan Segundo Chaglla, quien se desempeña como gerente propietario. Nació como una empresa artesanal, de giro productora y comercializadora, se inició legalmente a partir del año 2000, dedicándose a la fabricación de calzado casual, escolar y deportivo, logrando obtener productos de calidad, durabilidad y satisfaciendo las necesidades de sus clientes, con materias primas nacionales e importadas, teniendo mucha aceptación en el mercado.

Se decidió realizar el presente proyecto, con el objetivo de incrementar sus ingresos y utilidades de la empresa además analizar el entorno interno y externo de la misma, minimizando tiempos de producción, recursos y materia prima con el fin de tener mayor impacto de su marca en el mercado.

Con los datos obtenidos luego de realizar la investigación mediante un estudio de mercado se obtuvo el mercado objetivo de la empresa, mientras que con el estudio económico-financiero se demuestra la factibilidad y rentabilidad del proyecto, además se presenció la falta de publicidad y promoción que tiene la misma en el mercado, esta última es una parte importante para el éxito de sus ventas.

Bajo estos parámetros se realiza el trabajo de emprendimiento a través de la creación de una nueva línea de calzado impermeable antideslizante que pretende cubrir determinado porcentaje de la demanda potencial insatisfecha y generar un crecimiento en el mercado de la empresa.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTO, INDUSTRIA DEL CALZADO, CALZADO SANTY.

ABSTRACT

The SANTY footwear factory owned by Mr. Juan Segundo Chaglla, who is a proprietary manager. It was born as a craft company, with a production and marketing business, started legally in 2000, dedicating itself to the production of casual, school and sports footwear, achieving quality products, durability and satisfying the needs of its customers, with domestic and imported raw materials, having much acceptance in the market.

It was decided to carry out the present project, with the objective of increasing its income and profits of the company analyze the internal and external environment of the same, minimizing production times, resources and raw material in order to have greater impact of its brand in the market.

With the data obtained after carrying out the research through a market study, the company's target market was obtained, while the economic-financial study shows the feasibility and profitability of the project, in addition, there was a lack of publicity and promotion that has the same in the market, the latter is an important part for the success of their sales.

Under these parameters, entrepreneurship is carried out through the creation of a new line of non-slip waterproof footwear which aims to cover a certain percentage of potential unsatisfied demand and generate growth in the company's market.

KEY WORDS: ENTREPRENEURSHIP, FOOTWEAR INDUSTRY, SANTY FOOTWEAR.

CAPÍTULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Definición del problema de investigación

A lo largo de la historia del ser humano el pie ha tenido que ir adaptándose a diferentes terrenos, condiciones climáticas y a las actividades que los seres humanos hemos ido desarrollando. Por lo que se volvió necesario cubrir los pies con calzado que nos proteja del suelo, del clima, del tráfico urbano. (Elena Veinat, 2008).

En la actualidad en nuestro país no se cuenta con un tipo de calzado masculino impermeable tipo zapatilla, es por eso que ingresando en la moda urbana para chicos, jóvenes y adultos que gusten de este tipo de tendencia, se presenta un calzado acorde las necesidades del mercado y por supuesto del consumidor, que cuando llueva, pise agua o estese en un lugar húmedo por cualquier circunstancia el calzado no se moje la superficie interna o traspase agua al mismo y sea de fácil limpieza, además que sea cómodo y con diseños vanguardistas.

Impermeable se define como impenetrable al agua o a otro líquido. (RAE: Real Académica Española, 2015)

La moda urbana nació en las calles, lo que significa que primero fue usado por la gente y luego copiado por los diseñadores que la interpretan y regresan a las personas a través de los puntos de comercialización y distribución. (Revista educativa MasTiposde.com, 2015)

Según Lilia Villavicencio el sector de calzado sigue en crecimiento por lo que muchos de los productores empiezan a comercializar el calzado, pero muy poco se piensa en hacer un producto diferenciado, con calidad, comodidad, diseño y sobre todo garantía del mismo. (Caltu, 2015)

Las empresas que producen calzado se han dedicado a realizar modelos tradicionales perfeccionando cada uno de sus diseños, mas no se han puesto a innovar o a ingresar

una tendencia nueva en su negocio, de esta manera el mercado internacional o importado se está apoderando de la línea de clientes y productos existentes en nuestro país.

Con este nuevo tipo de calzado se impacta al mercado nacional con la calidad de nuestro producto que son superiores a los de iguales características que son importados, además que satisface los requerimientos y necesidades de los consumidores.

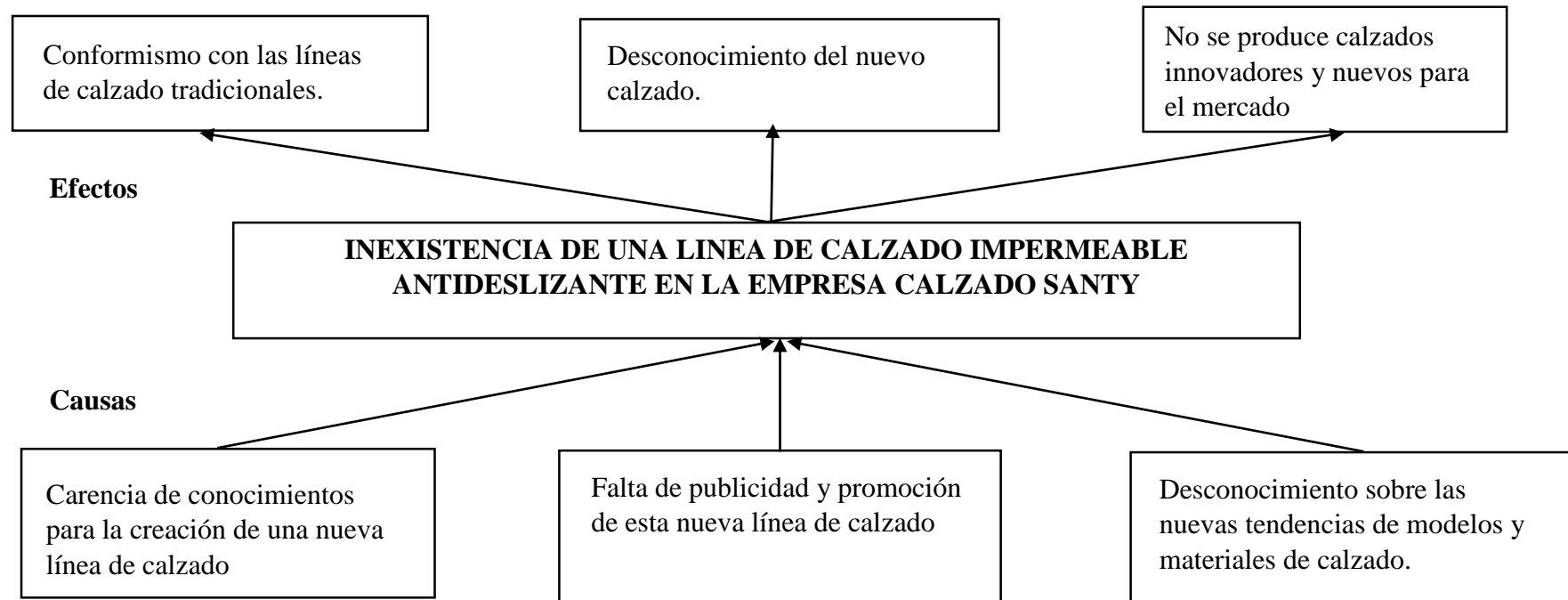
La mayoría de personas les gusta y les llama la atención la calidad, comodidad, el costo, el diseño y la publicidad de algún producto nuevo, además de ser llamativo es importante que tenga otra característica innata que lo haga único y le proporcione al consumidor facilidades o despreocupaciones en el momento de su uso.

El realizar un calzado con características diferentes a los comunes no solo hará que se vea bien, sino que hará que el cliente se sienta satisfecho, ya que todos desean poseer un producto que sea magnífico. Este nuevo calzado hará que el cliente se sienta identificado y sobre todo conforme con su compra. (Manuel A., 2015)

El objetivo de crear un zapato de diferentes características en este caso realizado con material impermeable es que el consumidor final se sienta más identificado en sus necesidades diarias. Es por ello que existe el desafío de crear o innovar nuevas empresas, productos o servicios que estén a la vanguardia y cumplan las necesidades que tiene la gente, además con esto ayudar a crear plazas de trabajo, mejorar la competitividad e impulsar el desarrollo productivo en el área de calzado nacional proyectándose a largo plazo internacionalmente.

El calzado desempeña un rol primordial en la economía del país, ya que este genera cerca de 400.000 plazas de trabajo, de forma directa e indirectamente. Siendo el calzado un sector prioritario del gobierno y catalogada como sector primordial para el cambio de la matriz productiva. (El Universo, 2011)

1.2. Árbol de Problemas



Elaborado por: Mario Proaño

1.3. Análisis de problemas

El uso del árbol de problemas es de gran utilidad al momento de hacer un proyecto, ya que nos permite enfocarnos en el problema que existe y es la inexistencia de una línea de calzado masculino impermeable tipo zapatilla y diseños personalizados en la empresa de Calzado Santy.

Hemos encontrado que una de las causas es la carencia de conocimientos de nuevos modelos para la creación de una nueva línea de calzado, su efecto es el conformismo de las líneas de calzado tradicionales que la empresa posee.

La empresa deberá investigar sobre las tendencias de calzado alrededor del mundo además de los nuevos modelos y tipos que salen al mercado, uno de esos modelos será el calzado impermeable, que es el que se busca implementar en la empresa Calzado Santy.

Otra de sus causas es la ausencia de publicidad y promoción de esta nueva línea de calzado, la cual ocasiona un desconocimiento del nuevo calzado a producir.

Por lo que se buscará promocionar con la ayuda de un Briefing o publicidad masiva en la que se dé a conocer todas las características de la nueva línea de calzado, para que este llegue con mayor rapidez y facilidad a los consumidores.

El Briefing son anuncios de mercado diseñado donde se expone la estrategia publicitaria, con la mayor información posible acerca del producto a publicitar, así mismo de la empresa que la comercializa y del mercado donde se lo distribuirá o está siendo distribuido, con el fin de solucionar todas las dudas existentes sobre planificación, creación y desarrollo de la campaña publicitaria. (Ferguson A. y otros, 2014)

Así mismo hemos determinado que existe desconocimiento sobre las nuevas tendencias de modelos y materiales de calzado, lo que tiene como efecto no producir calzados innovadores y nuevos para el mercado.

Por lo tanto se buscará nuevos proveedores que estén acorde a la calidad presentada en el calzado que ofrece la empresa además que tengan los insumos necesarios para la elaboración del calzado impermeable.

1.4. Alternativas de solución

Crear una nueva línea de calzado impermeable para hombres con el fin de satisfacer a los potenciales clientes y clientes además de generar más ingresos a la empresa y ganar posicionamiento en el mercado.

Mantener capacitado al personal del área de producción sobre el manejo de maquinaria evitara que haya retrasos y desperdicio de materia prima en la producción, también buscar nuevas técnicas para optimizar tiempos en la elaboración del calzado.

Analizar los posibles competidores con la finalidad de crear nuevas estrategias de penetración en la mente del consumidor

Al momento de producir un nuevo calzado motivamos a nuestros colaboradores a que tengan otra visión y generen más ideas para que no se queden en el continuismo.

CAPÍTULO II.

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del emprendimiento

Creación de una nueva línea de calzado masculino impermeable tipo zapatilla con planta antideslizante y diseños personalizados en la Empresa Calzado Santy.

2.2. Localización geográfica

Calzado Santy está ubicado en el cantón Ambato, Provincia de Tungurahua, en la Parroquia Picaihua Tangaiche, Barrio Panecillo. (Km 8 vía a Baños)

2.3. Justificación

El calzado ecuatoriano tiene una gran insolvencia respecto a la competitividad y esto tiene un gran peso en el desarrollo de la industria del calzado. Por lo que muchos de los consumidores prefieren comprar un calzado extranjero por las características que este posee. (Cámara Nacional de Artesanos, 2015)

En el país existen diferentes tipos de calzados que se perciben afectados por la carencia de tecnología adecuada que no se encuentra en el país. Un comerciante de calzado deportivo comentó que: “el calzado ecuatoriano no puede competir con los extranjeros, por lo que su cartera de productos ofrece un 70% calzado importado un 30% calzado nacional”. (Villavicencio J., 2012)

En Ecuador la industria de calzado, durante varios años ha seguido evolucionando, cambiando e innovando con el fin de posicionarse a nivel nacional y pues en ciertas ocasiones internacionalmente, cumpliendo con todos los requerimientos y normativas tanto de calidad, diseño, confort y precio accesible. Existen varios tipos de calzado como casual, deportivo, urbano, de seguridad, en fin de todo tipo y para todos los gustos. Al momento de realizarlos se ha ido mejorando los procesos de producción, en tiempo, materiales, modelos y costos ya que existen nuevas maquinarias y técnicas que facilitan la labor de las empresas. Se ha visto considerablemente un desarrollo en la industria de las provincias de Tungurahua, Pichincha, Guayas, Loja, Azuay entre otras.

Tomando la provincia de Tungurahua como principal, esta aporta casi el 50 por ciento de la producción en el calzado del Ecuador, esta seguida por Guayas, Pichincha, Azuay, Los Ríos, y demás. (La Hora, 2012).

En la ciudad de Ambato la industria del calzado ha tenido tiempos difíciles sobre todo en la dolarización, ya que los precios de los insumos para la fabricación subían día a día. Y el principal insumo que es el cuero salía hacia Colombia y Brasil.

Gracias a las restricciones impuestas por el Gobierno Nacional la fabricación de calzado se ha vuelto a reactivar. Haciendo que los medianos y pequeños talleres vuelvan a generar puestos de trabajo, aumentando la producción nacional y evitando la compra de calzado chino. (Calzado Ecuador, 2015)

Este sector industrial tiene un crecimiento sostenido en el que las personas que se dedican a esta actividad perciben ingresos superiores en un 18% en comparación a los de otros sectores. Trayendo importantes beneficios para los trabajadores y en especial para sus familias, aumentados el poder adquisitivo, mejorando el nivel de vida y muchos beneficios más. (INEC, 2015)

Mientras que en el contexto provincial, asegura el Banco Central del Ecuador en sus cuentas provinciales que la industria manufacturera en el cual se encuentra el sector de cuero y calzado contribuye en la producción total de Tungurahua el 43%, además que el sector representa el 1,09% del PIB (Producto Interno Bruto del Ecuador). (El Herald, 2013)

Recopilando datos históricos en 2008 la industria del cuero y la producción de calzado a nivel nacional casi desaparecen esto se debió a la entrada de calzado proveniente del continente asiático a nuestro país. Manifestó Lilia Villavicencio Presidenta de la Cámara Nacional de Calzado de Tungurahua, debido a esto por poco la industria queda reducida y desaparecida ya que se tenía productos con precios para la venta demasiado bajos, es por ello que nuestra producción nacional no podía competir con este tipo de productos similares. (Caltu, 2013).

En los países asiáticos los costos de producción son más bajos debido a que la mano de obra es barata. Ya que en muchos de los casos la producción de calzado la realizan en barcos donde no se pagan impuestos y se ahorran el transporte.

Según informes de CALTU, un zapato asiático puede costar \$1 en su país de origen y el sueldo básico promedio de la región es 850 YUANES o \$140 dólares. (China Briefing, 2012)

En la actualidad la crisis económica que pasa el país ha golpeado también a los productores de cuero y calzado de la provincia de Tungurahua. Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara Nacional de Calzado (Caltu), dice que en cuanto a las empresas socias de la agrupación, no se han registrado cierres. No obstante, afirmo que la producción y comercialización de calzado se encuentra en una curva descendente desde noviembre.

Asimismo asevero que la Cámara está apuntando a mejorar la producción a partir de la innovación del conocimiento en el área con programas como el Diplomado en producción de Calzado que ha tenido gran acogida, además la Caltu está planeando realizar algunas ferias de calzado para exhibir el producto en otra ciudades del país. (La Hora, 2016)

Un factor notable es que la materia prima nacional es de mala calidad, lo que hace que el calzado no cumpla con los estándares de calidad.

No existe ningún fabricante local que sea capaz de realizar un producto de buena calidad, que tenga las ultimas tendencia en colores, diseños, y que los materiales que ofrece sean específicamente para la elaboración de calzado, por lo que se debe comprar materiales importados. (Botticelli, 2015).

En la Encuesta a nivel nacional de Micro, con Pequeñas y Medianas compañías o empresas en la industria de producción de calzado, sabemos que la fabricación de diferentes tipos de calzado en nuestro país es un tema que prospecta impulsar el desarrollo de la productividad y matriz productiva del Ecuador; es así que el entorno de producción es demasiado diversificado y presenta una gran variedad de productos para el mercado internacional. Además tomando en cuenta el desarrollo de tecnología, el avance en

innovación tecnológica y siguiendo los parámetros de calidad nos ayudan para mejorar la competitividad en las pequeñas y medianas empresas; pese a esto, en nuestro país apenas el 30% de las mencionadas empresas usan las ventajas de tecnología en la información y comunicación (TIC), esta cifra es muy baja para relacionar el 50% de los actuales países Latinoamericanos. Por otra parte, el 45% utilizan el Internet como medio, además que el 87% han innovado en procesos o productos, y escasamente solo el 5% posee algún tipo o norma de calidad certificada vigente. (Jácome y King, 2013)

Según el Ministerio de Industrias y Productividad, el dato que se conoció en 2011, fueron que se necesitaron 29.382.485 pares y solo se produjeron 28.875.000; el desfaldo que se obtuvo se concilio con calzado importado. De la misma manera el porcentaje del calzado realizado en cuero es el 45%, calzado inyectado 25%, calzado deportivo 15%, calzado en material plástico 15%. (Revista Lideres, 2012)

Hoy en día para mantenerse a la vanguardia se debe tener presente la creación de nuevas industrias y nuevos productos tomando en cuenta sectores potencialmente productivos los mismos que deben ser diversos, sostenibles y sustentables además de ser competitivos y de inclusión económica. Se propone promover los recursos financieros así como los no financieros, indagar sobre la inversión pública para generar condiciones en la competitividad general, impulsar la contratación pública y sin dejar a un lado promover la inversión privada. (Plan Nacional para el buen vivir 2013-2017).

Para constituir el objetivo de construir en Ambato la primera ciudad del calzado. Se propone reanudar las capacitaciones, recorridos por empresas multinacionales en otros países, organizar ferias y así trabajar en la construcción de la ‘Ciudad del Calzado’, al norte de Ambato. La fabricación de calzado y de prendas de vestir es la tercera actividad económica del cantón Ambato, después del comercio y de servicios, según el perfil económico que destaca el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Este sector generó en 2010, \$ 465 millones. La industria de calzado cuenta con unas 2.500 empresas pequeñas, medianas y grandes. (El Telégrafo, 2014)

Tecnología, innovación y conocimiento “Comprende el conjunto de normas, políticas, instrumentos, procesos, instituciones, entidades e individuos que participan en la economía social de los conocimientos, la creatividad y la innovación, para generar

creativamente ciencia, tecnología, innovación, así como rescatar y potenciar conocimientos tradicionales como elementos fundamentales para generar valor y riqueza para la sociedad”. (Plan Nacional para el buen vivir 2013-2017)

Los lazos de producción se van fortaleciendo tal es como una empresa de Colombia en sociedad con una empresa de Tungurahua se fusionaron para la fabricación de calzado de calidad haciendo hincapié en innovar modelos y diseños, su producción está estimada en 6 mil pares de zapatos al mes y generar unas ventas que asciendan al millón de dólares. (Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, 2014).

El objetivo del Ministerio de Industrias y Productividad es impulsar el cambio en la matriz productiva, es por ello que están dando mayor protagonismo al producto nacional en todos sus ámbitos, además apoyando a las micro, pequeñas y medianas empresas ya que estas son el pilar fundamental para concretar este proceso. Es por ello que la finalidad es integrar y hacerla participe con igualdad de oportunidades para todos permitiendo que se desarrolle y fortalezca el sector industrial ecuatoriano. (Flacso Ecuador – MIPRO, 2013).

Tomando en cuenta la transformación productiva impulsada por el Ministerio de Industrias, la cual promueve el desarrollo y crecimiento de las empresas, entre ellas las Mipymes, además de los artesanos a nivel nacional. Con el propósito de incentivar y reconocer la calidad de calzado en Gualaceo (Azuay) se organizó la primería feria concurso denominado “Gualaceo a tus pies”, se contó con el apoyo del Municipio de Gualaceo y la Coordinación del Mipro.

Según Ramiro Ordoñez quien es coordinador del Mipro en Gualaceo, ellos tienen el deber de promover el progreso de las pequeñas, medianas, grandes empresas además de artesanos mediante asesoría y capacitación continua. Mediante dicho concurso se motivó para la creación de nuevas líneas de calzado nacional cumpliendo con todos los requerimientos y parámetros de calidad.

La provincia de Tungurahua y la provincia de Azuay son reconocidas a nivel nacional por la producción y tratamientos en productos de cuero y calzado confeccionado industrial o artesanalmente. Es por ello que esta sección se la toma para el cambio de la Matriz Productiva, para promover su desarrollo y crecimiento, el Gobierno Ecuatoriano creó el

Reglamento Técnico denominado RTE INEN 080, que es de “Etiquetado del calzado”, de acuerdo a esta normativa se debe exigir un mayor estándar de calidad para todos los productos que van a ser comercializados en el mercado de nuestro país. (Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, 2014)

Hoy en día los productores de calzado de Tungurahua y del país disponen de un flamante laboratorio de pruebas físicas - mecánicas, que se ocupan en esta rama productiva.

Este laboratorio está ubicado en la sede de la Cámara Nacional de Calzado núcleo Tungurahua (Caltu) que está ubicada en el sector de Ingahurco. Cuenta con un total de 19 máquinas que permitirán al artesano o industrial realizar pruebas de laboratorio de los materiales antes de fabricar un par de zapatos y cuando el producto esté terminado.

Además los técnicos a cargo del laboratorio explicaron que no se le dirá al fabricante que marca de planta o qué tipo de material debe usar. El laboratorio emitirá un informe sobre los materiales que utiliza el industrial o artesano del calzado, para que él decida que materiales comprar. (CALTU, 2016).

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo General

- Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una nueva línea de calzado impermeable tipo zapatilla, con planta antideslizante en la Empresa Calzado Santy.

2.4.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para conocer el número de personas que están dispuestas a adquirir la nueva línea de calzado impermeable.
- Desarrollar un estudio organizacional y funcional en la empresa Calzado Santy.
- Elaborar un estudio económico – financiero con el fin de conocer si el proyecto es factible.

2.5. Beneficiarios

Se beneficiaran todos los chicos, jóvenes y adultos de la Provincia de Tungurahua comprendidos entre los 15 años hasta los 35 años de edad que gusten del estilo urbano en calzado impermeable tipo zapatilla con modelos exclusivos. Por otra parte además se beneficia la empresa con este calzado ya que se realizó una ardua investigación de mercados para la creación e implementación de una nueva línea masculina del mismo, dando así a conocer la empresa y poco a poco impregnarse en la mente del consumidor como sinónimo de innovación, variedad y calidad. Adicionalmente se puede tomar como beneficiarios a los familiares o madres de familia que adquieran el calzado para sus hijos, hermanos, primos, etc. Y por último el beneficio es de mi persona ya que me he involucrado en la producción del calzado con conocimientos específicos e indispensables, el manejo interno y externo de la empresa, el ambiente laboral, el equipo de trabajo, el buen trato y la forma de trabajo en equipo entre todos sus colaboradores y áreas de la misma.

2.6. Resultados a alcanzar

Los resultados que se esperan alcanzar es lograr la penetración en el mercado exitosamente y que se convierta en el producto estrella de la empresa, además manejar otro tipo de líneas de calzado casual para caballero y niño. De esta manera inculcar que la Empresa Calzado Santy siga innovando con nuevas tendencias y modelos de calzado, siguiendo y cumpliendo todos los estándares de calidad y confort para el beneficio y satisfacción de los clientes. Por otra parte conseguir que nuestro calzado sea distribuido a nivel nacional y a largo plazo a nivel internacional, trabajando día a día con ímpetu y manteniéndose a la vanguardia se quiere impregnar la marca de nuestro calzado en la mente de los consumidores como sinónimo de calidad y de innovación. Con todo esto vamos a tener mayor participación en el mercado, al mismo tiempo se genera mayor liquidez y ganancias, de esa manera seguir creciendo como empresa y generar puestos de trabajo a la comunidad.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción de producto, característica y usos

Definición según el autor

El producto es “un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un determinado bien o servicio para satisfacer un deseo o necesidad.”

El producto es lo que el consumidor percibe de la oferta de las ofertas y no lo que estas planifica ofrecer aunque, en cierta medida, pueda parecerse a ello. (Moreno K, y otros, 2013)

Tipos de productos:

Según (Fisher L. y otro, 2014), menciona que existen los siguientes tipos de productos.

Producto de consumo popular: se destinan principalmente a consumidores finales, no requieren de un proceso industrial. Además, se los puede conseguir en cualquier lugar y de forma masiva.

Productos de media y baja rotación: su producción es de acuerdo al pedido de un público específico y de empresas.

Producto gancho: no generan una ganancia importante en la empresa, sin embargo sirve para dar una imagen a los consumidores de que la empresa posee lo necesario. (9)

Concepto

El producto es un bien tangible que se comercializa para satisfacer las necesidades de los consumidores y generar ganancia hacia alguna.

Calzado impermeable

Es un calzado que al momento de contacto con el agua o algún líquido no permite que ingrese hacia el interior del mismo manteniéndolo seco.

Evitando que se humedezca y se dañe el calzado de forma prematura.

Características:

En días lluviosos este tipo de calzado será preciso para evitar el ingreso de agua.

Tendrá una durabilidad diferente al calzado tradicional ya que su material es específicamente para soportar agua.

Este calzado además, tendrá una planta antideslizante que permitirá una mejor fijación en el suelo, evitando un resbalón, una caída, o algún tipo de lesión.

Esta colección contara con diseños exclusivos y atractivos para sus consumidores, sin dejar a un lado su comodidad y calidad.

3.2. Segmentación de mercado

Es el proceso de subdividir a un mercado en subconjuntos de clientes que tiene los mismos comportamientos o que presentan similitudes con el propósito de obtener una ventaja competitiva. (Diccionario de Marketing, 2010)

Población:

Se puede definir como el conjunto finito o infinito de elementos que tienen características comunes o muy similares. (Arias F, 2012)

Es la totalidad de un grupo de estudio que poseen características comunes, los mismos que serán objeto de investigación. (Tamayo, 2012)

Por lo que podemos definir a la población como el conjunto de individuos que tiene características similares y propiedades, los mismos que pertenecen a un sector determinado.

Tabla N.: 1 Segmentación de mercado

VARIABLES DE SEGMENTACION	VARIABLE	DATO	FUENTES
Geográfica	Población de Tungurahua	504.583	INEC FASCICULO PROVINCIA TUNGURAHUA
Geográfica	Población de Ambato	329.997	INEC FASCICULO PROVINCIA TUNGURAHUA
Demográfica	Población Económicamente Activa (PEA) (60.5%)	160.148	INEC FASCICULO PROVINCIA TUNGURAHUA
Demográfica	Edad de 15 a 34 años hombres	84.751	INEC FASCICULO PROVINCIA TUNGURAHUA

Elaborado por: Mario Proaño

Fuente: INEC censo 2010

En referencia a lo citado, para la división de la población se los hizo a través de las características grupales geográficas, es decir por el lugar de residencia, ingresos, estrato social y edad.

Para el presente proyecto de emprendimiento se consideró a la población de la Provincia de Tungurahua que obtuvimos los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, consultado en su página web, donde son 504.583 personas. En Ambato residen 329.997 A esto consideramos la Población Económicamente Activa PEA 160.148 que equivalen el 60.5%.

Calzado Santy producirá los zapatos tipo zapatillas impermeables a las personas que están en el rango de 15 a 34 años siendo un total de población de 84.751 personas.

Tabla N.: 2 Mercado meta año 2017

Año	Mercado meta	TCP 1.96%
2010	84.751	1.661
2011	86.412	1.661
2012	88.106	1.727
2013	89.833	1.761
2014	91.594	1.795
2015	93.389	1.830
2016	95.219	1.866
2017	97.085	

Elaborado por: Mario Proaño

Fuente: Banco Central del Ecuador

Esclarecimiento:

En el censo del año 2010, se determinó una segmentación geográfica de 84.751 personas. A este segmento se multiplicará la Tasa de crecimiento poblacional de 1.96 % en hombres hasta el año 2017.

Población:

Población es un conjunto de seres que habitan en un determinado lugar, que poseen características similares.

De acuerdo a la proyección realizada se llegó a la conclusión de que la población a investigar será de 97.085 personas.

Muestra:

La muestra está conformado por un pequeño grupo de individuos de la población total, donde sus características deben ser lo más similares posibles. (López F, 2013)

Se considera a la muestra como una parte o un subconjunto de la población seleccionada, donde se realizará las conclusiones generalizadas a toda la población. (Sábado, 2009).

Realizando la respectiva formula de la muestra: se obtuvo de la cantidad de 383.

Formula:

$$n = \frac{Z^2(P)(Q)(N)}{Z^2(P)(Q)+(N)(e)^2}$$

Donde.

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza (95% = 0.95/2 = 0.4750= 1.96

P= probabilidad de ocurrencia (50%=0.5)

Q= probabilidad de no ocurrencia (1-0.5= 0.5)

N= Población

Aplicando la formula se obtuvo la siguiente muestra:

$$n = \frac{Z^2(P)(Q)(N)}{Z^2(P)(Q)+(N)(e)^2}$$

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)(97.085)}{1.96^2(0.5)(0.5)+(97.085)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{93.240434}{243.6729}$$

$$n = 383$$

La muestra es de 383 personas.

Tabulación y análisis de los resultados de la encuesta

Para la recolección de información para la investigación de campo se utilizó la encuesta debido a ser un medio más eficaz y sobre todo permite estar en contacto con el encuestado, la encuesta fue realizada a personas de entre los 15 a 34 años con el objetivo de conocer si las personas han escuchado sobre calzado elaborado con material impermeable.

Las encuestas se las elaboraron con preguntas de opción múltiple.

Resultado de la encuesta

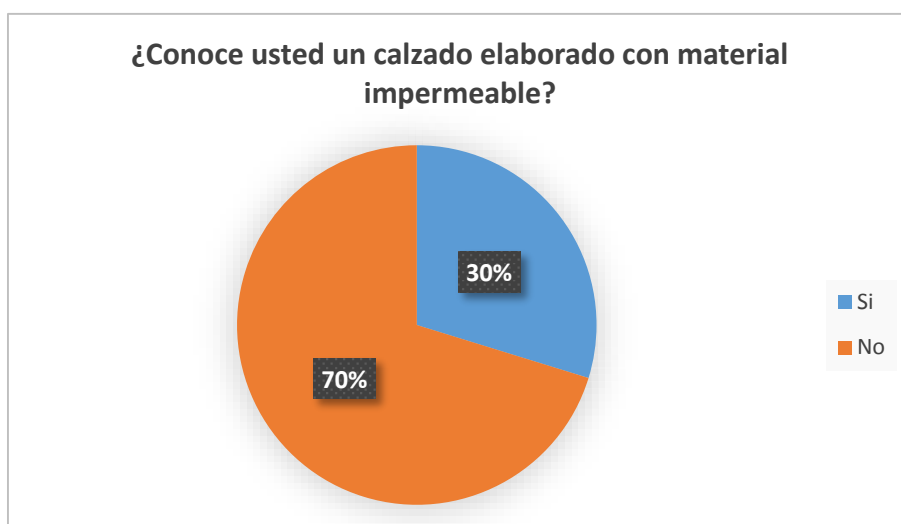
1: ¿Conoce usted un calzado elaborado con material impermeable?

Tabla N.: 3 Pregunta 1

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
SI	114	67.960	70%
NO	269	29.125	30%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 1 Pregunta 1



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e Interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que es el 100% del mercado objetivo proyectado, un 70% comento que no ha escuchado de un calzado elaborado con material impermeable, la otra parte que corresponde al 30% menciona que si ha escuchado sobre un calzado elaborado con material impermeable.

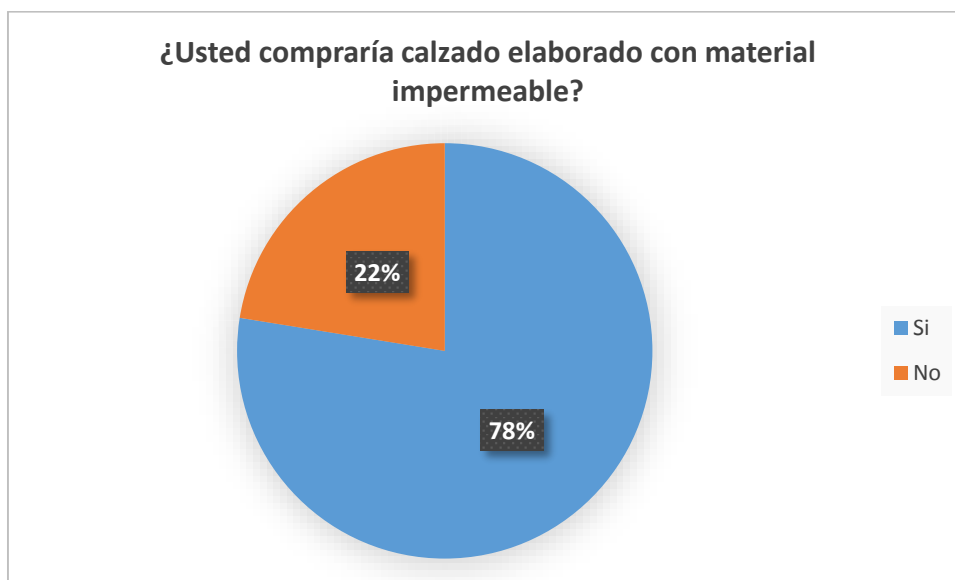
2. ¿Usted compraría calzado elaborado con material impermeable?

Tabla N.: 4 Pregunta 2

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
SI	297	75.726	78%
NO	86	21.359	22%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 2 Pregunta 2



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que corresponde al 100% del mercado objetivo proyectado, un 78% comento que si estarían dispuestos a comprar un calzado elaborado con material impermeable, y la parte restante que corresponde al 22% menciona que nunca compraría un calzado realizado con material impermeable.

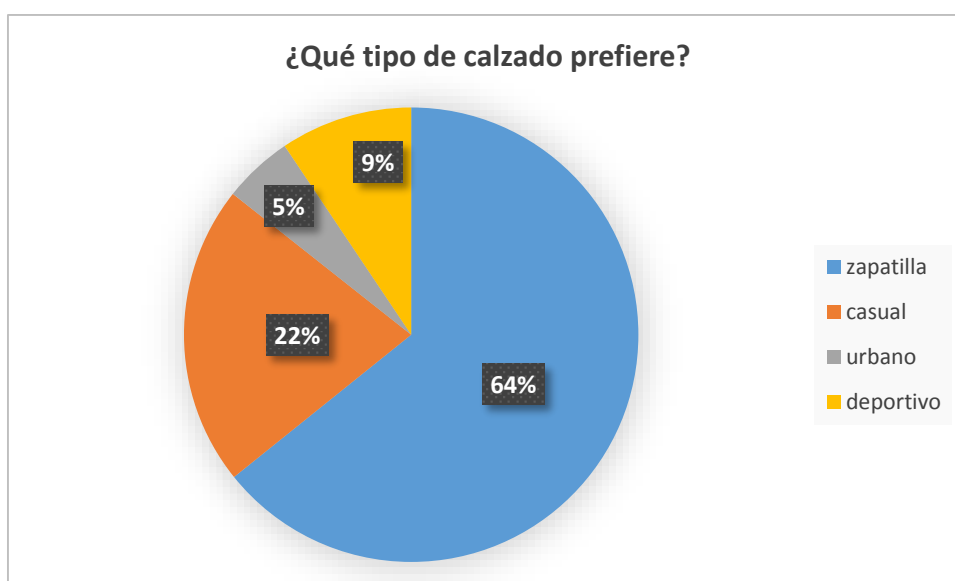
3. ¿Qué tipo de calzado prefiere?

Tabla N.: 5 Pregunta 3

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
ZAPATILLA	246	62.134	64%
CASUAL	82	21.359	22%
URBANO	19	4.854	5%
DEPORTIVO	36	8.738	9%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 3 Pregunta 3



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que es el 100% del mercado objetivo proyectado, un 64% comento que compraría un calzado tipo zapatilla, la otra parte que corresponde al 22% menciona que compraría un calzado tipo casual, la otra parte que corresponde al 9% menciona que compraría un calzado tipo deportivo, y por último la parte restante que corresponde al 5% menciona que compraría un calzado urbano.

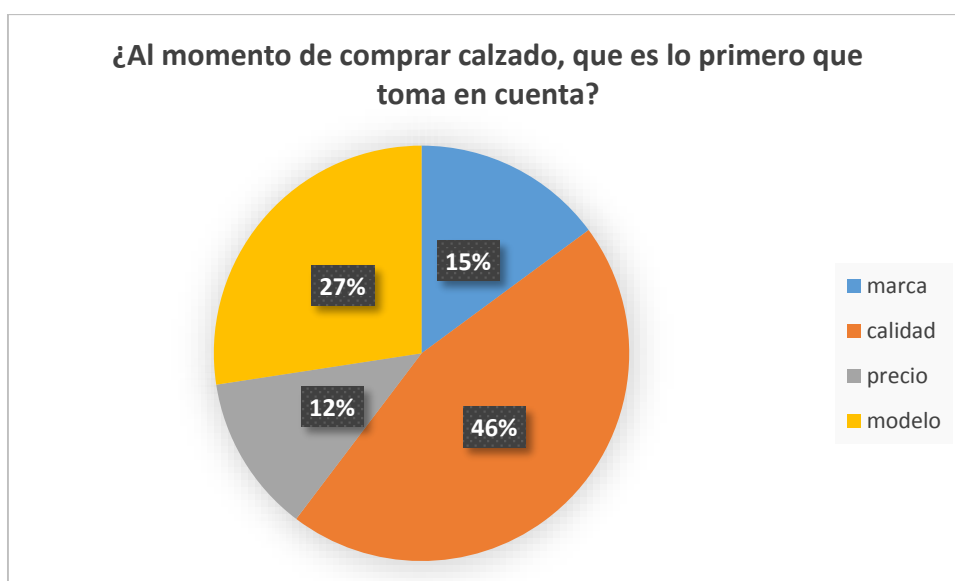
4. ¿Al momento de comprar calzado, que es lo primero que toma en cuenta?

Tabla N.: 6 Pregunta 4

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
MARCA	57	14.563	15%
CALIDAD	174	44.659	46%
PRECIO	47	11.650	12%
MODELO	105	26.213	27%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 4 Pregunta 4



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que corresponde al 100% del mercado objetivo proyectado, un 46% comentó que compraría el calzado según la calidad, la otra parte que corresponde al 27% menciona que compraría el calzado por su modelo, la otra parte que corresponde al 15% menciona que compraría el calzado dependiendo la marca, y la otra parte restante que corresponde al 12% menciona que compraría el calzado dependiendo su precio.

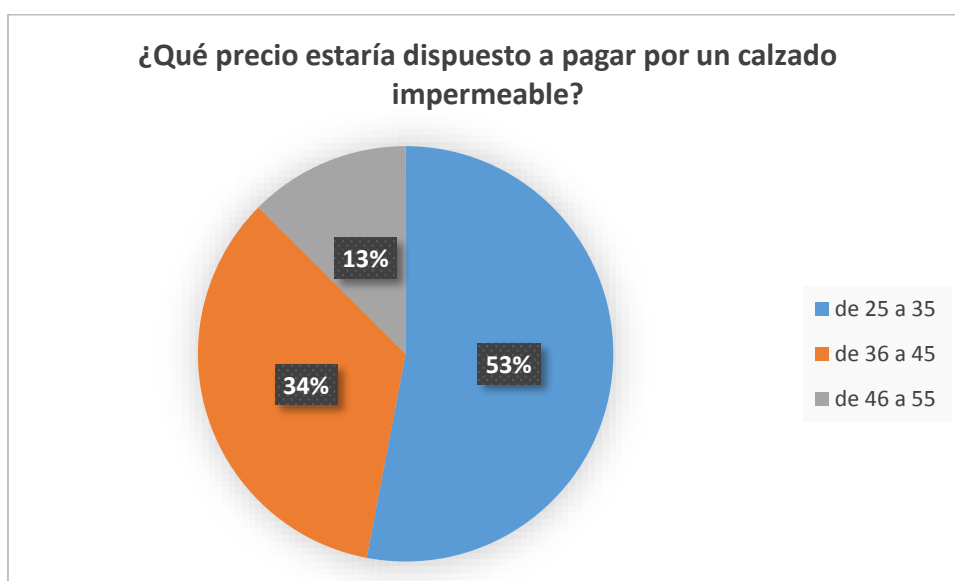
5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un calzado impermeable?

Tabla N.: 7 Pregunta 5

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
DE 25 A 35\$	203	51.455	53%
DE 36 A 45\$	132	33.009	34%
DE 46 A 55\$	48	12.621	13%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 5 Pregunta 5



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que es el 100% del mercado objetivo proyectado, un 53% comentó que pagaría por un par de zapatos de 25 a 35\$, la otra parte que corresponde al 34% menciona que pagaría por un par de zapatos de 36 a 45\$, la otra parte que corresponde al 13% menciona que pagaría por un par de zapatos de 46 a 55\$,

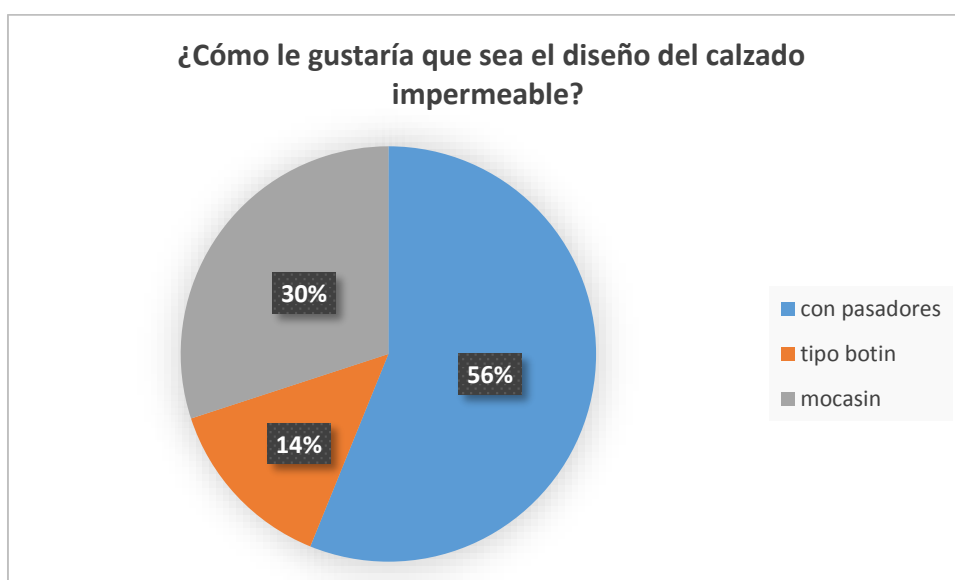
6. ¿Cómo le gustaría que sea el diseño del calzado impermeable?

Tabla N.: 8 Pregunta 6

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
CON PASADORES	215	54.368	56%
MOCASIN	53	13.592	14%
TIOPO BOTIN	115	29.125	30%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 6 Pregunta 6



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que corresponde al 100% del mercado objetivo proyectado, un 56% comentó que compraría un calzado con pasadores, la otra parte que corresponde al 30% menciona que compraría un calzado tipo mocasín, la otra parte que corresponde al 13% menciona que compraría un calzado tipo botín.

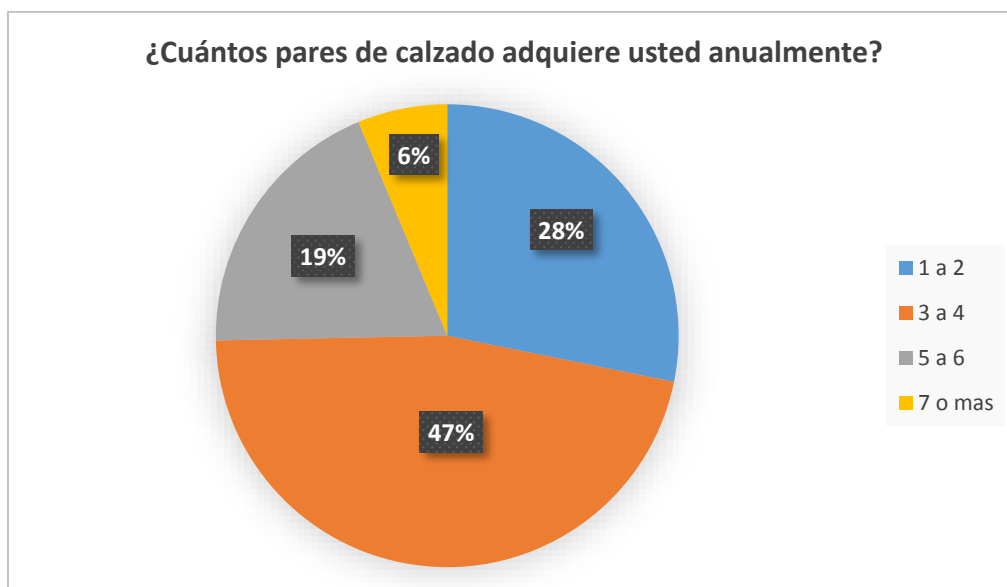
7. ¿Cuántos pares de calzado adquiere usted anualmente?

Tabla N.: 9 Pregunta 7

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
DE 1 A 2	108	27.184	28%
DE 3 A 4	178	45.630	47%
DE 5 A 6	73	18.446	19%
7 O MAS	24	5.825	6%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 7 Pregunta 7



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que es el 100% del mercado objetivo proyectado, un 47% comentó que compra anualmente de 3 a 4 pares de calzado, la otra parte que corresponde al 28% menciona que compra anualmente de 1 a 3 pares de calzado, la otra parte que corresponde al 19% menciona que compra anualmente de 5 a 6 pares de calzado, y la otra parte del 6% menciona que compra 7 o más pares de calzado.

8. ¿Mediante qué medio de comunicación usted prefiere conocer acerca del calzado?

Tabla N.: 10 Pregunta 8

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
RADIO	46	11.650	12%
INTERNET	187	47.572	49%
TELEVISION	31	7.767	8%
PERIODICOS	97	24.271	25%
REVISTAS	22	5.825	6%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 8 Pregunta 8



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que corresponde al 100% del mercado objetivo proyectado, el 49% comentó que prefiere conocer acerca del calzado mediante el internet, la otra parte que corresponde al 25% menciona que prefiere conocer acerca del calzado mediante los periódicos, la otra parte que corresponde al 12% menciona que prefiere conocer acerca del calzado mediante la radio, y la otra parte del 8% menciona que prefiere conocer acerca del calzado mediante la televisión, y la parte restante que corresponde al 6% prefiere las revistas.

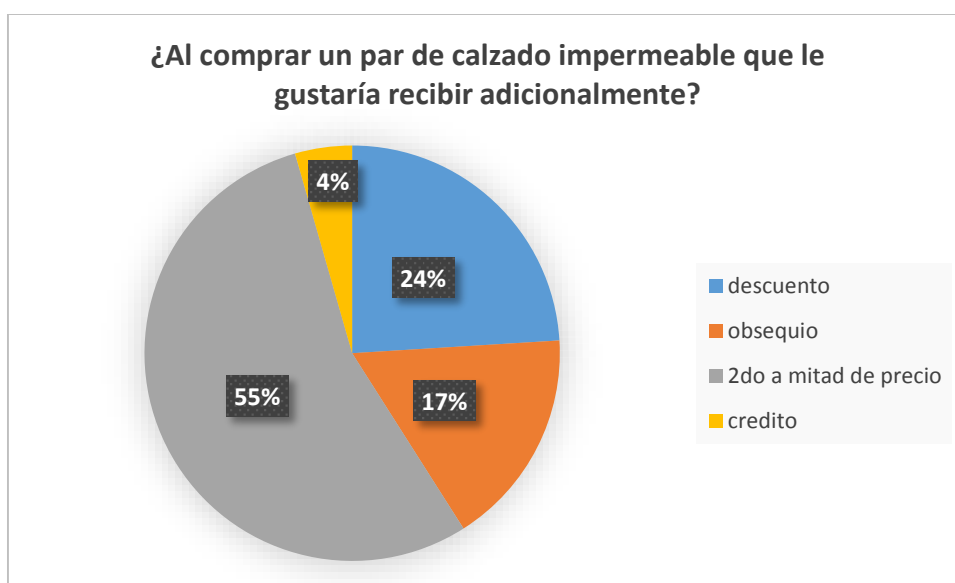
9. ¿Al comprar un par de calzado impermeable que le gustaría recibir adicionalmente?

Tabla N.: 11 Pregunta 9

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
DESCUENTO	92		24%
OBSEQUIO	65		17%
2DO A MITAD DE PRECIO	209		55%
CREDITO	17		4%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 9 Pregunta 9



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que es el 100% del mercado objetivo proyectado, el 55% comentó que prefiere el 2do a mitad de precio, la otra parte que corresponde al 24% menciona que prefiere los descuentos, la otra parte que corresponde al 17% menciona que prefiere algún obsequio, y la otra parte del 4% menciona que prefiere algún tipo de crédito.

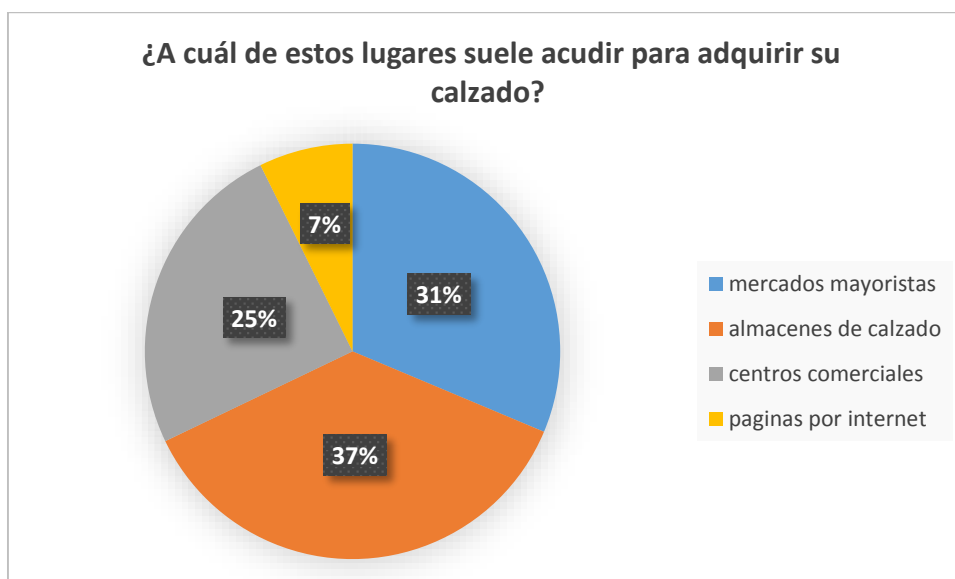
10. ¿A cuál de estos lugares suele acudir para adquirir su calzado?

Tabla N.: 12 Pregunta 10

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
MERCADOS MAYORISTAS	120	30.096	31%
ALMACENES DE CALZADO	140	35.921	37%
CENTROS COMERCIALES	95	24.272	25%
PAGINAS POR INTERNET	28	6.796	7%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 10 Pregunta 10



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que corresponde al 100% del mercado objetivo proyectado, el 37% comento que prefiere comprar en almacenes de calzado, la otra parte que corresponde al 31% menciona que prefiere comprar en mercados mayoristas, la otra

parte que corresponde al 25% menciona que prefiere comprar en centros comerciales, y la otra parte del 7% menciona que prefiere comprar por páginas en internet.

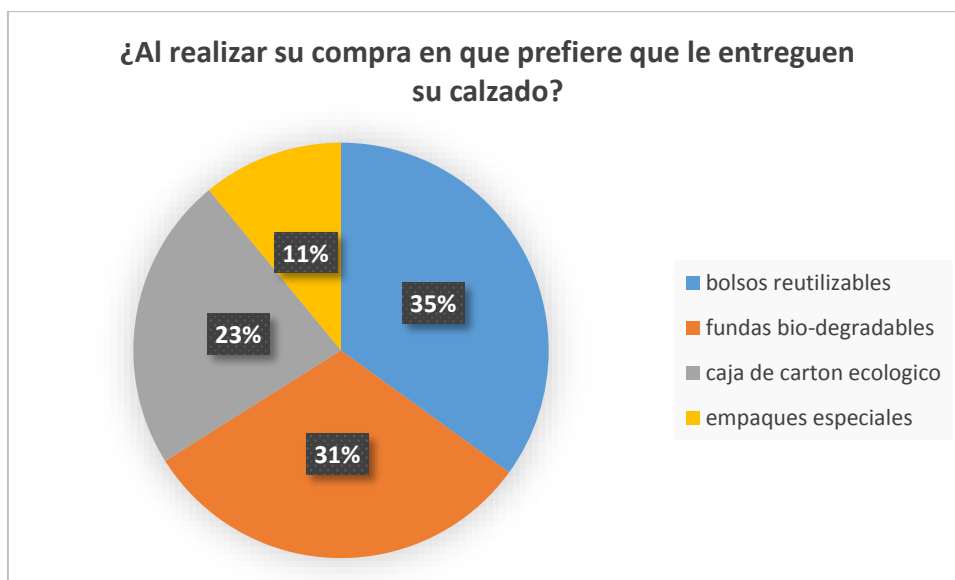
11. ¿Al realizar su compra en que prefiere que le entreguen su calzado?

Tabla N.: 13 Pregunta 11

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
BOLSOS REUTILIZABLES	134	33.980	35%
FUNDAS BIO-DEGRADABLES	119	30.096	31%
CAJA DE CARTON ECOLOGICO	88	22.330	23%
EMPAQUE ESPECIALES	42	10.679	11%
Total	383	97.085	100%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 11 Pregunta 11



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis e interpretación

De un total de 383 personas encuestadas que es el 100% del mercado objetivo proyectado, el 35% comento que prefiere que se le entregue el calzado en bolsos reutilizables, la otra parte que corresponde al 31% menciona que prefiere que se le entregue en fundas biodegradables, la otra parte que corresponde al 23% menciona que prefiere que se le entregue en cajas de cartón ecológicos, y la otra parte del 11% menciona que prefiere los empaques especiales.

3.3. Estudio de la demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios, que el mercado requiere para buscar la satisfacción de una necesidad a un precio determinado. (Rivera &López, 2012)

Por lo que podemos definir que la demanda es la cantidad que el consumidor está dispuesto a adquirir en un precio determinado, en el lugar y momento preciso, donde el bien o servicio adquirido pueda satisfacer sus necesidades en una forma total o parcialmente.

3.3.1. Estudio de la demanda en personas

a) Explicación:

Para el estudio de la demanda lo hicimos a través del total de la población a encuestar.

Tabla N.: 14 Explicación demandada en personas

Año	Mercado Meta	Porcentaje de aceptación	Demanda en personas
2017	97.085	78%	72.813

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

El porcentaje del 78% lo obtuvimos de la información tabulada de la pregunta número 2 en la que 289 personas de 383, dieron una respuesta positiva a la siguiente pregunta: ¿Usted compraría un calzado elaborado con material impermeable?

Análisis

Una vez realizado los cálculos respectivo entre el mercado meta y el porcentaje de aceptación del producto podemos deducir que la demanda en personas para el 2017 son de 72.813 personas estarían dispuestas a comprar un calzado elaborado con material impermeable en la Provincia de Tungurahua.

3.3.2. Estudio de la proyección de la demanda en personas

Para la proyección de demanda en personas se tomó como base la pregunta N.2 ¿Usted compraría un calzado elaborado con material impermeable?

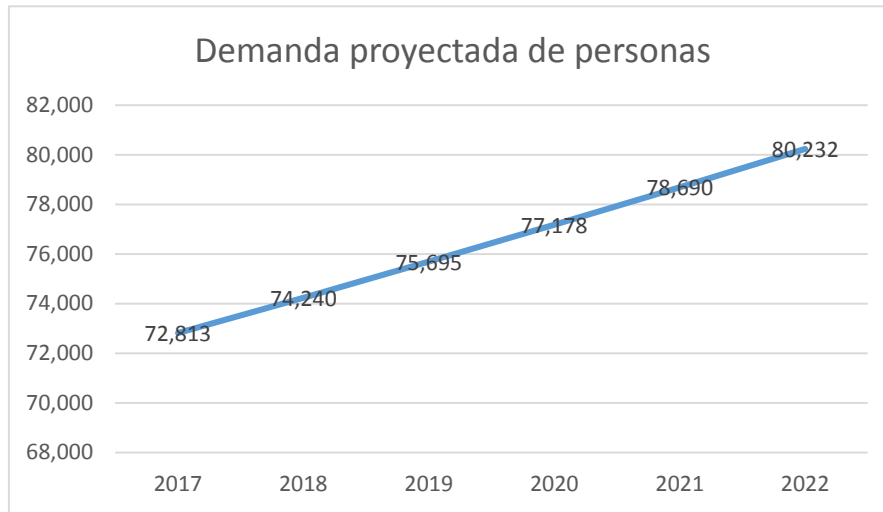
Tabla N.: 15 Cálculo de la proyección de personas

Año	Demanda en personas	TCP
2017	72.813	1.96%
2018	74.24	1.96%
2019	75.695	1.96%
2020	77.178	1.96%
2021	78.69	1.96%
2022	80.232	1.96%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 12 Proyección de la demanda en personas



Elaborado por: Mario Proaño

Análisis:

Para la proyección de la demanda en personas se lo ejecuto mediante la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.96% en hombres según el INEC, en el año 2017 se obtuvo una demanda de 72.813 que comprarían calzado elaborado con material impermeable. Para el 2022 se obtendrá 80.232 personas comprendidas en la edad de 15 a 34 años.

3.3.3. Estudio de la demanda en producto

a. Explicación

Para la demanda de producto nos basamos en la pregunta 7 de la encuesta que fue la siguiente: ¿Cuántos pares de calzado adquiere usted anualmente?

Por lo que se multiplica la demanda de personas de la provincia de Tungurahua para el 2017 que son 72.813, con su porcentaje respectivo así teniendo el valor de la demanda en productos.

b. Calculo

Tabla N.: 16 Estudio de la demanda en productos

Demanda	Cantidad	Porcentaje	Población	Cantidad promedio	Cantidad de compra
72.813	1 a 2	28%	20.387	1,5	30.580
	3 a 4	47%	34.222	3,5	119.777
	5 a 6	19%	13.834	5,5	76.087
	7 o mas	6%	4.368	7	30.576
Total 2017					257.020

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis

Una vez analizado el respectivo calculo según la frecuencia de compra y el mercado meta del año 2017, se puede mencionar que existirá una demanda de productos de 257.020 pares de zapatos impermeables.

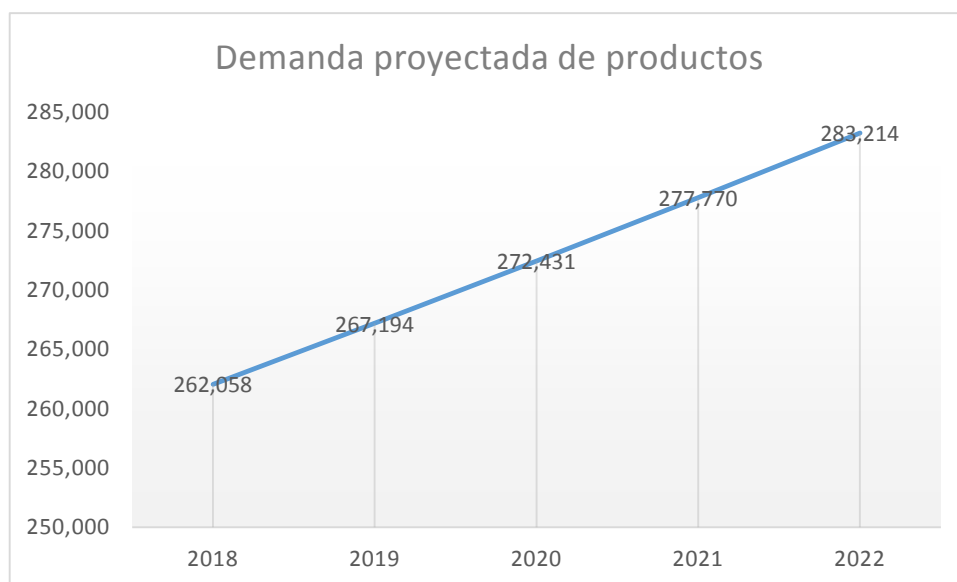
3.3.4. Estudio de la proyección de la demanda en productos

Tabla N.: 17 Proyección de la demanda en productos

Año	Demanda en productos	TCP
2017	257.020	1.96%
2018	262.058	1.96%
2019	267.194	1.96%
2020	272.431	1.96%
2021	277.770	1.96%
2022	283.214	1.96%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 13 Demanda en productos



Elaborado por: Mario Proaño

Análisis:

Para la proyección de la demanda de productos se lo ejecuto mediante la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.96% en hombres según el INEC, en el año 2017 se obtuvo una demanda de 257.020 pares de calzado elaborados con material impermeable. Para el 2022 se incrementara a 283.214 pares de calzado.

3.4. Estudio de la oferta

La oferta son los productos y/o servicios que la empresa pone en el mercado para la disposición de sus clientes a un valor determinado para satisfacer sus necesidades o deseos. (Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, 2013)

Podemos definir a la oferta como la disponibilidad de productos en el mercado para su comercialización a los clientes a un precio y lugar determinado, para que estos puedan satisfacer las necesidades de sus clientes.

3.4.1. Estudio de la oferta de personas

a. Explicación

Para el estudio de la oferta lo hicimos a través del total de la población a encuestar.

Tabla N.: 18 Oferta de personas

Año	Mercado Meta	Porcentaje de No aceptación	Oferta en personas
2017	97.085	22%	10.679

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

El porcentaje del 22% lo obtuvimos de la información tabulada de la pregunta número 2 en la que 42 personas de 383, dieron una respuesta negativa a la siguiente pregunta: ¿Usted compraría un calzado elaborado con material impermeable?

3.4.2. Cálculo de la proyección de la oferta en personas

Para la proyección de demanda en personas se tomó como base la pregunta N.2 ¿Usted compraría un calzado elaborado con material impermeable?

Año	Oferta en personas	TCP
2017	10.679	1.96%
2018	10.888	1.96%
2019	11.101	1.96%
2020	11.318	1.96%
2021	11.540	1.96%
2022	11.766	1.96%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 14 Proyección de la oferta en personas



Elaborado por: Mario Proaño

Análisis

Para la proyección de la oferta en personas se lo ejecuto mediante la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.96% en hombres según el INEC, en el año 2017 se obtuvo una demanda de 10.679 que no comprarían calzado elaborado con material impermeable. Para el 2022 se obtendrá 11.766 personas comprendidas en la edad de 15 a 34 años.

3.4.3. Estudio de la oferta en producto

a. Explicación

Para la oferta de producto nos basamos en la pregunta 7 de la encuesta que fue la siguiente: ¿Cuántos pares de calzado adquiere usted anualmente?

Por lo que se multiplica la demanda de personas de la provincia de Tungurahua para el 2017 que son 10.679, con su porcentaje respectivo así teniendo el valor de la demanda en productos.

b. Calculo

Demanda	Cantidad	Porcentaje	Población	Cantidad promedio	Cantidad de compra
10.679	1 a 2	28%	2.990	1.5	4.485
	3 a 4	47%	5.019	3.5	17.567
	5 a 6	19%	2.029	5.5	11.160
	7 o mas	6%	641	7	4.487
Total 2017					37.699

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis

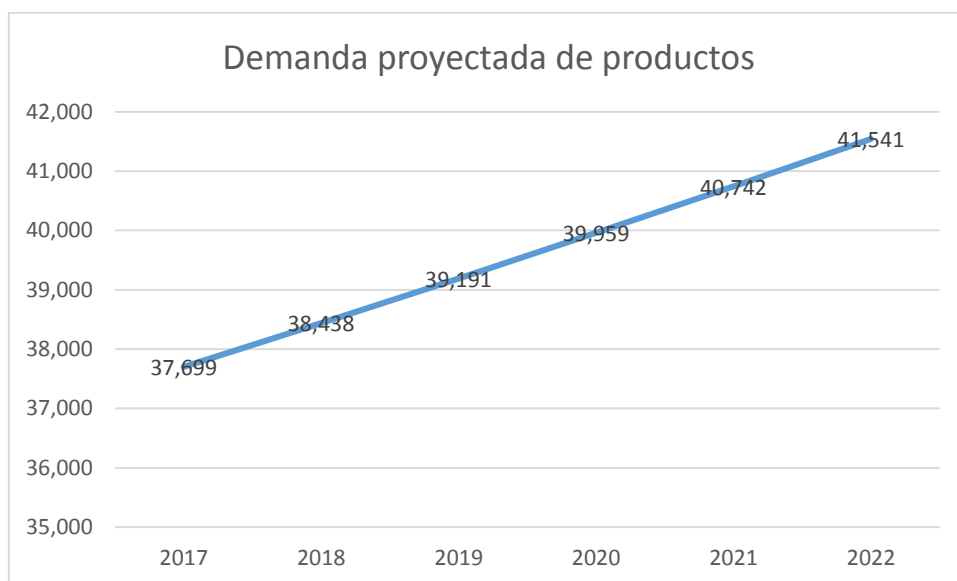
Una vez analizado el respectivo calculo según la frecuencia de compra y el mercado meta del año 2017, se puede mencionar que existirá una oferta de productos de 37.699 pares de zapatos impermeables.

3.4.4. Calculo de la proyección de la oferta en producto

Año	Oferta en productos	TCP
2017	37.699	1.96%
2018	38.438	1.96%
2019	39.191	1.96%
2020	39.959	1.96%
2021	40.742	1.96%
2022	41.541	1.96%

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 15 Proyección de la oferta en productos



Elaborado por: Mario Proaño

Análisis

Para la proyección de la oferta de productos se lo ejecuto mediante la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.96% en hombres según el INEC, en el año 2017 se obtuvo una oferta de 37.699 pares de calzado elaborados con material impermeable. Para el 2022 se incrementara a 41.541 pares de calzado.

3.5. Mercado potencial para el proyecto

Se define al mercado potencial insatisfecho como aquel nicho de mercado que aún no consume el producto que estamos ofertando, ya que posiblemente no tenga las características del segmento al que deseamos vender. (Juan Peláez Avalos, 2009)

En un futuro las empresas podrán cubrir a este mercado a través de la oferta de sus productos y/o servicios que tengan, siempre y cuando estos satisfagan las necesidades y gustos de los clientes.

a. Explicación

Para calcular la demanda potencial insatisfecha se calcula realizando la resta de la demanda de productos con la oferta de productos.

DPI= Demanda de productos – Oferta de productos

b. Calculo

Tabla N.: 19 Demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	DPI
2017	257.020	37.699	219.321
2018	262.058	38.438	223.620
2019	267.194	39.191	227.809
2020	272.431	39.959	232.472
2021	277.770	40.742	237.028
2022	283.214	41.541	241.673

Fuente: propia

Elaborado por: Mario Proaño

Análisis

En base a los datos obtenidos con anterioridad la demanda potencial insatisfecha es de 219.321 personas para el año 2017 ofertando el calzado impermeable. Para el año 2022 la demanda insatisfecha incrementara a 241.673 personas.

3.6. Precios

Los precios deben ser fijados desde un principio por la empresa encargada de vender o comercializar los productos fijando el precio más adecuado para sus clientes. Para determinar el precio se debe tener en cuenta las características y atributos del producto, ya que dependiendo de esto los clientes denominarían al precio como caro o barato. (Rafael Muñoz, 2011)

El precio es una variable importante del marketing mix, esta variable produce ingresos hacia la empresa, por lo tanto es imprescindible el mantener un equilibrio que permita conseguir la aceptación en el mercado y por otra parte un beneficio para la empresa.

Proyección de los precios al año 2022

Explicación

Los precios que se fijó para el calzado impermeable lo obtuvimos de las encuestas antes realizadas, con un precio inicial de \$35.00. El mismo será proyectado para el año 2022 con el cálculo de la tasa de inflación que es de 3.75%. Cedido del Banco Central del Ecuador.

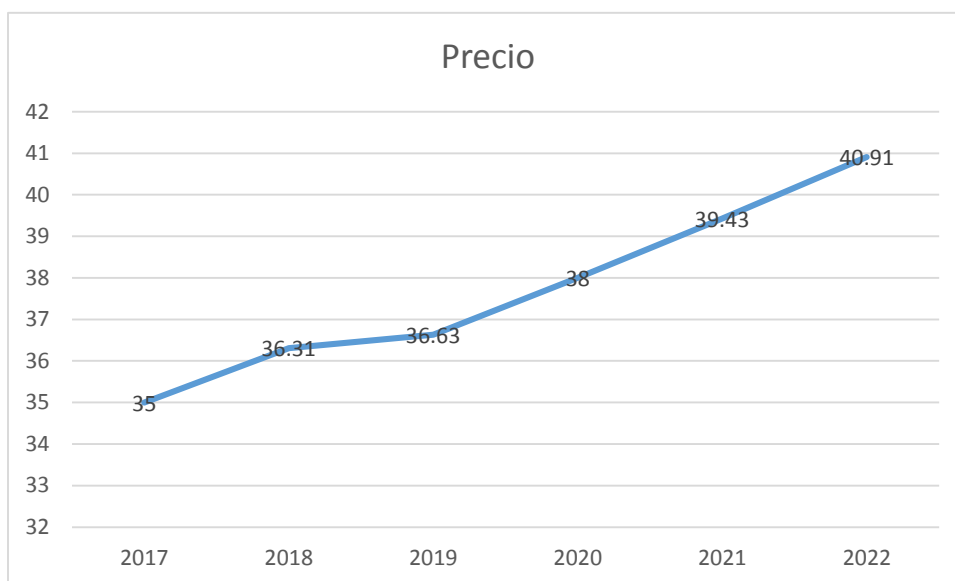
Calculo

Tabla N.: 20 Cálculo del precio

Año	Precio
2017	\$35.00
2018	\$36.31
2019	\$36.63
2020	\$38.00
2021	\$39.43
2022	\$40.91

Elaborado por: Mario Proaño

Grafico N.: 16 Precio



Elaborado por: Mario Proaño

Análisis

El precio inicial para el año 2017 será de \$35,00 para el caldo impermeable, calculando la tasa de inflación de 3.75% obtenido del BCE para el año 2022 el precio será de \$40.91.

3.7. Canales de comercialización

Los canales de comercialización son aquellos donde intervienen organizaciones en el proceso de comercializar el producto hasta su consumidor final. (Stern, Coughlan & Cruz, 2005).

El calzado elaborado con material impermeable que la empresa SANTY pretende sacar al mercado será bajo una patente, su precio de introducción será de 35,00\$. Precio que fue elegido de las encuestas elaboradas.

Este producto entraría al mercado con el precio antes mencionado y sobre todo como un calzado de buena calidad e innovador.

Medios de comunicación:

La publicidad para dar a conocer este calzado se lo realizaría mediante medios masivos, los medios elegidos fueron la radio, internet y prensa escrita, pues estos medios no son de valor elevado y se los puede costear.

Radio:

Es un medio de comunicación donde se envía señales de audio, además de ser el medio más popular de todos, ya que mediante este se puede estar informado en cualquier momento hora y lugar del día. Es un medio muy aceptado dentro del medio publicitario.

Se caracteriza por:

- Llega a tipos específicos de audiencia al ofrecer una programación especializada, el mensaje puede llegar a diferentes partes del país.
- La radio tiene el periodo de cierre más pequeño, en el cual el texto puede presentarse justo a tiempo para que sea transmitido al aire.
- La radio es uno de los medios más económicos, los costos de transmisión son bajos por lo que se los puede repetir varias veces al día o a la semana.

Calzado Santy realizará un spot publicitario promocionando su marca y su calzado, además donde podrán adquirirlo, esto se lo pasara mediante las radios más conocidas en la ciudad en horarios rotativos y de mayor preferencia en las tardes donde el público oyente son los jóvenes y adultos.

Prensa:

La prensa es un elemento importante de la estrategia de comunicación, Este es un medio gráfico y/o impreso, y por un precio no muy elevado se puede transmitir publicidad.

Se caracteriza por:

- La cobertura del mercado es extensa, cuando se desea alcanzar un mercado local o regional este es un medio eficaz en cuanto al costo para adquirirlo.
- Actitudes positivas hacia los periódicos, ya que los lectores perciben los anuncios muy actuales e interesantes, al igual que son fuentes de información con un alto nivel de credibilidad.
- Poseer una gran flexibilidad geográfica.

Calzado Santy utilizará esta propaganda para hacerla masiva en los periódicos, además se dotara de flyers para repartirlos en las principales calles de la Ciudad de Ambato.



Internet:

El internet es ahora considerado como uno de los medios más utilizados para recibir información. Constituye un fenómeno socio cultural de importancia creciente, una nueva manera de entender las comunicaciones que están transformando el mundo.

Se caracteriza por:

- La posibilidad de controlar el público objetivo que se dirigen los mensajes.
- A mayor segmentación, mayor personalización, por lo tanto tenemos mayores posibilidades de incrementar la eficacia del mensaje.

Calzado Santy utilizará esta página en el internet para promocionar toda la variedad de productos que ofrece, sus promociones, donde encontrarlos y sus nuevos productos.



3.8. Canales de distribución

Son los que definen las diferentes formas en que el producto atraviesa desde su fabricación hasta el consumidor final.

La empresa define cuantos intermediarios estarán relacionados entre sí para que el producto llegue a su destino final.

Para esto existen tres tipos de distribución:

Intensiva: se trata de que el producto llegue al mayor número de tiendas posibles.

Exclusiva: se otorga derechos de exclusividad a determinados distribuidores en diferentes territorios.

Selectiva: esta distribución cuenta con un número de distribuidores reducidos.

En el caso del calzado elaborado con material impermeable de la empresa Calzado Santy, se utilizara la distribución intensiva, pues se busca que el producto llegue a un mayor número de tiendas.

3.9. Estrategias de Comercialización

Se especifican en el mercado meta y una mezcla comercial, en el mercado meta se forma un grupo homogéneo de clientes a los que se deben atraer. En la mezcla comercial son variables controladas en la empresa para satisfacer a los consumidores. En la comercialización por metas es una mezcla comercial para poder satisfacer las necesidades de los consumidores, estas estrategias pueden satisfacer a grandes mercados y ganancias. Se pueden tener grupos para las variables de la mezcla comercial, las cuales son plaza en alcanzar las metas del producto adecuado en la plaza del mercado meta, todo producto comprenderá un bien físico, también se debe de abordar en la distribución del producto transportes, las promociones de los productos en el mercado es la información y la venta al cliente esto se refiere la venta personal que es la comunicación de los vendedores y clientes o las ventas masiva que es una comunicación en la cantidad de los clientes al mismo tiempo. El precio debe ser el indicado para que sea accesible a los consumidores, pero también tomar en cuenta a la competencia que está en el mercado. (García M y otros, 2012).

Las estrategias que son detalladas a continuación se aplicarán en la empresa Calzado Santy con el fin de ingresar al mercado, aumentar sus ventas y posicionar la marca en la mente del consumidor.

Estrategia de penetración en el mercado:

Consiste en ampliar la participación de la empresa comercial en los mercados en los que maneja y con los productos existentes. Esta estrategia se puede llevar a cabo incitando que los clientes actuales compren más productos atrayendo a los clientes de la competencia o a clientes potenciales. Desde el punto de vista de las empresas de distribución comercial, esta estrategia consistirá en crecer sobre la base del mismo formato comercial dirigido al mismo mercado, pudiendo desarrollar la misma interna o externamente. (Cuesta P, 2006)

Estrategia de desarrollo del mercado:

Consiste en abarcar nuevos segmentos de mercado para los productos ya existentes. Con el fin de incrementar las ventas mediante la utilización de los medios de comunicación. (Villafaña R, 2012)

Estrategias de desarrollo de productos o servicios:

La meta de esta estrategia es introducir nuevos productos en mercados ya existentes. Esta estrategia requiere el desarrollo de nuevas capacidades y es necesario que la empresa produzca nuevos productos o transforme los actuales para satisfacer necesidades no satisfechas del mercado actual. (Villafaña R, 2012).

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento

Demanda Potencial Insatisfecha

Uno de los factores para determinar el tamaño del proyecto es la demanda potencial insatisfecha, se la denomina a la cantidad de productos que no ha sido incluido en el mercado, y que posiblemente se los consuma en el futuro.

En el estudio de mercado realizado anteriormente, se fijó la cantidad de pares de calzado que las personas de 15 a 34 años adquirieran.

Asimismo, se calculara la cantidad diaria que se deberá realizar para cubrir la demanda potencial insatisfecha.

Disponibilidad del capital

Se denomina capital al elemento necesario para la producción de bienes de consumo que consiste en maquinarias, inmuebles. Así, los llamados bienes de capital son aquellos bienes destinados a la producción de bienes de consumo. Estos tienen que tener el suficiente grado de efectividad para satisfacer necesidades y generar crédito económico. (Pérez J., 2009)

Disponibilidad de Tecnología

Es un factor esencial, ya que se considera al momento de la producción, ayudando en la optimización tiempos y materia prima. Un punto muy importante es que la maquinaria se encuentre en óptimas condiciones, en caso de encontrarse obsoletas o dañadas, la empresa estaría en la obligación de adquirir maquinaria de punta para realizar un calzado que cumpla con todos los estándares de calidad, ya que el cliente se merece lo mejor.

Disponibilidad de Insumos

Los insumos con que se cuenta para la producción de calzado son: la materia prima, mano de obra indirecta y directa. Y todos los materiales que entran de forma indirecta en el calzado.

Tamaño óptimo

Para el tamaño óptimo del proyecto se tomara en cuenta un 11% que representara la demanda total insatisfecha real, esto equivale a 6.579 pares de calzado impermeable para hombres. Esto equivale a 27 pares de calzado al día y 540 pares de calzado al mes.

Año	Demanda potencial insatisfecha	DPI Real 11%	DPI Real Diaria
2017	219.321	6.579	27
2018	223.620	6.708	28
2019	227.809	6.834	28
2020	232.472	6.974	29
2021	237.028	7.110	30
2022	241.673	7.250	30

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Mario Proaño

4.2. Localización

Calzado Santy está ubicado en el cantón Ambato, Provincia de Tungurahua, en la Parroquia Picaihua Tangaiche, Barrio Panecillo. (Km 8 vía a Baños)

Macro localización

País: Ecuador

Región: Sierra

Zona: 3

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

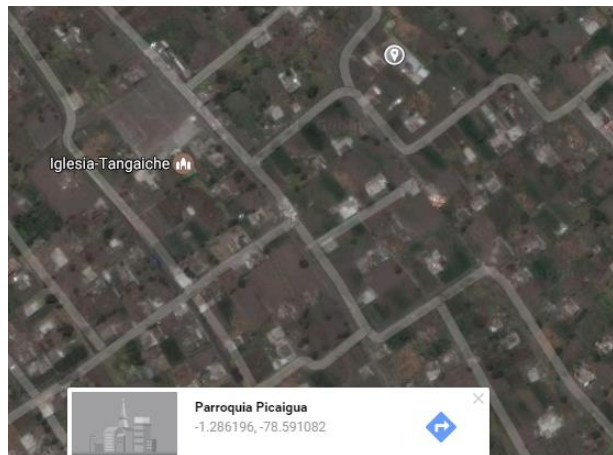


Micro localización

Cantón: Ambato

Parroquia: Picaigua

Sector: Barrio el Panecillo



4.3. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería de proyectos es aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros. (López R., 2014)


Producto

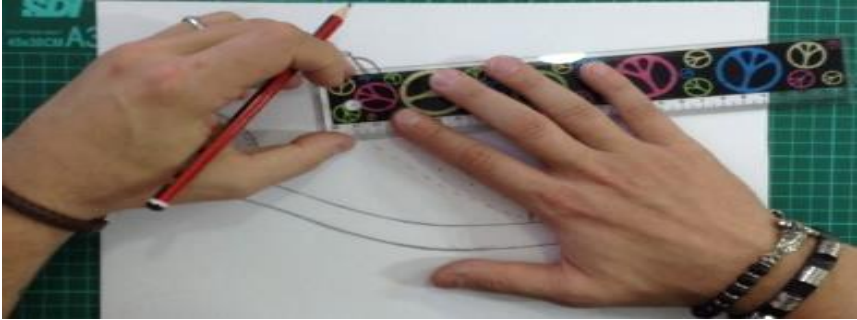

El calzado impermeable está elaborado con un material de lona impermeable, forro interno, y una planta antideslizante. Este modelo utilizara el diseño con cordones, el mismo que le dará un estilo urbano, juvenil, y cómodo.

Proceso

El proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada pasan a ser elementos de salida, tras un proceso en el que se incrementa su valor. (Definiciones, 2011)

Tabla N.: 21 Proceso de producción

N. 1	<p>Actividad: Selección de materia prima</p> <p>Descripción: La selección de materias primas es la primera tarea a realizar en el proceso de producción. Su importancia es tal, que una mala selección de éstos puede dar al traste con el mejor de los procesos.</p> <p>La selección se hace en base a una evaluación de los procesos del proveedor y de los materiales resultantes, siempre que es posible se debe trabajar con empresas y productos con calidad contrastada, homologados y preferiblemente con sellos de calidad. (Ballena W., 2011)</p> <p>Tiempo en minutos: 25</p> <p>Recursos/ Intervención</p>
	

<p>2</p>	<p>Actividad: Diseño</p> <p>Descripción: El diseñador de la empresa SANTY, realizara el diseño del calzado en cartulina como patrón a seguir, mismo que será elaborado y entregado a sus clientes.</p> <p>Tiempo en minutos: 15</p> 
<p>3</p>	<p>Actividad: Corte</p> <p>Descripción: El trabajador una vez ya obtenido el diseño procede al corte manual con mucho cuidado para evitar dañar la materia prima, utilizando estiletes.</p> <p>Tiempo en minutos: 15</p> 

4 Actividad: Destallado

Descripción: Consiste en rebajar las piezas ya cortadas para suavizar el material y mejorar el acabado.

Tiempo en minutos: 5



5 Actividad: Aparado

Descripción: los trabajadores proceden a coser las piezas del calzado antes de poner la suela para establecer el modelo propuesto.

Tiempo en minutos: 20



6 Actividad: Montaje

Descripción: El montaje de cortes a mano, consiste en saber preparar la horma y el corte. Se junta la horma por medio de clavos a la base.

Tiempo en minutos: 20



7 Actividad: Cardado

Descripción: El cardado es el preparativo a la cual se somete el corle, después de colocados el contrafuerte y la trompa. Esto se hace para desbastar y volver áspero el borde del interior, con el fin de obtener un buen montaje del corte.

Tiempo en minutos: 3



8 Actividad: Pegado

Descripción: Se procede a pegar la planta en el calzado manteniendo la horma dentro del mismo para que tome la forma deseada, se espera que se seque totalmente para retirar la horma.

Tiempo en minutos: 5





9 Actividad: Emplantillado

Descripción: el trabajador proceder a implementar la plantilla dentro del calzado utilizando pegamento para fijarlo y así dar suavidad al momento de utilizarlo.

Tiempo en minutos: 1



<p>10</p>	<p>Actividad: Inspección</p> <p>Descripción: el supervisor será el encargado de revisar, verificar y observar que todo el calzado elaborado cumpla con todos los estándares de calidad.</p> <p>Tiempo en minutos: 2</p> 
<p>11</p>	<p>Actividad: Terminado</p> <p>Descripción: los encargados de esta actividad proceden a ubicar los cordones, a limpiar los zapatos y ubicar las respectivas etiquetas.</p> <p>Tiempo en minutos: 10</p> 

12 Actividad: Empacado

Descripción: otro de los encargados guarda los pares de calzado previamente ya limpiados en sus respectivos empaques.

Tiempo en minutos: 5



13 Actividad: Almacenamiento

Descripción: Se traslada el calzado a bodega, dependiendo su clasificación.

Tiempo en minutos: 10



14 Actividad: Entrega

Descripción: el calzado se envía a sus puntos de destino según su pedido.

Tiempo en minutos: 5



Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Balance de materiales

Características de materiales e insumos

Materia prima directa e indirecta

La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final, que mediante un proceso de transformación permiten la confección del producto final, este debe ser perfectamente identificable y medibles. La materia prima indirecta son aquellos materiales que pierden sus propiedades durante el proceso. (González E., 2013)

Tabla N.: 22 Materia prima

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Lona punto fino	1.098	Metros
Plantas	6.579	Pares

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 23 Materiales indirectos

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Bolso reutilizable	6.579	Unidades
Etiquetas adhesivas numéricas	13.158	Unidades

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Insumos

Son aquellos elementos que participan en la elaboración de otros bienes

Tabla N.: 24 Insumos

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Plantillas	6.579	Pares
Entretela	549	Metros
Forro de tela interno	275	Metros
Lápices	12	Unidades
Estiletes	5	Unidades
Repuesto de estiletes	1	Cajas
Borradores	12	Unidades
Hormas de plástico	10	Pares
Cordones	6.579	Pares
Ojalillos	105.264	Unidades
Regla metálica 30 cm	1	Unidad
Cemento de contacto	2	Canecas
Lija gruesa	1	Metro
Hilo poliéster	50	Conos
Guantes	50	Pares
Mascarillas	300	Unidades

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Diagrama de flujo

Un diagrama de flujo es la representación gráfica del flujo o secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución, es decir, viene a ser la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo. (Luis M., 2011)

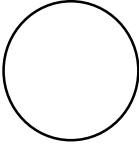
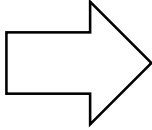

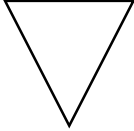
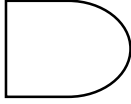
Tabla N.: 25 Diagrama de flujo

CALZADO SANTY									
DIAGRAMA DE FLUJO									
Producto: Calzado impermeable					Inicia en: Compra de materiales				
Fabrica: Calzado SANTY					Termina: Entrega				
Método: Normativa ASME					Elaborado por: Mario Proaño				
Fecha:									
Nº	Actividad	Tiempo (minutos)	Distancia	○	➡	□	▽	D	Observ.
1	Selección de materia prima	25		●					
2	Diseño	15		●					
3	Corte	15		●					
4	Destallado	5		●					
5	Aparado	20		●					
6	Montaje	20		●					
7	Cardado	3		●					
8	Pegado	5		●					
9	Emplantillado	1		●					
10	Inspección	2				●			
11	Terminado	10				●			
12	Empacado	5				●			
13	Almacenamiento	10						●	
14	Entrega	5	1	●	●				
Total		2:21:00	1 metro	10	1	3	1	0	

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 26 Simbología

Símbolo	Representación	Descripción
	Inicio/ fin	Indica el inicio o el fin del flujo del proceso.
	Desplazamiento o transporte	Es movilizar de un sitio a otro el producto para su almacenamiento.
	Inspección	Representa una actividad llevada a cabo en el proceso.
	Almacenamiento	Del producto terminado.
	Demora	Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso.

Elaborado por: Mario Proaño

Periodo operacional de la planta

El periodo operacional de la planta de la empresa SANTY será de 5 años, datos calculados para la proyección.

Capacidad de producción

Se define como el volumen de producción recibido, almacenado o producido sobre una unidad de tiempo, siendo producción el bien que produce la empresa. (Ingenio Empresa, 2016)

También se lo puede definir a La capacidad de producción determina factores como tiempos, unidades, recursos que serán utilizados en la transformación de materiales u objetos en un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta la demanda del mercado, la suficiencia y la disponibilidad de los recursos físicos e intangibles de la empresa. (Antonio A., 2012)

Tabla N.: 27 Capacidad de producción

Producción	Cantidad	DPIREAL
Diaria	27	3%
Mensual	540	3%
Anual	6.480	3%

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

Realizado el estudio notamos que la demanda potencial insatisfecha es de 6.579 pares, la producción diaria dividimos ($6.579 / 240$) así obtuvimos los 27 pares, para calcular la producción mensual multiplicamos ($27 * 20$ días laborables) dándonos un total de 540 pares, y para la producción anual multiplicamos ($540 * 12$ meses) dándonos un total de 6.480 pares a realizarse.

Distribución de maquinarias y equipos

Detalle de las maquinarias y equipos que se utiliza en calzado SANTY

Tabla N.: 28 Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA	
Descripción	Consumo anual
Maquinas aparadores	1
Horno industrial	1
Maquina prensadora	1
Maquina pulidora	1
Compresor	1

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

EQUIPO	
Descripción	Consumo anual
Computadora	1
Impresora	1

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 29 Herramientas

HERRAMIENTAS	
Descripción	Consumo anual
Martillo	1
Estilete	5
Tijeras	2
Cortafríos	2

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 30 Muebles y enseres

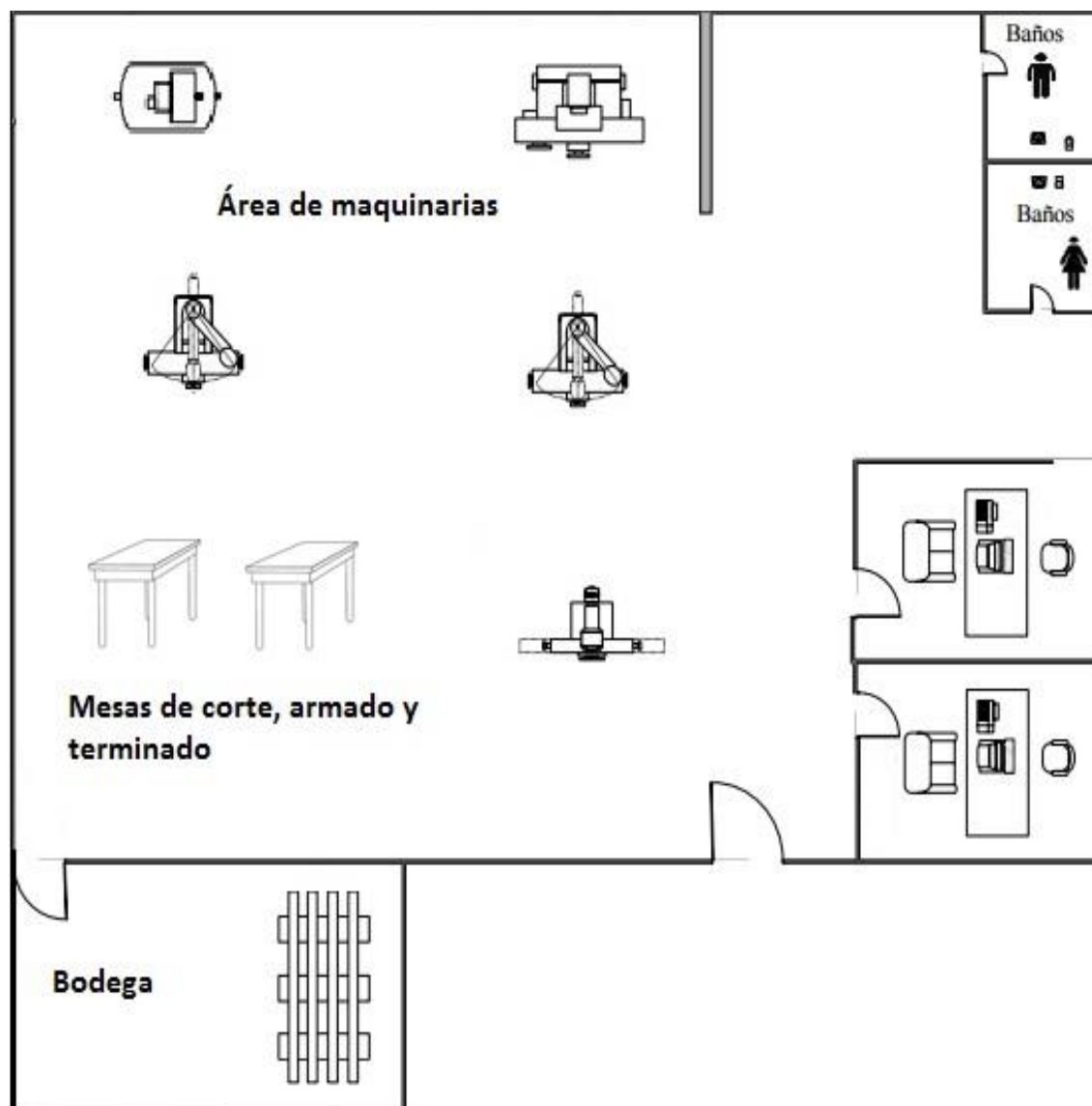
Muebles y enseres	
Descripción	Consumo anual
Mesa de corte grande	1
Sillas	4
Escritorio	2

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño



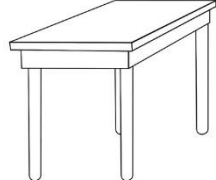

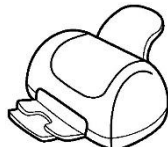
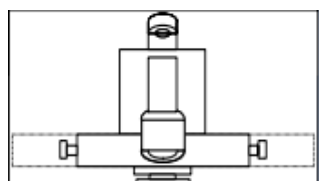
Distribución de los equipos

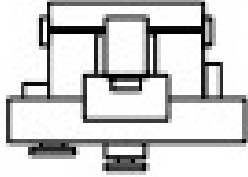
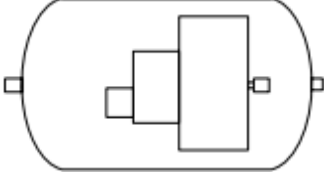

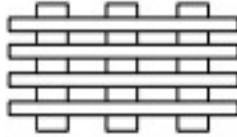

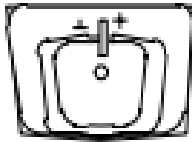
Grafico N.: 17 Distribución de los equipos en Calzado SANTY



Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Simbología	
Imagen	Descripción
	Sillón
	Silla
	Mesa de corte
	Computadora
	Impresora
	Maquina prensadora

	<p>Maquina pulidora</p>
	<p>Máquina de aparar</p>
	<p>Horno</p>
	<p>Bodega</p>
	<p>Inodoro</p>
	<p>Lavamanos</p>

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales

La fábrica de calzado SANTY de propiedad del Sr. Juan Segundo Chaglla, quien se desempeña como gerente propietario. Nace como una empresa artesanal, de giro productora y comercializadora, se inicia legalmente a partir del año 2000, dedicándose a la fabricación de calzado casual, escolar, y deportivo, comprendiendo su grupo objetivo desde los 12 a 65 años, logrando obtener productos de calidad, durabilidad y satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, con materias primas colombianas, teniendo mucha aceptación en el mercado. Esto permitía llegar a todos los estratos sociales.

Con el pasar de años la empresa ha ido cambiando al ritmo impuesto por las grandes empresas y con el afán de mantenerse en el mercado y competir con las mismas, ha sentido la necesidad de buscar proveedores de primera calidad, dentro y fuera del país como: suelas, pegas, forros, y un sinnúmero de insumos que den al producto la jerarquía que merece, logrando obtener una imagen para comercializar fuera de nuestro país. Con la gran experiencia que se ha ido adquiriendo durante todo este periodo y el reconocimiento logrado por la marca debidamente registrada.

Calzado Santy se caracteriza por cumplir y respetar con todos los mínimos legales para que así exista una justa relación laboral y no se quebranten las leyes.

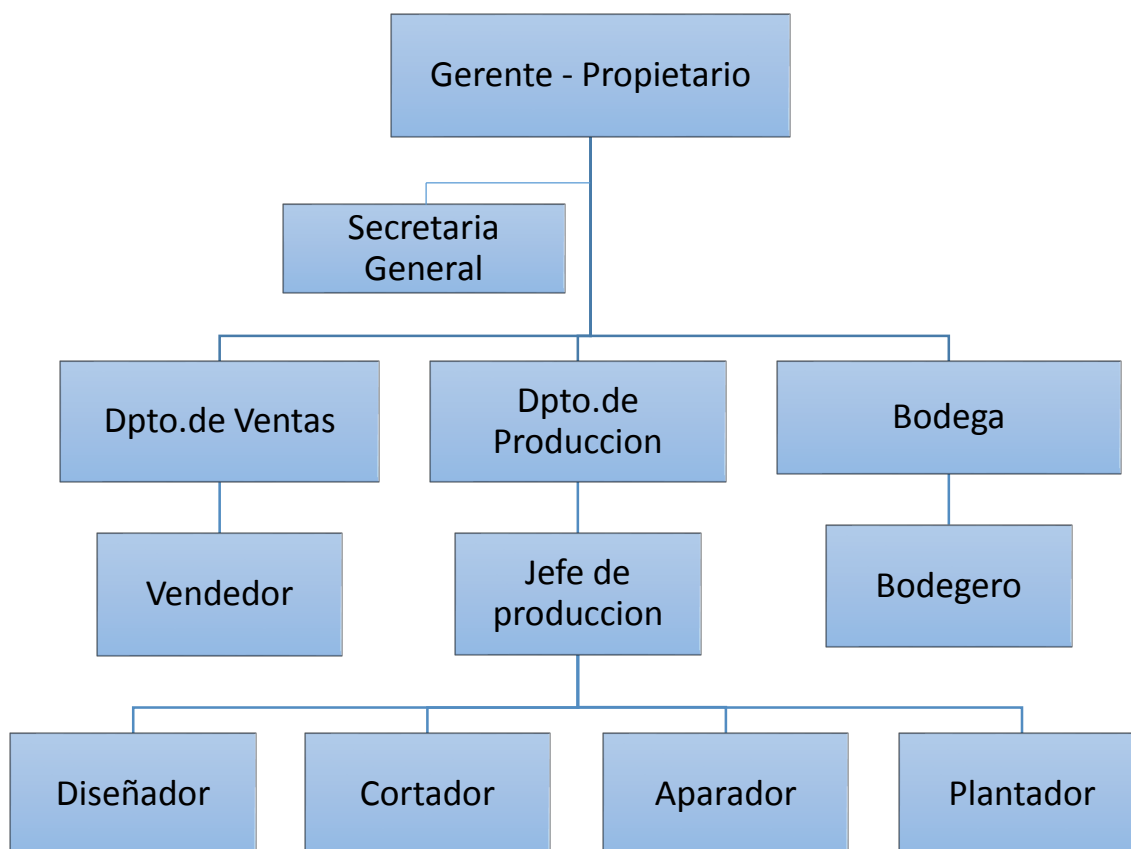
5.2. Diseño organizacional

5.3. Estructura organizativa

Se trata de los diferentes patrones de diseño a seguir para organizar una empresa con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado. (Hernández M., 2012)

A continuación se presenta el Organigrama Estructural y Funcional de Calzado Santy.

Grafico N.: 18 Organigrama estructural Calzado Santy



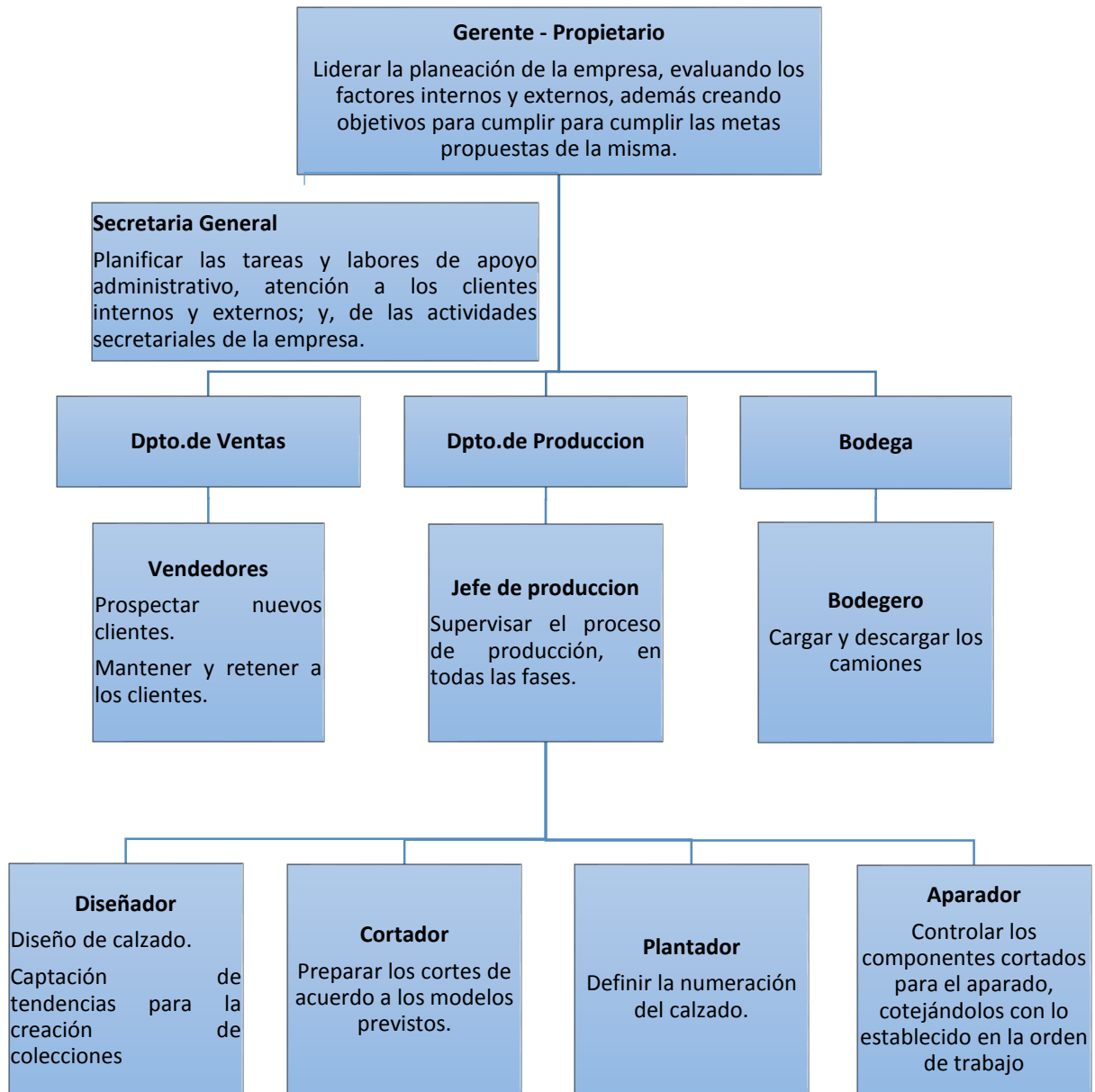
REFERENCIAS	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
LINEA DE AUTORIDAD AUXILIAR 	Mario Proaño	Ing. Santiago Chaglla	10-04-2017

Elaborado por: Mario Proaño

5.4. Estructura Funcional

Se fundamenta en la naturaleza de las acciones a efectuar y se constituye especialmente por departamentos o secciones, en correspondencia con los postulados de la división del trabajo y de las tareas de una empresa. (Uzcategui E., 2010)

Grafico N.: 19 Organigrama funcional Calzado Santy




REFERENCIAS	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
LINEA DE AUTORIDAD AUXILIAR	Mario Proaño	Ing. Santiago Chaglla	10-04-2017

Elaborado por: Mario Proaño

5.5. Manual de Funciones

	CALZADO SANTY THIAGO SHOES MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)	FECHA			
		PÁGINA	1	DE	9
		SUSTITUYE A			
		PÁGINA			
		FECHA			
PUESTO:	Gerente General				
MISIÓN:	Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.				
DEPENDENCIA:	No depende de nadie				
SUBORDINADOS:	Toda la empresa				
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES					
<ul style="list-style-type: none"> • Liderar la planeación de la empresa, evaluando los factores internos y externos, además creando objetivos para cumplir para cumplir las metas propuestas de la misma. • Crear un ambiente llevadero entre todos los colaboradores de la empresa y sobresalga el trabajo en equipo continuamente de esta manera optimizar todos los recursos disponibles. • Implementar una estructura para el desarrollo y crecimiento de la empresa y cumplir con los planes de acción propuestos. • Definir necesidades de personal mediante un buzón de sugerencias consistentes con los objetivos y planes de la empresa. • Ejercer un liderazgo dinámico y participativo para ejecutar los planes y estrategias determinados. • Desarrollar un buen ambiente laboral en todo aspecto que motive positivamente a todos los integrantes de la empresa. • Evaluar continuamente la programación y ejecución de los objetivos propuestos para comparar resultados reales con los planes programados. 					
TÍTULO REQUERIDO					
Título de Tercer Nivel en Administración de Empresas, o afines.					
CONOCIMIENTOS BÁSICOS					
<ul style="list-style-type: none"> • Administración empresarial. • Metodologías de formulación y evaluación de proyectos • Administración empresarial. • Metodologías de formulación y evaluación de proyectos 					
EXPERIENCIA	3 años como profesional				


Elaborado: Mario Proaño	Revisor: Ing. Leonardo Ballesteros	Autorizó: Ing. Santiago Chaglla
----------------------------	---------------------------------------	------------------------------------


	CALZADO SANTY THIAGO SHOES MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)	FECHA			
		PÁGINA	2	DE	9
		SUSTITUYE A			
		PÁGINA			
		FECHA			
PUESTO	SECRETARIA				
MISIÓN: Realizar las acciones y actividades de secretaría, así como, de apoyo administrativo eficiente y eficaz, que coadyuve de manera comprometida y responsable hacia el mejoramiento continuo de la empresa.					
DEPENDENCIA:	Gerente General				
SUBORDINADOS:	Ninguno				
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES					
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar las tareas y labores de apoyo administrativo, del flujo de trámites del área, la atención a los clientes internos y externos; y, de las actividades secretariales de la empresa. • Ejecutar las labores y tareas verificando el cumplimiento de los procedimientos administrativos y operativos internos, así como el manejo del archivo de la correspondencia de entrada y salida. • Manejar las agendas del Gerente General y del Jefe Administrativo - Financiero. • Vigilar el mantenimiento del área física de las oficinas, las mismas que deben conservarse en buen estado. • Colaborar en el control y pago de los servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, teléfono, servicios de Internet y prensa) utilizado en la Empresa. • Elaborar cartas, oficios e informes para unidades internas de la Empresa, así como para otras entidades relacionadas con la actividad del mismo, que requiera el personal de esta Empresa. • Organizar, mantener y responder por el adecuado manejo del archivo, conservando el orden numérico de la correspondencia que sale o ingresa de la Gerencia General. • Brindar atención personalizada y /o mediante vía telefónica a trabajadores y visitantes. 					
TITULO REQUERIDO Secretariado ejecutivo					
CONOCIMIENTOS BÁSICOS Conocimientos sobre procesos administrativos					
EXPERIENCIA	Mínimo 1 año				

Elaborado: Mario Proaño	Revisor: Ing. Leonardo Ballesteros	Autorizó: Ing. Santiago Chaglla
----------------------------	---------------------------------------	------------------------------------

	CALZADO SANTY THIAGO SHOES MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)	FECHA			
		PÁGINA	3	DE	9
		SUSTITUYE A			
		PÁGINA			
PUESTO:		Vendedor			
MISIÓN: Utilizar todas sus capacidades inherentes y adquiridas para vender de forma rentable en la organización.					
DEPENDENCIA:		Gerente			
SUBORDINADOS:		Ninguno			
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES					
<ul style="list-style-type: none"> • Prospectar nuevos clientes. • Mantener y retener a los clientes. • Incrementar las compras de los clientes actuales. • Conocer el mercado de sus clientes • Organizar, planificar y ejecutar sus objetivos. • Formarse constantemente en las técnicas necesarias para su labor. • Dar servicio a sus clientes. • Administrar eficientemente su cartera de clientes. • Informar sobre el mercado. 					
TÍTULO REQUERIDO Título en Marketing y Gestión de Negocios					
CONOCIMIENTOS BÁSICOS Conocimiento de los productos Conocimiento del mercado					
EXPERIENCIA		Mínimo 1 año			

Elaborado: Mario Proaño	Revisor: Ing. Leonardo Ballesteros	Autorizó: Ing. Santiago Chaglla
----------------------------	---------------------------------------	------------------------------------

	CALZADO SANTY THIAGO SHOES MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)	FECHA				
		PÁGINA	4	DE	9	
		SUSTITUYE A				
		PÁGINA				
		FECHA				
PUESTO:	Diseñador					
MISIÓN:						
Diseñar los modelos de colecciones, de acuerdo a las exigencias de los clientes.						
DEPENDENCIA:	Jefe de producción					
SUBORDINADOS:	Cortador, Plantador, Aparador y Acabado					
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES						
<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de calzado. • Captación de tendencias para la creación de colecciones, • Elaborar patrones y maquetas de nuevos modelos • Organizar y gestionar técnicamente los procesos de producción • Supervisión de muestrarios • Asistencia a ferias de calzado • Selección de materiales • Dibujo de modelos, elección de coloridos y tejidos • Realización de fichas técnicas y seguimiento del prototipo y muestra 						
TITULO REQUERIDO:						
Diseñador técnico de calzado						
CONOCIMIENTOS BÁSICOS						
<ul style="list-style-type: none"> • Diseño técnico de calzado y complementos. • Elaboración de prototipos. 						
Experiencia:						
<ul style="list-style-type: none"> • Un año mínimo 						
Elaborado:		Revisor:		Autorizó:		
Mario Proaño		Ing. Leonardo Ballesteros		Ing. Santiago Chaglla		


	CALZADO SANTY THIAGO SHOES		FECHA			
			PÁGINA	5	DE 9	
			SUSTITUYE A			
			PÁGINA			
		MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)		FECHA		
PUESTO:	Cortador					
MISIÓN:						
Preparar los materiales para la confección del calzado y distribución de los mismos a los obreros.						
DEPENDENCIA:	Diseñador					
SUBORDINADOS:	Ninguno					
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES						
<ul style="list-style-type: none"> • Preparar los cortes de acuerdo a los modelos previstos. • Cortar el material en forma precisa y uniforme • Conocer y seleccionar materiales e insumos según requerimientos técnicos del producto • Cortar el cuero dependiendo la realización del calzado • Cortar los materiales en función a la orden de diseño. • Realizar el corte respetando la secuencia de la escala gradual (del número mayor al menor). • Revisar el tipo de materiales a utilizarse 						
TITULO REQUERIDO:						
Mínimo Bachiller						
CONOCIMIENTOS BÁSICOS						
<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de cortados • Calidades de cuero y lona 						
Experiencia:	Mínimo 6 meses					

Elaborado: Mario Proaño	Revisor: Ing. Leonardo Ballesteros	Autorizó: Ing. Santiago Chaglla
----------------------------	---------------------------------------	------------------------------------


	CALZADO SANTY THIAGO SHOES	FECHA			
		PÁGINA	6	DE	9
	MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)	SUSTITUYE A			
		PÁGINA			
		FECHA			
PUESTO:	Plantador				
MISIÓN:					
Efectuar el plantado correspondiente a la horma.					
DEPENDENCIA:	Diseñador				
SUBORDINADOS:	Ninguno				
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES					
<ul style="list-style-type: none"> • Definir la numeración del calzado. • Cuidar que el plantado sea adecuado para el siguiente proceso. • Revisar periódicamente si el troquelado de las plantas están bien • Dar aviso a su superior si existe falta de materiales • Revisar sus implementos de trabajo necesarios • Revisar si la maquinaria está en buen estado para utilizarse • Verificar la calidad de la planta que se está utilizando • Adherir la planta al modelo establecido en la horma • Realizar el proceso de calentamiento y enfriamiento de la planta 					
TÍTULO REQUERIDO:					
Mínimo Bachiller					
CONOCIMIENTOS BÁSICOS					
Ninguno					
Experiencia:	Ninguno				

Elaborado: Mario Proaño	Revisor: Ing. Leonardo Ballesteros	Autorizó: Ing. Santiago Chaglla
----------------------------	---------------------------------------	------------------------------------

	CALZADO SANTY THIAGO SHOES MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)	FECHA			
		PÁGINA	7	DE	9
		SUSTITUYE A			
		PÁGINA			
		FECHA			
PUESTO:	Aparador				
MISIÓN: Controlar las tareas del aparato, verificando que la calidad de los procesos y de los resultados se ajuste a los requerimientos del producto.					
DEPENDENCIA:	Diseñador				
SUBORDINADOS:	Ninguno				
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES					
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar los componentes cortados para el aparato, cotejándolos con lo establecido en la orden de trabajo. • Ensamblar las piezas cortadas, respetando la secuencia y aplicando las técnicas de acuerdo al modelo, para su posterior costura. • Controlar los componentes cortados para el aparato según lo establecido en la orden de trabajo. • Reconocer las partes del calzado y sus componentes, relacionándola con los materiales utilizados. • Aplicar técnicas para ensamblar los distintos cortes que componen el aparato, respetando la secuencia y características del modelo. • Manipular las piezas preservando los materiales de roces y rasgaduras. • Comunicar el estado del proceso y reclamar faltantes al sector correspondiente • Resolver las contingencias que surjan en el proceso de preparación. 					
TÍTULO REQUERIDO: Mínimo Bachiller					
CONOCIMIENTOS BÁSICOS <ul style="list-style-type: none"> • Realización del calzado • Conocimiento de las partes del calzado 					
Experiencia:	Mínimo 1 año				
Elaborado: Mario Proaño		Revisor: Ing. Leonardo Ballesteros		Autorizó: Ing. Santiago Chaglla	

	CALZADO SANTY THIAGO SHOES MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)	FECHA				
		PÁGINA	8	DE	9	
		SUSTITUYE A				
		PÁGINA				
		FECHA				
PUESTO:	Jefe de producción					
MISIÓN:						
Su misión principal será responsabilizarse de la coordinación y planificación de todas las actividades relacionadas con la producción						
DEPENDENCIA:	Gerente					
SUBORDINADOS:	Diseñador, Cortador, Plantador, Aparador y Acabado.					
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES						
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el proceso de producción, en todas las fases. • Vigilar que el proceso en la elaboración del calzado cumpla con la planificación • Establecer el control de calidad de cada lote de producción • Revisa el desempeño del personal así como el de la maquinaria y equipo de trabajo. • Analiza todos los fallos o imprevistos durante la producción y los soluciona, • Se ocupa de supervisar el personal, del proceso de producción y las materias primas. • Estar a cargo del correcto funcionamiento y de que se cumpla el plan de trabajo • Coordinar y revisar la elaboración, actualización y cumplimiento de los procedimientos básicos de operación y técnicas de fabricación. 						
TÍTULO REQUERIDO:						
Título en Ingeniería Industrial						
CONOCIMIENTOS BÁSICOS						
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de maquinaria • Manejo de Utilitarios (Word, Excel). 						
Experiencia:	Mínimo 2 años					

Elaborado: Mario Proaño	Revisor: Ing. Leonardo Ballesteros	Autorizó: Ing. Santiago Chaglla
----------------------------	---------------------------------------	------------------------------------

	CALZADO SANTY THIAGO SHOES MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)	FECHA				
		PÁGINA	9	DE	9	
		SUSTITUYE A				
		PÁGINA				
		FECHA				
PUESTO:	Bodeguero					
MISIÓN:						
Dirigir, controlar, planear organizar y supervisar las actividades en materia de recepción, y acomodo de mercancías.						
DEPENDENCIA:	Almacén					
SUBORDINADOS:	Ninguno					
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES						
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el inventario físico de mercancías. • Controlar los productos y mercancías que se ubican en el almacén. • Elaborar las requisiciones para su envío al almacén central, así como las devoluciones • Llevar a cabo el control de entradas y salidas de mercancías de almacén. • Mantener limpio los lugares de almacenamiento del producto • Almacenar el calzado de forma organizada y eficiente • Pasar un informe semestralmente si está bien el espacio físico que tiene la bodega • Cargar y descargar los camiones • Llevar el producto terminado desde producción a bodega. 						
TÍTULO REQUERIDO:						
Mínimo Bachiller						
CONOCIMIENTOS BÁSICOS						
Manejo de Excel y Word						
Experiencia:	Ninguno					

Elaborado: Mario Proaño	Revisor: Ing. Leonardo Ballesteros	Autorizó: Ing. Santiago Chaglla
----------------------------	---------------------------------------	------------------------------------

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Inversiones en Activos Fijos Tangibles

Los Activos Fijos Intangibles son aquellos que están formados por todos los bienes y propiedades tangibles, que no se destinará a la especulación del dinero, sino al uso interno dentro de la entidad. Se constituye por todos aquellos bienes y derechos de la entidad que tiene cierta permanencia o fijeza y se han adquirido con el propósito de usarlos y no de venderlos; cuando estos se encuentren en malas condiciones o no presten un servicio efectivo, estos podrán ser vendidos o sustituidos, incluso hasta darlos de baja. (García J., 2009)

Tabla N.: 31 Inversión en máquinas

MAQUINARIA			
Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Maquinas aparadores	4	\$1.500,00	\$6.000,00
Horno industrial	1	\$2.500,00	\$2.500,00
Maquina prensadora	1	\$2.300,00	\$2.300,00
Maquina troqueladora	1	\$4.200,00	\$4.200,00
Maquina pulidora	1	\$2.800,00	\$2.800,00
Compresor	1	\$220,00	\$220,00
Total		\$13.520,00	\$18.020,00

Fuente: Calzado SANTY
Elaborado por: Mario Proaño

EQUIPO			
Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Computadora	1	\$650,00	\$650,00
Impresora	1	\$220,00	\$220,00
Total		\$870,00	\$870,00

Fuente: Calzado SANTY
Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 32 Herramientas

HERRAMIENTAS			
Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Martillo	5	\$5,00	\$25,00
Estilete	5	\$1,40	\$7,00
Tijeras	2	\$15,00	\$30,00
Cortafríos	2	\$4,60	\$9,20
Total		\$26,00	\$71,20

Fuente: Calzado SANTY
Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 33 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Mesa grande (corte y armado)	2	\$350,00	\$700,00
Mesa de diseño	1	\$220,00	\$220,00
Sillas	6	\$25,00	\$150,00
Escritorio	2	\$250,00	\$500,00
Total		\$845,00	\$1.570,00

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

VEHICULO			
Vehículo	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Vehículo	1	\$15.000	\$15.000
Total		\$15.000	\$15.000

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 34 Total Activos Fijos Tangibles

Activo Fijo	Valor
Maquinaria	\$18.020,00
Equipo	\$870,00
Herramientas	\$71,20
Muebles y enseres	\$1.570,00
Vehículo	\$15.000
Total	\$35.531,20

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

La empresa SANTY, en su creación ha invertido alrededor de \$35.531,20. Este dinero está distribuido en maquinaria con un valor de \$ 18.020,00 en la que se incluye las máquinas de producción, en los equipos se ha invertido \$870,00, en lo que son herramientas para la producción, se ha invertido \$71,20, en muebles y enser\$18.020,00es se ha realizado una inversión de \$1.570,00, también se ha hecho una inversión de \$15.000,00, en la compra de una camioneta para transportar el calzado a su punto final.

La mayor inversión se ha realizado en la compra de maquinaria para producir el calzado impermeable.

6.2. Inversiones en Activos Fijos Intangibles

Son aquellos activos no cuantificables físicamente, inmateriales, pero que producen o pueden producir un beneficio a la entidad, cuya vida es superior a un año a partir del momento que les dio origen, amortizándose con cargo a gastos en ejercicios posteriores. Este rubro incluye bienes que, si bien tienen características inmateriales, implican un derecho o privilegio que posibilita reducir costos o mejorar la calidad de servicios o productos, tales como: patentes, marcas, derecho de autor, concesiones, franquicias, licencias, beneficios inherentes a las políticas ambientales, actividades de investigación y desarrollo, etc. (Horngren Ch., 2010)

Activos Diferidos

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos. (Colín J., 2008)

Total de activo diferido

ACTIVO DIFERIDO	
Publicidad y propaganda	\$1.300,00
Total	\$1.300,00

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

La empresa Calzado SANTY realiza una inversión en publicidad y propaganda con un valor de \$1.300,00, con el fin de transmitir e impregnar la marca en el mercado.

6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

En las inversiones de capital de trabajo se considera los activos corrientes como los inventarios, cuentas por cobrar, efectivo en la cuenta de caja y las cuentas de los pasivos circulantes como las cuentas y documentos por pagar esto nos ayudará a tener un equilibrio entre rentabilidad y riesgo. (Gitman L., 2005)

Caja:

Es la cuenta a través de la cual se controla el efectivo disponible que se encuentra en poder de la empresa, dentro de las instalaciones de la misma. (Brock H., 2011).

La empresa SANTY cuenta en caja con \$ 600,00

Bancos:

Un banco es una institución de tipo financiero que, por un lado, administra el dinero que les deja en custodia sus clientes y, por el otro, utiliza éste para prestárselo a otros individuos o empresas aplicándoles un interés. (Toro B., 2014)

La empresa de Calzado SANTY, posee en el banco \$ 700,00

Inventario:

El inventario nos sirve para llevar un control de los insumos que se encuentren en la empresa. Estos reportes generalmente se llenan ara el control de entrada y salida de insumos en una oficina, empresa etc. Para mantener todo en orden y conservar una producción laboral elevada. (Toro B., 2014)

Ecuación 1: Inventario

$$\text{Inventario} = \text{Lote económico} * \text{Precio}$$

$$\text{Inventario 1} = 1.195,92 * 4,00$$

$$\text{Inventario 2} = 325,71 * 9$$

$$\text{Inventario 1} = \$ 4.783,68$$

$$\text{Inventario 2} = \$2.931,39$$

$$\text{Total de inventario} = \$ 7.715,07$$

Lote económico

Ecuación 2: Lote económico

$$\text{Lote económico} = \sqrt{\frac{2*F*U}{C*P}}$$

Donde:

LE: Cantidad Óptima que se requiere de materia prima

2: Constante

F: Costo de colocar y recibir una orden de compra

U: Consumo anual de unidades de materia prima

C: Tasa pasiva referencial (5,75 % Banco Central del Ecuador 2016)

P: Precio unitario de compra

Calculo de lote económico 1

$$\text{Lote económico} = \sqrt{\frac{2*F*U}{C*P}}$$

$$\text{Lote económico} = \sqrt{\frac{2*25*1.098}{0.0575*9}}$$

$$\text{Lote económico} = \sqrt{\frac{54.900}{0,5175}}$$

$$\text{Lote económico: } \sqrt{106.086,96}$$

Lote económico: 325,71 → cantidad óptima que se requiere

Calculo de lote económico 2

$$\text{Lote económico} = \sqrt{\frac{2*F*U}{C*P}}$$

$$\text{Lote económico} = \sqrt{\frac{2*25*6.579}{0.0575*4}}$$

$$\text{Lote económico} = \sqrt{\frac{328.950}{0,23}}$$

$$\text{Lote económico: } \sqrt{1430217,39}$$

Lote económico: 1.195,92 → cantidad óptima que se requiere

Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar constituyen el crédito que la empresa concede a sus clientes a través de una cuenta abierta en el curso ordinario de un negocio, como resultado de la entrega de artículos o servicios. (Anónimo, 2008)

Ecuación 3: Cuentas por cobrar

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\text{ventas anuales}}{360} * \text{periodo promedio de recuperación}$$

Dónde:

VA= Ventas anuales (DPI REAL * el precio)

360= Año comercial

30= Periodo promedio de recuperación

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{230265}{360} * 30$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = 639,625 * 30$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \$19.188,75$$

Para calcular el periodo promedio de recuperación, lo realizamos a través del número de días que la empresa SANTY recupera sus créditos entregados, que son 15,30 y 45 días.

$$PPR = (15+30+45)/3$$

PPR: 30

Tabla N.: 35 Total de Activos Circulantes

ACTIVO CIRCULANTE	
Caja	\$600,00
Bancos	\$700,00
Inventario	\$7.715,07
Cuentas por cobrar	\$19.188,75
Total	\$28.203,82

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

Con respecto a calzado Santy se puede apreciar que tiene \$1.300,00 disponible y girables en cualquier momento que se requiera para gastos imprevistos y pequeños de la empresa, por otra parte tiene un inventario de \$7.715,07, y en cuentas por cobrar contamos con \$19.188,75, siendo este el valor que la empresa debe recuperar en un periodo determinado.

Pasivo Circulante o Corriente

El pasivo corriente o pasivo circulante es la parte del pasivo que contiene las obligaciones a corto plazo de una empresa, es decir, las deudas y obligaciones que tienen una duración menor a un año. Por ello, también se le conoce como exigible a corto plazo. (Bahillo M., 2013).

Ecuación 4: Pasivo Corriente

$$\text{Tasa circulante} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$2.5 = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Pasivo corriente} = \frac{28.203,82}{2,5}$$

$$\text{Pasivo corriente} = \$ 11.281,53$$

La tasa circulante es de 2.5 este valor esta ya establecido por el Banco central del Ecuador.

Interpretación:

En síntesis luego de realizar el cálculo tenemos que el pasivo corriente es de \$ 11.281,53, que lo obtenemos del total del activo corriente dividido para la tasa circulante que es de 2.5 mencionada anteriormente, de esta forma nos damos cuenta que la empresa no posee una considerable deuda a terceros.

Capital de Trabajo

El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio. (Sundem G., 2006).

Ecuación 5: Capital de Trabajo

$\text{Capital de trabajo} = \text{total activo corriente} - \text{total pasivo corriente}$

$$\text{Capital de trabajo} = \$28.203,82 - \$11.281,53$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$16.922,29$$

Interpretación:

Calzado SANTY tiene el valor de \$16.922,29 en capital de trabajo, lo que significa que puede funcionar normalmente con cada una de sus actividades de producción y comercialización, estos valores son estimados a corto plazo.

6.4. Resumen de las inversiones

Ecuación 6: Inversión inicial

$$\text{Inversión inicial} = \text{Activo Fijo} + \text{Activo Diferido} + \text{Capital de Trabajo}$$

$$\text{Inversión inicial} = \$35.531,20 + \$1.300 + \$16.922,29$$

$$\text{Inversión inicial} = \$53.753,49$$

Interpretación:

Calzado Santy posee una inversión inicial de \$53.753,49, este se obtiene de la suma de los activos fijos, los activos diferidos y por el capital de trabajo.

6.5. Financiamiento:

El financiamiento es el acto mediante el cual una organización se dota de dinero. La adquisición de bienes o servicios es fundamental a la hora de emprender una actividad económica, por lo que el financiamiento es un paso insoslayable a la hora de considerar un emprendimiento de cualquier tipo. (Enciclopedia de clasificaciones, 2017)

Tabla N.: 36 Financiamiento

Fuente de financiamiento	Monto	% de aportación a las fuentes
Capital propio	\$32.753,49	60.93%
Institución financiera	\$21.000,00	39.07%
Total	\$53.753,49	100%

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

La empresa de calzado SANTY, contara con un capital propio de \$32.753,49, lo que equivale al 60.93%, y por otra parte se lo financiara con un préstamo de \$21.000,00 lo que equivale al 39.07%.

Con el conocimiento de varias instituciones financieras, hemos optado por el Banco de Pichincha, como mejor opción por ser una institución sólida y solvente, la cual nos brindara una tasa anual del 11.83%, con un plazo de 48 meses.

6.6. Plan de inversión

Un Plan de Inversiones es un modelo sistemático, unos pasos a seguir, con el objetivo de guiar nuestras inversiones (actuales o futuras) hacia un camino más seguro. El plan de inversiones es fundamental para reducir riesgos a la hora de invertir. (Macchia J., 2011).

Tabla N.: 37 Plan de inversión

Inversión	Valor	Valor %
Activos fijos	\$35.531,20	66.10%
Activo diferido	\$1.300,00	2.42%
Capital de trabajo	\$16.922,29	31.48%
TOTAL DE INVERSION	\$53.753,49	100%
Financiamiento recursos propios	\$32.753,49	60.93%
Financiamiento institución financiera	\$21.000,00	39.07%
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$53.753,49	100%

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

Calzado SANTY, cuenta con una inversión del 5.78% en activos fijos, en activos diferidos cuenta con el 15.51%, y en el capital de trabajo cuenta con el 41.75%, estas serán financiadas con un capital propio del 62.99% y con el financiamiento de una institución del 37.01%.

6.7. Presupuesto de Costos e Ingresos

Costo de producción: Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. (Ardanaz M., 2011)

Costo de materia prima: Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar y cuantificar, unitariamente, “a simple vista” con los productos terminados. (Rincón S., 2011)

Costo de mano de obra: Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados y se compone de los salarios devengados por operarios. (Rincón S., 2011)

Costos indirectos de fabricación: Llamados también costos indirectos, gastos de fabricación, gastos indirectos de producción o cargos indirectos. Es el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican o cuantifican plenamente con los productos terminados. (Rincón S., 2011)

Tabla N.: 38 Materia prima

Material	Cantidad anual	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total
Lona	1.098	Metros	\$9,00	\$9.882,00
Plantas	6.579	Pares	\$4,00	\$26.316,00
Total			\$13.00	\$36.198,00

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 39 Materiales indirectos

Material	Cantidad anual	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total
Bolso reutilizable	6.579	Unidades	\$1,50	\$9.868,5
Etiquetas adhesivas numéricas	13.158	Unidades	\$0.02	\$263,16
Total			\$1.52	\$10.131,66

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 40 Insumos

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total
Plantillas	6.579	Pares	\$0,65	\$4.276,35
Entretela	549	Metros	\$5,00	\$2.745,00
Forro de tela interno	275	Metros	\$6,00	\$1.650,50
Lápices	12	Unidades	\$0,35	\$4.20
Estiletes	5	Unidades	\$1.40	\$7.00
Repuesto de estiletes	1	Cajas (30 u)	\$22,50	\$22,50
Borradores	12	Unidades	\$0,30	\$3.60
Hormas de plástico	10	Pares	\$18,50	\$185,00
Cordones	6.579	Pares	\$0,08	\$526.32

Ojalillos	106	Cajas (1000 u.)	\$8,00	\$848,00
Regla metálica 30 cm	1	Unidad	\$0,50	\$0,50
Cemento de contacto	42	Canecas	\$40,00	\$80,00
Lija gruesa	1	Metro	\$1,30	\$1,30
Hilo poliéster	50	Conos	\$8,00	\$400,00
Guantes	50	Pares	\$1,18	\$59,00
Mascarillas	300	Unidades	\$0,12	\$36,00
Total			\$113,88	\$10.845,27

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Depreciación y amortización

Amortización es la distribución sistemática del importe amortizable de un activo intangible durante los años de su vida útil. (Niño M., 2011)

Depreciación es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil. (Niño M., 2011)

Tabla N.: 41 Cargo depreciación y amortización

Depreciación		
Descripción	Valor	Valor depreciación
Maquinaria	\$18.020,00	\$1.621,80
Equipo de computo	\$870,00	\$193,34
Herramientas	\$71,20	\$6,41
Muebles y enseres	\$1.570,00	\$282,60
Vehículo	\$15.000	\$2.700,00

Total depreciación	\$35.531,20	\$4.804,15
Amortización		
Descripción	Valor	Valor amortización
Publicidad	\$1.300,00	\$208,00
Total amortización	\$1.300,00	\$208,00
Total	\$36.831,20	\$5.012,15

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 42 Mantenimiento de maquinaria y equipo

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Laptop	4 (trimestral)	\$20,00	\$80,00
Maquinas aparadoras	3 (cuatrimestral)	\$40,00	\$120,00
Horno industrial	3 (cuatrimestral)	\$45,00	\$135,00
Maquina prensadora	3 (cuatrimestral)	\$40,00	\$120,00
Maquina pulidora	3 (cuatrimestral)	\$40,00	\$120,00
Compresor	2 (semestral)	\$15,00	\$30,00
Total		\$200,00	\$605,00

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

El mantenimiento de la maquinaria se lo realizara de forma trimestralmente y cuatrimestral, para evitar que estos sufran algún daño, y evitar retrasos en la producción del calzado, el equipo de cómputo se lo realizara de forma trimestral, para evitar que este se dañe.

Mano de obra directa e indirecta

Mano de obra directa es la consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por obreros y operarios calificados de la empresa. Y la Mano de obra indirecta es la consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción. (García V, 2015)

Tabla N.: 43 Mano de obra directa e indirecta

Mano de obra directa			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cortador	4	\$375,00	\$18.000,00
Aparador	2	\$375,00	\$9.000,00
Armador-plantador	1	\$375,00	\$4.500,00
Total MOD		\$11.125,00	\$31.500,00
Mano de obra indirecta			
Bodeguero	1	\$375,00	\$4.500,00
Diseñador	1	\$375,00	\$4.500,00
Total MDI		\$750,00	\$9.000,00
Total		\$1.875,00	\$40.500,00

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 44 Costos de producción totales

Total Costos de producción	
Materia prima	\$36.198,00
(+) Mano de obra directa	\$31.500,00
= Costos directos de fabricación	\$67.698,00
(+) Materia Indirecta	\$10.131,66
(+) Mano de obra indirecta	\$9.000,00
(+) Insumos	\$10.845,27
(+) Cargo amortización y depreciación	\$5.012,15
(+) Mantenimiento maquinaria y equipo	\$605,00
= Costos indirectos de fabricación	\$35.594,08
= Total costo de producción	\$103.292,08

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Costos Administrativos

Son los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de una empresa, son los gastos o costos que la empresa aplica para la realización de trámites y movimientos internos. Estos costos son manejados, reportados y distribuidos por los gerentes y administradores. Estos costos son generados principalmente por los sueldos de gerentes, secretarios, administradores, contadores y demás personal, que no influye en forma directa en el proceso de producción. Es todo aquel personal que maneja los procedimientos internos de la empresa, como la distribución, la contratación, el comedor, etc. (Ejemplode, 2017)

Tabla N.: 45 Servicios básicos

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Agua	3.200 mm ³	\$59,75	\$717,00
Luz	29.000 kw	\$310,00	\$3.720,00
Teléfono	Básico	\$48,00	\$576,00
Internet	Plan	\$38,00	\$456,00
Total		\$455,75	\$5.469,00

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 46 Sueldos y salarios

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Secretaria	1	\$400,00	\$4.800,00
Total		\$400,00	\$4.800,00

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 47 Suministros de oficina

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total
Resmas de papel bond	12	Paquetes	\$3,50	\$42,00
Esfero azul	1	Caja (50 unidades)	\$7,50	\$7,50
Esfero negro	1	Caja (50 unidades)	\$7,50	\$7,50
Sellos	1	Unidad	\$6,00	\$6,00
Perforadora	2	Unidades	\$2,50	\$5,00

Grapadora	2	Unidades	\$1,80	\$3,60
Grapas	7	Cajas	\$1,10	\$7,70
Resaltador	6	Unidades	\$0,40	\$2,40
Carpetas de cartón	12	Unidades	\$0,30	\$3,60
Separador de carpetas	6	Paquetes	\$1,20	\$7,20
Archivadores	6	Unidades	\$4,50	\$27,00
Saca grapas	2	Unidades	\$0,50	\$1,00
Clips metálicos	5	Cajas	\$0,90	\$4,00
Cuadernos universitarios	3	Unidades	\$1,10	\$3,30
Tintas de impresora	7	Unidades	\$14,00	\$98,00
Total			\$55,00	\$225,80

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 48 Suministros de limpieza

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total
Escobas	3	Unidades	\$2,20	\$6,60
Trapeadores	2	Unidades	\$2,50	\$5,00
Baldes	2	Unidades	\$2,00	\$4,00
Franelas	4	Unidades	\$0,80	\$3,20
Cepillo de baño	3	Unidades	\$2,90	\$8,70

Desinfectante para pisos	6	Galón	\$2,50	\$15,00
Total			\$11,20	\$44,50

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 49 Total costos administrativos

Total costos administrativos	
Servicios básicos	\$5.469,00
Sueldos y salarios	\$4.800,00
Suministros de oficina	\$225,80
Suministros de limpieza	\$44,50
Total costo administrativo	\$10.539,30

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Costo de venta

Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar los productos terminados, desde la empresa hasta el consumidor. Se incurren en la promoción y venta de un producto o servicio. Por ejemplo, publicidad, comisiones, etc. (Thompson L, 2014).

Tabla N.: 50 Costo de ventas sueldos y salarios

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Vendedor	1	\$470,00	\$5.640,00
Total		\$	\$5.640,00

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 51 Transporte

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Transporte de materia prima	24	\$60,00	\$1.440,00
Flete y estibaje	48	\$18,00	\$864,00
Total		\$78,00	\$2.304,00

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Tabla N.: 52 Total costo de ventas

Total costo de ventas	
Sueldos y salarios	\$5.640,00
Transporte	\$2.304,00
Total	\$7.944,00

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Costos financieros

Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento. Incluyen el costo de los intereses que la compañía debe pagar por los préstamos, así como el costo de otorgar crédito a los clientes. (Thompson L, 2014).

Tabla N.: 53 Intereses por préstamo bancario

Descripción	Tasa activa	Valor
Interés por préstamo	11.83%	\$2.346,87
Total		

Fuente: Banco Pichincha

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

En la tabla de amortización otorgada por el Banco del Pichincha, observamos que este nos da al interés del 11.83%, siendo para el año 2017 el valor a pagar de \$2.346,87. Para los siguientes 3 años el valor a pagar ira disminuyendo.

Costo operativo

Hace referencia al dinero desembolsado por una empresa u organización en el desarrollo de sus actividades. Los gastos operativos son los salarios, el alquiler de locales, la compra de suministros y otros. En otras palabras, los gastos de operación son aquellos destinados a mantener un activo en su condición existente o a modificarlo para que vuelva a estar en condiciones apropiadas de trabajo. (Definiciones, 2016).

Tabla N.: 54 Total de costo operativo

Total costo operativo	
Materia prima	\$36.198,00
(+) Mano de obra directa	\$31.500,00
= Costos directos de fabricación	\$67.698,00
(+) Materia Indirecta	\$10.131,66
(+) Insumos	\$10.845,27
(+) Cargo amortización y depreciación	\$5.012,15
(+) Mantenimiento maquinaria y equipo	\$605,00
= Costos indirectos de fabricación	\$26.594,08
= Costo operativo	\$94.292,08

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Resumen de presupuesto de costos

Tabla N.: 55 Presupuesto de costos e ingresos

Presupuesto de costos e ingresos	
Materia prima directa	\$36.198,00
(+) Mano de obra directa	\$31.500,00
= Costos directos de fabricación	\$67.698,00
(+) Materia indirecta	\$10.131,66
(+) Mano de obra indirecta	\$9.000,00
(+) Insumos	\$10.845,27
(+) Cargo de amortización y depreciación	\$5.012,15
(+) Mantenimiento maquinaria y equipo	\$605,00
= Costos indirectos de fabricación	\$35.594,08
=Costos de producción	\$103.292,08
(+) Sueldos y salarios vendedor	\$5.640,00
(+) Transporte y estibaje	\$2.304,00
(+) Inventario inicial de prod. En proceso	\$0,00
= Productos en proceso	\$7.944,00
(-)Inventario final de productos en proceso	\$0,00
= Costo productos terminados	\$7.944,00
(+) Inventario inicial de productos terminados	\$0,00
= Total de productos terminados	\$7.944,00
(-)Inv. Final de productos terminados	\$0,00

=Costo de ventas	\$7.944,00
(+) Servicios básicos	\$5.469,00
(+) Sueldos y salarios	\$4.800,00
(+) Suministros de oficina	\$225,80
(+) Suministros de limpieza	\$44,50
= Costos totales administrativos	\$10.539,30
(+) Intereses por préstamo	\$2.346,87
= Costo financiero	\$2.346,87
= Costo total del proyecto	\$124.122,25

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Situación financiera actual

Calzado SANTY realiza el Balance General donde se ve reflejado la situación actual de la empresa.

Tabla N.: 56 Estado de situación inicial

CALZADO SANTY					
BALANCE GENERAL					
ACTIVO			PASIVO		
CIRCULANTE		\$28.203,82	CORTO PLAZO		\$11.281,53
Caja	\$600,00		Corriente	\$ 11.281,53	
Bancos	\$700,00		LARGO PLAZO		\$21.000,00
Inventario	\$7.715,07		Préstamo bancario	\$ 21.000,00	

Cuentas por cobrar	\$19.188,75				
TANGIBLE		\$30.727,05			
Maquinaria	\$18.020,00				
Equipo de computo	\$870,00				
Herramientas	\$71,20				
Muebles y enseres	\$1.570,00				
Vehículo	\$15.000				
(-) Depreciación acumulada	(-) \$4.804,15				
INTANGIBLE		\$1.092,00	Total pasivo	\$ 32.281,53	
Publicidad	\$1.300,00		Patrimonio		\$27.741,34
(-) Amortización acumulada	(-) \$208,00		Capital	\$ 27.741,34	
Total activo		\$60.022,87	Total pasivo + patrimonio		\$60.022,87

Santiago Chaglla
Gerente Propietario

Ing. Ana Muyulema
Contadora

Fuente: Calzado SANTY
Elaborado por: Mario Proaño

Situación Financiera Proyectada

CALZADO SANTY					
BALANCE GENERAL					
ACTIVO	2017	2018	2019	2020	2021
CIRCULANTE					
Caja	\$600,00	\$622,50	\$645,84	\$670,06	\$695,19
Bancos	\$700,00	\$726,25	\$753,48	\$781,74	\$811,06
Inventario	\$7.715,07	\$8.004,39	\$8.304,56	\$8.615,98	\$8.939,08

Cuentas por cobrar	\$19.188,75	\$19.908,33	\$20.654,89	\$21.429,45	\$22.233,05
Total activo circulante	\$28.203,82	\$29,261,47	\$30.358,77	\$31.497,23	\$32.678,38
TANGIBLE					
Maquinaria	\$18.020,00	\$18.695,75	\$19.396,84	\$20.124,22	\$20.878,88
Equipo de computo	\$870,00	\$902,63	\$936,48	\$971,60	\$1.008,04
Herramientas	\$71,20	\$73.87	\$76.64	\$79.51	\$82,49
Muebles y enseres	\$1.570,00	\$1.628,88	\$1.689,96	\$1.753,33	\$1.819,08
Vehículo	\$15.000,00	\$15.562,50	\$16.146,09	\$16.751,57	\$17.379,75
(-) Depreciación acumulada	(-) \$4.804,15	(-) \$4.984,31	(-) \$5.171,22	(-) \$5.365,14	(-) \$5.566,33
Total activo tangible	\$30.727,05	\$31.879,32	\$33.074,79	\$34.315,09	\$35.601,91
INTANGIBLE					
Publicidad	\$1.300,00	\$1.348,75	\$1.399,33	\$1.451,80	\$1.506,24
(-) Amortización acumulada	(-) \$208,00	(-) \$215,80	(-) \$223,89	(-) \$232,29	(-) \$241,00
Total activo intangible	\$1.092,00	\$1.132,95	\$1.175,44	\$1.219,51	\$1.265,24
Total activo	\$60.022,87	\$62.273,74	\$64.609,00	\$67.031,83	\$69.545,53
PASIVO					
CORTO PLAZO					
Corriente	\$ 11.281,53	\$11.704,59	\$12.143,51	\$12.598,89	\$13.071,35
Total pasivo corto plazo	\$ 11.281,53	\$11.704,59	\$12.143,51	\$12.598,89	\$13.071,35
LARGO PLAZO					
Préstamo bancario	\$ 21.000,00	\$15.750,00	\$10.500,00	\$5.250,00	\$0,00
Total pasivo largo plazo	\$ 21.000,00	\$21.787,50	\$22.604,53	\$23.452,20	\$24.331,66

Total Pasivo	\$ 32.281,53	\$33.092,09	\$34.748,04	\$36.051,09	\$37.403,01
Patrimonio					
Capital	\$ 27.741,34	\$28.781,65	\$29.860,96	\$30.980,74	\$32.142,52
Total patrimonio	\$ 27.741,34	\$28.781,65	\$29.860,96	\$30.980,74	\$32.142,52
Total pasivo + patrimonio	\$60.022,87	\$62.273,74	\$64.609,00	\$67.031,83	\$69.545,53

Santiago Chaglla

Ing. Ana Muyulema

Gerente Propietario

Contadora

Fuente: Calzado SANTY
Elaborado por: Mario Proaño

Presupuesto de ingresos

Tabla N.: 57 Presupuesto de ingresos

Presupuesto de ingresos						
Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022
DPI Real	6.579	6.708	6.834	6.974	7.110	7.250
Precio	\$35.00	\$36.31	\$36.63	\$38.00	\$39.43	\$40.91
Ingresos mensuales	\$19.188,75	\$20.297,29	\$20.860,79	\$22.084,33	\$23.362,28	\$24.716,46
Ingresos anuales	\$230.265,00	\$243.567,48	\$250.329,42	\$265.012,000	\$280.347,30	\$296.597,50

Fuente: Calzado SANTY
Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación

Calzado SANTY, realiza su presupuesto multiplicando su DPI Real por el precio, siendo para el año 2017 el DPI Real de 6.579 esto lo multiplica por \$35,00 dándonos \$19.188,75 de ingresos mensuales y \$230.265,00 de ingresos anuales. Para el año 2022 el DPI Real aumenta a 7.250 y por un precio \$40,91 dándonos \$24.716,46 de ingresos mensuales y \$296.597,50 de ingresos anuales proyectados.

Estado de resultados proyectados

Tabla N.: 58 Estado de resultados proyectados

CALZADO SANTY					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS					
	2017	2018	2019	2020	2021
INGRESOS	\$230.265,00	\$243.567,48	\$250.329,42	\$265.012,000	\$280.347,30
(-) Costo de producción	\$103.292,08	\$107.165,53	\$111.184,24	\$115.353,65	\$119.679,41
= Utilidad Bruta	\$126.972,92	\$136.401,95	\$139.145,18	\$149.658,35	\$160.667,89
(-) Costos administrativos	\$10.539,30	\$10.934,52	\$11.344,56	\$11.769,98	\$12.211,35
(-)Costos financieros	\$2.346,87	\$2.434,88	\$2.526,18	\$2.620,91	\$2.719,19
(-) Costo de ventas	\$6.960,00	\$7.221,00	\$7.491,79	\$7.772,73	\$8.064,21
= Utilidad antes de impuesto	\$107.126,75	\$115.811,55	\$117.782,65	\$127.494,73	\$137.673,14
(-) 25% Impuesto a la renta	\$26.781,69	\$28.952,89	\$29.445,66	\$31.873,58	\$34.418,29
= Utilidad después de impuesto	\$80.345,06	\$86.858,66	\$88.336,99	\$95.621,05	\$103.254,85
(-) 15% Reparto de utilidades trabajadores	\$12.051,76	\$13.028,80	\$13.250,55	\$14.343,16	\$15.488,23
= Utilidad neta	\$68.293,30	\$73.829,86	\$75.086,44	\$81.277,89	\$87.266,62
(+) Cargo depreciación y amortización	\$5.012,15	\$5.012,15	\$5.012,15	\$5.012,15	\$5.012,15
(-) Pago principales	\$5.250,00	\$5.250,00	\$5.250,00	\$5.250,00	\$0,00
= Flujo neto de efectivo	\$68.055,45	\$73.592,01	\$74.848,59	\$81.040,04	\$92.778,77

Fuente: Calzado SANTY
Elaborado por: Mario Proaño

Flujo de caja

Tabla N.: 59 Flujo de caja

CALZADO SANTY						
FLUJO DE CAJA						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales	\$53.753,49	\$230.265,00	\$243.567,48	\$250.329,42	\$265.012,00	\$280.347,30
(+) Recursos propios	\$32.753,49					
(+) Recursos ajenos	\$21.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$230.265,00	\$243.567,48	\$250.329,42	\$265.012,00	\$280.347,30
(-) Egresos operacionales		\$111.791,38	\$116.393,59	\$120.758,35	\$125.286,78	\$128.250,28
(+) Costos operacionales		\$94.292,08	\$97.828,03	\$101.496,58	\$105.302,70	\$109.251,55
(+) Costos de venta		\$6.960,00	\$7.221,00	\$7.491,79	\$7.772,73	\$8.064,21
(+) Costos administrativos		\$10.934,52	\$11.344,56	\$11.769,98	\$12.211,35	\$10.934,52
Flujo operacional	\$53.753,49	\$118.473,62	\$127.173,89	\$129.571,07	\$139.725,22	\$152.097,02
Ingresos no operacionales						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo						
(-) Egresos no operacionales		\$2.346,87	\$1.788,55	\$1.149,13	\$426,10	\$0,00

(+) Interés pago de créditos a largo plazo		\$2.346,87	\$1.788,55	\$1.149,13	\$426,10	\$0.00
Otros egresos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
= Flujo no operacional		\$2.346,87	\$1.788,55	\$1.149,13	\$426,10	\$0,00
= Flujo neto de caja	\$53.753,49	\$116.126,75	\$125.385,34	\$128.421,94	\$139.299,12	\$152.097,02

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

6.8. Punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida. Estudia la relación existente entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas (de producción) y utilidades operacionales. Por ende es imperativo conocer de manera precisa la naturaleza y el comportamiento de los costos asociados al proceso productivo y/o financiero. (Jurado J, 2014)

Costos fijos

Son aquellos que están en función del tiempo, o sea, no sufren alteración alguna, son constantes, aun cuando se presentan grandes fluctuaciones en el volumen de producción, entre estos tenemos: Alquiler de fábrica, depreciación de bienes de uso en línea recta o por coeficientes, sueldo del Contador de Costos, seguros, sueldos y salarios del portero, etc. Es decir, son aquellos gastos necesarios para sostener la estructura de la empresa y se realizan periódicamente. Dentro de los costos fijos existen dos categorías. (Gerencie.com, 2010)

Costos variables

Son aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen, en tanto que el costo unitario permanece constante. (Padilla M, 2012)

Tabla N.: 60 Costos fijos y variables

Costos fijos y variables			
Costos fijos	Valor	Costos variables	Valor
Cargos de amortización y depreciación	\$5.012,15	Materia prima	\$36.198,00
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$605,00	Materiales indirectos	\$10.131,66
Mano de obra directa	\$31.500,00	Insumos	\$10.845,27
Mano de obra indirecta	\$9.000,00	Suministros de oficina	\$225,80
Servicios básicos	\$5.469,00	Suministros de limpieza	\$44,50
Sueldos y salarios administrativos	\$4.800,00		
Sueldos y salarios ventas	\$5.640,00		
Intereses por préstamo	\$2.346,87		
Total costos fijos	\$64.743,02	Total costos variables	\$57.445,23

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Costo de producción unitario

Ecuación 7: Costo de producción unitario

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costo total de producción (Costos fijos+Costos variables)}}{\text{Cantidad total producida}}$$

$$\text{Costo unitario} = \frac{64.743,02+57.445,23}{6.579}$$

$$\text{Costo unitario} = \$18,57$$

Ecuación 8: Utilidad de cada par de calzado

Utilidad de cada par de calzado= Precio de venta – Costo unitario

Utilidad de cada par de calzado = \$35-\$18,57

Utilidad de cada par de calzado= \$16,43 → 46.94% ganancia

Interpretación:

Para obtener el costo de producción de cada par de calzado se sumó los costos fijos más los costos variables que eso es el costo total de producción anual, luego ese valor lo dividimos para la cantidad total producida anualmente y al final nos dio un valor de \$ 18,57 que es el costo unitario, este valor le restamos al precio de venta que es de \$35 y nos da una ganancia de \$16,43 y en porcentaje del 46.94%

Punto de equilibrio en unidades monetarias

Ecuación 9: Punto de equilibrio en unidades monetarias

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

Donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CV: Costos variables

V: Ventas

Cálculo del Punto de equilibrio

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$64.743,02}{1 - \frac{\$57.445,23}{\$230.265,00}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$64.743,02}{1 - 0,2495}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$64.743,02}{0,7505}$$

Punto de equilibrio= \$86.266,52

Interpretación

Calzado SANTY obtuvo un punto de equilibrio de \$86.266,52 en unidades monetarias, siendo este el valor que debe generar para no ganar ni perder, sino para mantenerse y continuar con su actividad.

Punto de equilibrio en unidades de producción

Ecuación 10: Punto de equilibrio en unidades de producción

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{PVU - CVU}$$

Donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

PVU: Precio venta unitario

CVU: Costo variable unitario

Cálculo del Punto de equilibrio

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$64.743,02}{\$35,00 - \left(\frac{\$57.445,23}{6579}\right)}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$64.743,02}{\$35,00 - \$8,73}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$64.743,02}{\$26,27}$$

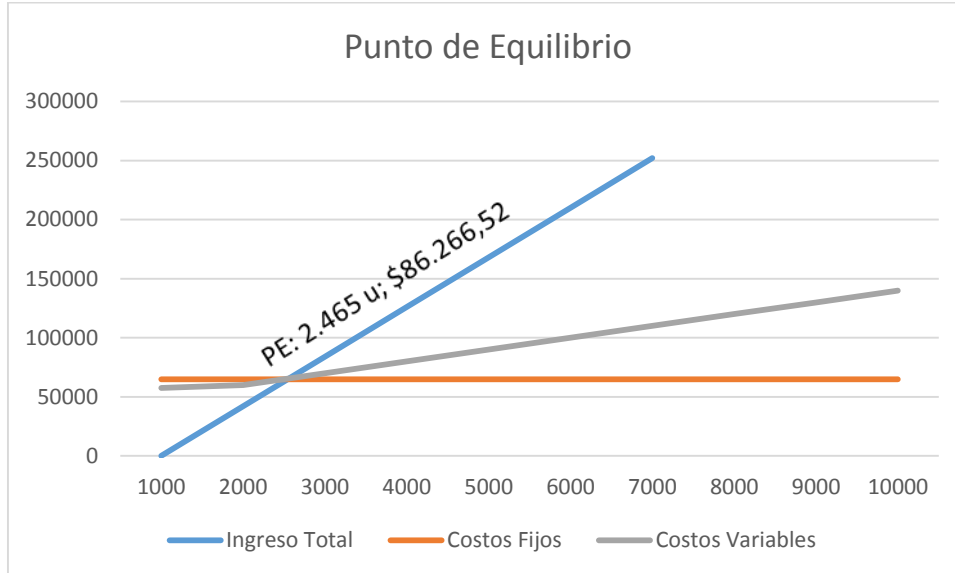
Punto de equilibrio = 2.465 unidades

Interpretación:

Calzado SANTY obtuvo un punto de equilibrio de 2.465 en unidades de producción, siendo este el valor que debe generar para no ganar ni perder, sino para mantenerse y continuar con su actividad.

Punto de equilibrio graficado

Gráfico N.: 20 Punto de equilibrio



Elaborado por: Mario Proaño

6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

La tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR) es una tasa de retorno razonable para evaluar y elegir una opción. Un proyecto no es económicamente viable a menos que se espere un rendimiento mayor a una TMAR. La TMAR también recibe el nombre de tasa por superar, tasa de corte, tasa mínima aceptable de rendimiento. (Baca G, 2013)

Cálculo Tmar 1 sin financiamiento

Ecuación 11: Cálculo Tmar 1 sin financiamiento

$$Tmar\ 1 = i + f$$

Donde:

$i =$ Riesgo País (693 puntos) = $693/100 = 6.93\%$

$f =$ Inflación 3,75%

Cálculo Tmar 1

$$TMAR1 = \frac{6.93\%}{100} + \frac{3.75\%}{100}$$

$$TMAR1 = 0,0693 + 0,0375$$

$$\text{TMAR1} = 0.1068 * 100$$

$$\text{TMAR1} = 10.68\%$$

Calculo Tmar 2 con financiamiento

Ecuación 12: Calculo Tmar 2 sin financiamiento

$$\text{Tmar 2} = i + f(2)$$

Cálculo Tmar 2

$$\text{TMAR2} = 0,0693 + 0,0375 * 2$$

$$\text{TMAR2} = 0,0693 + 0,075$$

$$\text{TMAR2} = 0,1443 * 100$$

$$\text{TMAR2} = 14.43\%$$

Interpretación:

La tasa mínima del proyecto para la empresa SANTY es de 10.68% sin financiamiento y 14.43% con financiamiento, siendo estas tasas atractivas para que los accionistas inviertan en el proyecto, ya que la tasa activa del Banco Central es menos que las calculadas.

Calculo Tmar 1 global mixto

Tabla N.: 61 Fuentes de financiamiento

Fuentes de financiamiento	Monto	% de aportaciones a las fuentes
Capital propio	\$32.753,49	60.93%
Institución financiera	\$21.000,00	39.07%
Total	\$53.753,49	100%

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Calculo Tmar 1 global mixto

Tabla N.: 62 Calcula Tmar1 global mixto

Fuentes de financiamiento	Monto	% de aportaciones a las fuentes	TMAR1 Anual	Ponderación
Capital propio	\$32.753,49	0.61	0,1068	0,0651
Institución financiera	\$21.000,00	0.39	0,1183	0,0461
Total	\$53.753,49	100%	0.2251	11.12%

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

Para calzado SANTY, la tasa mínima de rendimiento global es de 11.12% para todas las personas o clientes que deseen invertir, por lo tanto la empresa debe ganar \$5.977,39 para cubrir los interés de la empresa con el 10.68% y 11.83% de la institución.

Calculo Tmar 2 global mixto

Fuentes de financiamiento	Monto	% de aportaciones a las fuentes	TMAR2 Anual	Ponderación
Capital propio	\$32.753,49	0.61	0,1443	0,0880
Institución financiera	\$21.000,00	0.39	0,1183	0,0461
Total	\$53.753,49	100%	0,2626	13.41%

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

En el cálculo del Tmar2 global mixto se puede observar que Calzado SANTY generara un interés del 13.41% para sus inversionistas.

6.10. Valor presente neto o valor actual neto

Es una cantidad monetaria, que refleja la diferencia entre el valor actual de los cobros menos el valor actualizado de los pagos; es decir, es el valor de todos los flujos de caja esperados referido a un mismo momento del tiempo. (Masse P, 2010)

Donde:

BN: Beneficio neto

BN0: Beneficio neto del momento

I: Tasa de interés o tasa de descuento

Si el VAN > 0 = Rentable

Si el VAN < 0 = No Rentable

Ecuación 13: Calculo VAN 1

$$\text{VAN 1} = -\text{Inversión inicial} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN 1} = -\$53.753,49 + \frac{\$116.126,75}{(1+0.1112)^1} + \frac{\$125.385,34}{(1+0.1112)^2} + \frac{\$128.421,94}{(1+0.1112)^3} + \frac{\$139.299,12}{(1+0.1112)^4} + \frac{\$152.097,02}{(1+0.1112)^5}$$

$$\text{VAN 1} = -\$53.753,49 + 104.921,17 + 101.545,88 + 94.717,84 + 92.826,46 + 91.574,69$$

$$\text{VAN 1} = -\$53.753,49 + 485.586,04$$

$$\text{VAN 1} = \$431.832,55$$

Interpretación:

El Valor Actual Neto de nuestro proyecto es de \$431.832,55, el cual es mayor a 0, lo que significa que el emprendimiento es factible.

Calculo VAN 2

Ecuación 14: Calculo VAN 2

$$\text{VAN 1} = -\text{Inversión inicial} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN 2} = -\$53.753,49 + \frac{\$116.126,75}{(1+0.1341)^1} + \frac{\$125.385,34}{(1+0.1341)^2} + \frac{\$128.421,94}{(1+0.1341)^3} + \frac{\$139.299,12}{(1+0.1341)^4} + \frac{\$152.097,02}{(1+0.1341)^5}$$

$$\text{VAN 2} = -\$53.753,49 + 102.395,51 + 97.486,41 + 88.041,04 + 84.205,99 + 81.070,71$$

$$\text{VAN 2} = -\$53.753,49 + 453.199,66$$

$$\text{VAN 2} = \$399.446,17$$

Interpretación:

El Valor Actual Neto de nuestro proyecto es de \$399.446,17, el cual es mayor a 0, lo que significa que el emprendimiento es factible.

6.11. Indicadores financieros

Los indicadores o razones financieras, los cuales son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; desde el punto de vista del inversionista le sirve para la predicción del futuro de la compañía, mientras que para la administración del negocio, es útil como una forma de anticipar las condiciones futuras y, como punto de partida para la planeación de aquellas operaciones que hayan de influir sobre el curso futuro de eventos. (Briseño H, 2010)

Índice de solvencia

Ecuación 15: Formula indicador de solvencia

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{\$60.022,87}{\$32.281,53}$$

$$\text{Solvencia} = \$1.86$$

Interpretación

Realizando el índice de solvencia podemos deducir que Calzado SANTY por cada dólar que invierte recupera \$ 1,86 de su inversión.

Índice de liquidez

Los indicadores de liquidez son utilizados para medir la solidez de la base financiera de una entidad, es decir, determinan si una empresa cuenta con músculo financiero para asumir oportunamente el pago de sus deudas. Para ello, se realiza una confrontación entre los activos y pasivos y, así es como se establece el grado de liquidez de la entidad. (Torres J, 2011)

Ecuación 16: Formula Índice de liquidez

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\$28.203,82}{\$ 11.281,53}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \$2,50$$

Interpretación

Realizado el índice de liquidez calzado SANTY posee \$2,50 para resguardar sus obligaciones a corto plazo.

Índice de endeudamiento

El Índice de Endeudamiento es una relación de deuda que sirve para medir el apalancamiento financiero de una empresa. Este índice se calcula dividiendo el pasivo total de una empresa por su patrimonio neto, e indica cuánta deuda usa una empresa para financiar sus activos con relación al patrimonio neto. (Córdova M, 2012)

Endeudamiento del activo total

Mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa. (Córdova M, 2012)

Ecuación 17: Formula indicador de endeudamiento del activo

$$\text{Endeudamiento del activo} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} \times 100$$

$$\text{Endeudamiento del activo} = \frac{\$ 32.281,53}{\$60.022,87} \times 100$$

$$\text{Endeudamiento del activo} = 0.53 * 100$$

$$\text{Endeudamiento del activo} = 53.78\%$$

Interpretación:

Calzado SANTY posee el 53.78% sobre el total de activos, siendo este el porcentaje de participación de los acreedores, este cálculo lo obtuvimos de la división de los pasivos sobre los activos.

Endeudamiento del activo fijo

Ecuación 18: Formula indicador de endeudamiento del activo fijo

$$\text{Endeudamiento del activo fijo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo fijo neto tangible}} \times 100$$

$$\text{Endeudamiento del activo fijo} = \frac{\$ 27.741,34}{\$30.727,05} \times 100$$

$$\text{Endeudamiento del activo fijo} = 0,90 * 100$$

$$\text{Endeudamiento del activo fijo} = 90\%$$

Endeudamiento patrimonial

Ecuación 19: Formula de endeudamiento sobre el patrimonio

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Endeudamiento: } \frac{\$ 32.281,53}{\$ 27.741,34}$$

Endeudamiento: 1.16 veces

Interpretación:

Calzado SANTY cuando se endeude genera 1,16 veces de utilidad, por lo que la misma puede endeudarse, puesto que la utilidad formada es mayor que la adeudada.

Índice de apalancamiento

El índice de apalancamiento, muestra la participación de terceros en el capital de la empresa; es decir compara el financiamiento originado por tercero con los recursos de los accionistas, socios o dueños, para establecer cuál de las dos partes corre mayor riesgo. (Levy L, 2002)

Ecuación 20: Formula indicador de apalancamiento sobre el activo

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento: } \frac{\$60.022,87}{\$ 27.741,34}$$

Apalancamiento: 2.16 veces

Interpretación

Calzado SANTY puede contraer deuda con cualquier acreedor sin problemas puesto que la utilidad que genera es mayor que la adeudada, razón por la cual cada vez que la empresa se endeude genera 2.16 veces de utilidad.

Indicadores de actividad o gestión

Rotación de cartera

Muestra el número de veces que las cuentas por cobrar giran, en promedio, en un periodo determinado de tiempo, generalmente un año. (Aching C, 2010)

Ecuación 21: Formula para rotación de cartera

$$\text{Rotación de cartera} = \frac{360}{\# \text{ de días de cartera a mano}}$$

$$\text{Rotación de cartera: } \frac{360}{30}$$

Rotación de cartera: 12

Interpretación

Calzado SANTY convirtió \$19.188,70 dólares en efectivo 12 veces en el año, es decir, que en promedio tardó 30 días en rotar su cartera en la recuperación de sus cuentas por cobrar a sus cliente.

Rotación de activo fijo:

El índice de rotación de activos fijos es una medida aplicada a los estados financieros de las empresas para ayudar a evaluar su eficiencia y efectividad de negocio. El índice mide la cantidad de ventas comparado con la inversión en activos fijos. (Martínez J, 2012)

Ecuación 22: Formula para rotación de activo fijo

$$\text{Rotación de activo fijo} = \frac{\text{ventas netas}}{\text{activo fijo}}$$

$$\text{Rotación de activo fijo} = \frac{\$230.265,00}{\$30.727,05}$$

Rotación de activo fijo= 7,49

Interpretación

Calzado SANTY por cada dólar invertido en activos vendió 7,49 veces más.

Rotación de ventas

Este indicador se lo conoce como "coeficiente de eficiencia directiva", puesto que mide la efectividad de la administración. Mientras mayor sea el volumen de ventas que se pueda realizar con determinada inversión, más eficiente será la dirección del negocio. (Eslava J, 2013)

Ecuación 23: Formula de rotación de ventas

$$\text{Rotación de ventas} = \frac{\text{ventas}}{\text{activo total}}$$

$$\text{Rotación de ventas} = \frac{\$230.265,00}{\$60.022,87}$$

$$\text{Rotación de ventas} = \$3,83$$

Interpretación:

Calzado SANTY por cada dólar invertido en activos vendió \$3,83 veces más. Lo que significa que las ventas superan los activos.

Indicadores de rentabilidad

6.12. Tasa beneficio-costos

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. (Ginés de Rus, 2008)

Ecuación 24: Formula indicador de Relación beneficio/costo

$$\text{RBC} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos del Proyecto (5 años)}}{\sum \text{Costos totales del Proyecto (5 años)}}$$

$$\text{RBC} = \frac{\$1'269.521,20}{\$602.875,60}$$

$$\text{RBC} = \$2,11$$

Interpretación

La tasa de beneficio-costo nos indica que la empresa por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene a favor \$2,11.

6.13. Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. (Levy L, 2011)

Ecuación 25: Formula periodo de recuperación de la inversión

$$\text{PRI} = \frac{\text{Inversion inicial}}{\sum FNE / N.años}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$53.753,49}{\frac{661.330,17}{5}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$53.753,49}{\$132.266,03}$$

$$\text{PRI} = 0,41$$

Donde:

$$0,41 * 12 = 4,92 = 4 \text{ meses}$$

$$0,92 * 30 = 28 \text{ días}$$

Interpretación

Calzado SANTY recuperara su inversión inicial en 4 meses 28 días.

6.14. Tasa interna de retorno

Es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de beneficio sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos. Si $TIR > 0$ = Rentable Si $TIR < 0$ = No rentable. (Fernández S, 2012)

Ecuación 26: Formula tasa interna de retorno

$$TIR = Tmar1 + (Tmar2 - Tmar1) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

$$TIR = 0,1112 + (0,1341 - 0,1112) \left(\frac{\$431.832,55}{\$431.832,55 - \$399.446,17} \right)$$

$$TIR = 0,1112 + (0,0229) \left(\frac{\$431.832,55}{\$32.386,38} \right)$$

$$TIR = 0,1112 + (0,0229) (13,34)$$

$$TIR = 0,1112 + (0,3055)$$

$$TIR = 0,4167 * 100$$

$$TIR = 41,67\%$$

Interpretación

El porcentaje de rendimiento futuro para la empresa Calzado SANTY es del 41.67%, por lo que los inversionistas pueden invertir en el proyecto de emprendimiento, puesto que su rentabilidad es alta.

6.15. Análisis de sensibilidad

El Análisis de Sensibilidad busca medir cómo se afecta la rentabilidad de un proyecto, cuando una o varias variables que conforman los supuestos, bajo los cuales se elaboraron las proyecciones financieras, se modifican. (Briceño P, 2011)

En el momento de tomar decisiones sobre la herramienta financiera en la que debemos invertir nuestros ahorros, es necesario conocer algunos métodos para obtener el grado de riesgo que representa esa inversión. Existe una forma de análisis de uso frecuente en la administración financiera llamada Sensibilidad, que permite visualizar de forma inmediata las ventajas y desventajas económicas de un proyecto. Este método se puede aplicar también a inversiones que no sean productos de instituciones financieras, por lo que también es recomendable para los casos en que un familiar o amigo nos ofrezca invertir en algún negocio o proyecto que nos redituaría dividendos en el futuro. (Zapata P, 2008)

Escenario Optimista + 25%

Tabla N.: 63 Escenario Optimista

CALZADO SANTY						
FLUJO DE CAJA						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales	\$53.753,49	\$287.831,25	\$304.459,35	\$312.911,78	\$331.265,00	\$350.434,13
(+) Recursos propios	\$32.753,49					
(+) Recursos ajenos	\$21.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$287.831,25	\$304.459,35	\$312.911,78	\$331.265,00	\$350.434,13
(-) Egresos operacionales		\$111.791,38	\$116.393,59	\$120.758,35	\$125.286,78	\$128.250,28
(+) Costos operacionales		\$94.292,08	\$97.828,03	\$101.496,58	\$105.302,70	\$109.251,55
(+) Costos de venta		\$6.960,00	\$7.221,00	\$7.491,79	\$7.772,73	\$8.064,21
(+) Costos administrativos		\$10.934,52	\$11.344,56	\$11.769,98	\$12.211,35	\$10.934,52
Flujo operacional	\$53.753,49	\$176.039,87	\$187.865,76	\$192.153,43	\$205.978,22	\$222.183,85
Ingresos no operacionales						

(+) Créditos a contratarse a corto plazo						
(-) Egresos no operacionales		\$2.346,87	\$1.788,55	\$1.149,13	\$426,10	\$0,00
(+) Interés pago de créditos a largo plazo		\$2.346,87	\$1.788,55	\$1.149,13	\$426,10	\$0.00
Otros egresos		\$0,00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
= Flujo no operacional		\$2.346,87	\$1.788,55	\$1.149,13	\$426,10	\$0.00
= Flujo neto de caja	\$53.753,49	\$173.693,00	\$186.077,21	\$191.004,30	\$205.552,12	\$222.183,85

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario

Calculo de Valor Actual neto 1

Ecuación 27: Calculo VAN 1

$$\text{VAN 1} = -\text{Inversión inicial} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN 1} = - \$53.753,49 + \frac{\$173.693,00}{(1+0.1112)^1} + \frac{\$186.077,21}{(1+0.1112)^2} + \frac{\$191.004,30}{(1+0.1112)^3} + \frac{\$205.552,12}{(1+0.1112)^4} + \frac{\$222.183,85}{(1+0.1112)^5}$$

$$\text{VAN 1} = - \$53.753,49 + \$156.311,20 + 150.698,43 + 139.208,72 + 134.819,60 + 131.144,88$$

$$\text{VAN 1} = - \$53.753,49 + \$712.182,83$$

$$\text{VAN 1} = \$658.429,34$$

Interpretación

El Valor Actual Neto de nuestro proyecto es de \$658.429,34, el cual es mayor a 0, lo que significa que el emprendimiento es factible.

Calculo de Valor Actual neto 2

Ecuación 28: Calculo VAN 2

$$\text{VAN 1} = -\text{Inversión inicial} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN 2} = - \$53.753,49 + \frac{\$173.693,00}{(1+0.1341)^1} + \frac{\$186.077,21}{(1+0.1341)^2} + \frac{\$191.004,30}{(1+0.1341)^3} + \frac{\$205.552,12}{(1+0.1341)^4} + \frac{\$222.183,85}{(1+0.1341)^5}$$

$$\text{VAN 2} = - \$53.753,49 + 153.154,92 + 144.674,00 + 130.945,05 + 124.255,77 + 118.428,37$$

$$\text{VAN 2} = - \$53.753,49 + 671.458,11$$

$$\text{VAN 2} = \$ 617.704,62$$

Interpretación

El Valor Actual Neto de nuestro proyecto es de \$ 617.704,62 el cual es mayor a 0, lo que significa que el emprendimiento es factible.

Tasa Beneficio -Costo

Ecuación 29: Formula indicador de Relación beneficio/costo

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos del Proyecto (5 años)}}{\sum \text{Costos totales del Proyecto (5 años)}}$$

$$RBC = \frac{\$1'586.901,51}{\$602.875,60}$$

$$RBC = \$2,64$$

Interpretación

La tasa de beneficio-costo nos indica que la empresa por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene a favor \$2,64.

Periodo de recuperación de la inversión

Ecuación 30: Formula periodo de recuperación de la inversión

$$PRI = \frac{\text{Inversion inicial}}{\sum FNE / N.años}$$

$$PRI = \frac{\$53.753,49}{\frac{\$978.510,48}{5}}$$

$$PRI = \frac{\$53.753,49}{\$195.702,10}$$

$$PRI = 0,27$$

Donde:

$$0,27 * 12 = 3,24 = 3 \text{ meses}$$

$$0,24 * 30 = 7 \text{ días}$$

Interpretación:

En este escenario calzado SANTY recuperar su inversión inicial en 3 meses 7 días.

Tasa interna de retorno

Ecuación 31: Formula tasa interna de retorno

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

$$TIR = 0,1112 + (0,1341 - 0,1112) \left(\frac{\$658.429,34}{\$658.429,34 - \$ 617.704,62} \right)$$

$$TIR = 0,1112 + (0,0229) \left(\frac{\$658.429,34}{\$40.724,72} \right)$$

$$TIR = 0,1112 + (0,0229) (16,17)$$

$$TIR = 0,1112 + 0,3703$$

$$TIR = 0,4815 * 100$$

$$TIR = 48,15\%$$

Interpretación

El porcentaje de rendimiento futuro para la empresa Calzado SANTY es del 48.15%, por lo que los inversionistas pueden invertir en el proyecto de emprendimiento, puesto que su rentabilidad es alta.

Escenario Pesimista - 25%

Tabla N.: 64 Escenario Pesimista

CALZADO SANTY						
FLUJO DE CAJA						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales	\$53.753,49	\$172.698,75	\$182.675,61	\$187.657,07	\$198.759,00	\$210.260,48
(+) Recursos propios	\$32.753,49					
(+) Recursos ajenos	\$21.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$172.698,75	\$182.675,61	\$187.657,07	\$198.759,00	\$210.260,48
(-) Egresos operacionales		\$111.791,38	\$116.393,59	\$120.758,35	\$125.286,78	\$128.250,28
(+) Costos operacionales		\$94.292,08	\$97.828,03	\$101.496,58	\$105.302,70	\$109.251,55
(+) Costos de venta		\$6.960,00	\$7.221,00	\$7.491,79	\$7.772,73	\$8.064,21
(+) Costos administrativos		\$10.934,52	\$11.344,56	\$11.769,98	\$12.211,35	\$10.934,52
Flujo operacional	\$53.753,49	\$60.907,37	\$66.282,02	\$66.898,72	\$73.472,22	\$82.010,20
Ingresos no operacionales						

(+) Créditos a contratarse a corto plazo						
(-) Egresos no operacionales		\$2.346,87	\$1.788,55	\$1.149,13	\$426,10	\$0,00
(+) Interés pago de créditos a largo plazo		\$2.346,87	\$1.788,55	\$1.149,13	\$426,10	\$0.00
Otros egresos		\$0,00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
= Flujo no operacional		\$2.346,87	\$1.788,55	\$1.149,13	\$426,10	\$0.00
= Flujo neto de caja	\$53.753,49	\$58.560,50	\$64.493,47	\$65.749,59	\$73.046,12	\$82.010,20

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario

Calculo de Valor Actual neto 1

Ecuación 32: Calculo VAN 1

$$\text{VAN 1} = -\text{Inversión inicial} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN 1} = - \$53.753,49 + \frac{\$58.560,50}{(1+0.1112)^1} + \frac{\$64.493,47}{(1+0.1112)^2} + \frac{\$65.749,59}{(1+0.1112)^3} + \frac{\$73.046,12}{(1+0.1112)^4} + \frac{\$82.010,20}{(1+0.1112)^5}$$

$$\text{VAN 1} = - 53.753,49 + \$52.700,23 + \$52.231,35 + \$47.919,95 + \$47.910,23 + \$48.406,84$$

$$\text{VAN 1} = - \$53.753,49 + 249.168,60$$

$$\text{VAN 1} = \$195.415,11$$

Interpretación

El Valor Actual Neto de nuestro proyecto es de \$195.415,11 el cual es mayor a 0, lo que significa que el emprendimiento es factible.

Calculo de Valor Actual neto 2

Ecuación 33: Calculo VAN 2

$$\text{VAN 1} = -\text{Inversión inicial} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN 2} = - \$53.753,49 + \frac{\$58.560,50}{(1+0.1341)^1} + \frac{\$64.493,47}{(1+0.1341)^2} + \frac{\$65.749,59}{(1+0.1341)^3} + \frac{\$73.046,12}{(1+0.1341)^4} + \frac{\$82.010,20}{(1+0.1341)^5}$$

$$\text{VAN 2} = - 53.753,49 + \$51.636,10 + \$50.143,32 + \$45.075,34 + \$44.156,21 + \$43.713,05$$

$$\text{VAN 2} = - \$53.753,49 + \$234.724,02$$

$$\text{VAN 2} = \$ 180.970,53$$

Interpretación

El Valor Actual Neto de nuestro proyecto es de \$ 180.970,53 el cual es mayor a 0, lo que significa que el emprendimiento es factible.

Tasa Beneficio -Costo

Ecuación 34: Formula indicador de Relación beneficio/costo

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos del Proyecto (5 años)}}{\sum \text{Costos totales del Proyecto (5 años)}}$$

$$RBC = \frac{\$952.050,91}{\$602.875,60}$$

$$RBC = \$ 1.58$$

Interpretación

La tasa de beneficio-costo nos indica que la empresa por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene a favor \$1,58.

Periodo de recuperación de la inversión

Ecuación 35: Formula periodo de recuperación de la inversión

$$PRI = \frac{\text{Inversion inicial}}{\sum FNE / N.años}$$

$$PRI = \frac{\$53.753,49}{\frac{\$343.859,88}{5}}$$

$$PRI = \frac{\$53.753,49}{\$68.771,98}$$

$$PRI = 0.7816$$

Donde:

$$0,78 * 12 = 9.36 = 9 \text{ meses}$$

$$0.36 * 30 = 11 \text{ días}$$

Interpretación

Calzado SANTY recuperara su inversión en 9 meses 11 días.

Tasa interna de retorno

Ecuación 36: Formula tasa interna de retorno

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

$$TIR = 0,1112 + (0,1341 - 0,1112) \left(\frac{\$195.415,11}{\$195.415,11 - \$180.970,53} \right)$$

$$TIR = 0,1112 + (0,0229) \left(\frac{\$195.415,11}{\$14.444,58} \right)$$

$$TIR = 0,1112 + (0,0229) (13,53)$$

$$TIR = 0,1112 + 0,3098$$

$$TIR = 0,421 * 100$$

$$TIR = 42,10\%$$

Interpretación:

El porcentaje de rendimiento futuro para la empresa Calzado SANTY es del 42.10%, por lo que los inversionistas pueden invertir en el proyecto de emprendimiento, puesto que su rentabilidad es alta.

Cuadro de sensibilidad

Tabla N.: 65 Cuadro comparativo de sensibilidad

Variaciones	Valor Actual neto 1	Valor Actual neto 2	Tasa interna de retorno	Relación beneficio/costo	Periodo interno de recuperación
Escenario optimista	(+)25%	(+)25%	(+)25%	(+)25%	(+)25%
Valor	\$658.429,34	\$ 617.704,62	48.15%	\$2,64	3 meses 7 días
Escenario real	\$431.832,55	\$399.446,17	41.67%	\$2,11	4 meses 28 días
Escenario pesimista	(-)25%	(-)25%	(-)25%	(-)25%	(-)25%
Valor	\$195.415,11	\$ 180.970,53	42.10%	\$ 1.58	9 meses 11 días

Fuente: Calzado SANTY

Elaborado por: Mario Proaño

Interpretación:

Una vez realizado los cálculos respectivos podemos observar que en el escenario optimista el (VAN) Valor Actual Neto 1 es \$658.429,34, y en el escenario pesimista es \$195.415,11 con relación al escenario real de \$431.832,55, los tres escenarios señalados anteriormente manifiestan que los inversionistas recobrarán su inversión, ya que el VAN es mayor a 0, por lo tanto el proyecto es factible visto desde el ámbito financiero.

Por otro parte la tasa interna de retorno (TIR) en el escenario optimista es 48.15% y en el pesimista es 42.10% en relación al escenario real que es de 41.67%, siendo estos los porcentajes requeridos para recuperar la inversión.

En relación al Beneficio-Costo el escenario optimista indica que por cada dólar invertido se generará una utilidad de \$2.64, y en el escenario pesimista genera \$1.58, por lo tanto se demostró que esta tasa es > 0 , siendo aceptable el proyecto.

En el periodo interno de recuperación, en un escenario real será de 4 meses y 28 días, en el escenario optimista de 3 meses y 7 días y en el escenario pesimista de 9 meses y 11 días.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Con la creación e introducción de la nueva línea de calzado impermeable para hombre en la empresa de calzado Santy ayudara al desarrollo interno y externo de la misma introduciéndose en nuevos mercados, aumentando sus ventas y sobretodo satisfaciendo las necesidades de nuestros potenciales clientes y clientes, además de esta manera posicionar el reconocimiento de la marca en la mente de los consumidores.

La empresa de Calzado Santy se ajusta con la nueva matriz productiva en la cual cumple con unos de los objetivos el mismo que es la transformación tecnológica e industrial, cumpliendo con todos los parámetros que se exige y sacando al mercado un producto de mayor calidad en comparación con otros productos similares.

A través del estudio de mercado se comprueba la factibilidad del producto obteniendo una demanda potencial insatisfecha real de 6579 personas, por otra parte se fijó el precio de venta en \$35, el cual se lo consiguió mediante una encuesta además de analizar los costos fijos, variables y el margen de utilidad, alcanzando un total de ventas anuales de \$230.265.

Mediante el estudio técnico de la empresa Calzado Santy en base a su capacidad operativa se determinó que cubrirá la estimación del 11% de la demanda potencial insatisfecha total, produciendo 27 pares diarios, 540 pares mensuales y 6480 pares anuales.

Luego de haber realizado los cálculos respectivos se determina que el presente proyecto es factible por la Relación Beneficio/Costo nos indica que la empresa por cada dólar invertido en el proyecto obtiene a favor \$2,11.

En la evaluación económica se demuestra que la inversión que realiza la empresa se recuperará en 4 meses y 28 días, en un escenario real, por otra parte tomando en cuenta el escenario pesimista se recuperará en 9 meses y 11 días, dando la seguridad y reiterando a los inversionistas que el proyecto es factible y se recupera dentro de la vida útil del mismo.

7.2. Recomendaciones

Mantener y seguir mejorando todos los estándares de calidad en su calzado contando siempre con buena materia prima y acabados de primera con el fin de ser reconocido en el mercado e impregnarse en la mente de sus clientes como sinónimo de calidad, resistencia y seguridad al caminar.

Se recomienda que la empresa de Calzado Santy realice periódicamente estudios de mercado para mantenerse a la vanguardia en los gustos y preferencias que cada vez se cambian en los consumidores y potenciales clientes de esta manera cumplir y satisfacer todas sus expectativas.

Buscar nuevas técnicas de trabajo que permitan minimizar el tiempo de labor y maximizar las actividades designadas para luego socializar a todos los colaboradores de la empresa en especial al departamento de producción con la finalidad de no tener tiempos muertos, excesivo desperdicio de material y demoras en la producción.

Calzado Santy debe invertir en publicidad ya que es muy baja, con esto se ayudaría al posicionamiento de la marca y la imagen de la empresa en el mercado, además de abrirse camino en nuevos segmentos para crear oportunidades de venta de esta manera captar más clientela y generar más ganancias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aching, Cesar (2010). Ratios Financieros y matemáticas de la mercadotecnia. Editorial: McGraw-Hill. ISBN: 964-623-574-524-3.

Ardanaz, Manuel (2011). Introducción a la Teoría Económica. Editorial: TEXTO, C.A. ISBN: 980-244-107-4.

Arias F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. Sexta Edición. Editorial Episteme, C.A. Caracas.

Artesanos Ecuador (2015). Calificación Artesanal Ecuador, Quito, en línea, Recuperado de: <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=14&idionom=1>

Baca, Gabriel (2013). Fundamentos de Ingeniería Económica. Editorial: McGraw-Hill. ISBN: 10-970-10-6113-6.

Bahillo, María (2013). Gestión Financiera. Editorial: Nobel. ISBN: 978-84-9732-984-2.

Ballena, Wilder (2011). Materias Primas y sus procesos, Editorial: McGraw-Hill Interamericana ISBN: 977-968—068-9.

Barreto, S. (2015). Diseño de calzado urbano- Editorial: Nobuko. ISBN: 987-584-041-6, España.

Belch, G. (2012). Publicidad y Promoción, perspectiva de la comunicación de marketing integral, Editorial: McGraw-Hill. ISBN: 10-923-23-5476-2

Briseño, Hugo (2010). Indicadores Financieros. Editorial: Mexicana. ISBN: 970-9758-40-3.

Briceño, Paul (2011). El análisis de sensibilidad. Editorial: Planeta S.A. ISBN: 978-1-5632-0124-2.

Brock H. R. (2011). Contabilidad principios y aplicaciones. Editorial: Revereté, S.A. ISBN: 84-291-2637-6.

Cámara Nacional de Calzado (CALTU). Recuperado de: <http://www.caltuecuador.com/index.html>

Calzado Ecuador, (2015). La industria del Calzado en Ambato y en Ecuador. Recuperado de: <http://www.calzadoecuador.com/2-uncategorised/1-la-industria-del-calzado-en-ambato-y-en-ecuador>

Colín, Juan (2008). Contabilidad de Costos, Editorial: McGraw-Hill Interamericana. ISBN: 978-970-26-0761-8.

Diario El Universo (2012). Calzado, entre lo que más crece en industrias. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2011/01/18/1/1356/calzado-lo-mas-crece-industrias.html>.

Diario la Hora. (2012). Recuperado de: www.lahora.com.ec

Diario El Herald. (2013). Recuperado de: www.elheraldo.com.ec

Diario El Telégrafo. (2014). Recuperado de: www.eltelegrafo.com.ec

Ejemplode. (2017). Costos administrativos. Recuperado de: <http://www.ejemplode.com/58-administracion/2689>.

Eslava, José de Jaime (2013). Finanzas para el marketing y las ventas. Editorial: ESIC 2013. ISBN: 847-356-919-9.

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Ecuador (2013), “Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito - Ecuador.

Fernández, Saúl (2012). Proyectos de inversión. Editorial: Tecnológica de CR. ISBN: 997-766-185-5.

Ferguson, A. y otros, (2014). The determinants and market reaction to Open Briefings: an investor relations option and evidence on the effectiveness of disclosure. Recuperado de: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-84984837938&origin=resultslist&sort=plff&src=s&st1=briefing&nlo=&nlr=&nls=&sid=605E146C92013D862BD5361902AB5A67.wsnAw8kcdt7IPYLO0V48gA%3a10&so t=b&sdt=b&sl=23&s=TITLE-ABS-KEY%28briefing%29&relpos=27&citeCnt=1&searchTerm>.

Ficher, L. (2014). Mercadotecnia (Cuarta ed.), D.F, Editorial: McGraw Hill. Mexico D.F.

Gabin, M – Ferrer, J (2013). Gestión comercial y Servicio al cliente, Editorial: Thompson. ISBN: 84- 9732- 265- 7. Colombia.

Gardey Ana. (2010). Definición de Proceso de Producción, Editor, Cengage Learning. ISSN: 0322320

García J. (2009). Contabilidad básica tomos 1 y 2. Editorial Trillas México. ISBN: 84-8988-127-4.

García, Víctor (2015). Análisis Financiero. Editorial: PATRIA, S.A. ISBN: 978-607-744-264-6.

Gerencie, com. (2010). Costos Fijos. Recuperado de: <https://www.gerencie.com/costos-fijos.html>.

Ginés de Rus (2008). Análisis Coste- Beneficio. Editorial: Grupo Planeta (GBS). ISBN: 843-444-547-6.

Gitman, Lawrence (2005). Fundamentos de Inversión, Editorial: Pearson Educación. S.A. ISBN: 15-797-4242-4.

Horngren Charles, Harrison Walter y Oliver Suzanne, (2010). Contabilidad, Editorial Prentice Hall. ISBN: 978-970-26-0761-8

INEC (2015), Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

Jácome Hugo, King Katiuska. (2013). Estudios Industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. ISBN: 978-9978-67-396-6

Jurado, J, G. (2014). Punto de Equilibrio. Editorial: Planeta S.A. SBN: 978-1-5011-0774-0.

Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing, Decimoprimer edición. Editorial Pearson Educación. México.

Levy. Luis Haime (2002). Planeación Financiera en la empresa Moderna. Editorial: Ediciones Fiscales ISEF. ISBN: 970-676-758-4.

López, F. (2013). El ABC de la Revolución Metodológica. Primera Edición, Editorial: Express, C.A. Caracas. ISBN: 84-7687-368-2

Macchia, José Luis (2011), Cómputos, Costos y Presupuestos. Editorial: Nobuko. ISBN: 978-987-584-090-4.

Manuel, Arturo. (2015). Importancia e Investigación de los productos personalizados en los consumidores. ISBN: 978-435-278-2.

Martínez, Juan Carlos (2012). Manual de análisis financiero. Editorial: Mexicana. ISBN: 846-906-172-0.

Masse, Pierre (2010). Análisis de Inversiones. Editorial: Planeta S.A. ISBN: 978-1-5011-0763-8.

Muñiz R., (2011). Marketing en el siglo XXI. Editorial: Centro Estudios Financieros. ISBN: 9788445400912

Navarro, P. (2012). Estrategia de gestión. Barcelona. Editorial: McGraw Hill.

Niño, Mireya (2011). Contabilidad Sistema y Gerencia. Editorial: CEC, S.A. ISBN: 980-388-116-7.

Padilla, Marcial (2012). Gestión Financiera. Editorial: Ecoe. ISBN: 978-958-648-788-7.

Pérez, Antonio (2012). Capacidad de Producción, Editorial Prentice Hall, ISBN: 977-124374897-3.

Plan Nacional del Buen Vivir, (2013-2017), pág. 30

Prieto J. (2013), Gestión Estratégica Organizacional, 2da. Edición Bogotá ISBN: 968-986-670-756-5

Rae, (2015). Real Académica Española, Madrid. Recuperado de <http://www.rae.es/>

Revista líderes. (2012). Recuperado de: www.revistalideres.ec

Rivera, J., & López, M. (2012). Dirección de Marketing, Fundamentos y Aplicaciones. Editorial: ESIC. México.

Sábado, J. T. (2009). Fundamentos de bioestadística y análisis de datos. Editorial: McGraw-Hill. Barcelona, España ISBN: 970-378-926-7

Sundem, Gary (2006). Contabilidad Administrativa. Editorial: Pearson Educación. ISBN: 970-26-0640-3.

Toro, Baena (2014). Sistema Financiero Colombiana. Editorial: ECOE. ISBN: 978-958-771-327-5.

Thompson. Libert (2014). Tipos de Costos. Editorial: McGraw-Hill. ISBN: 974-632-475-265-1.

Torres, Julio Cesar (2011). Curso de formación profesional bancaria. Editorial: El Nacional. ISBN: 980-388-304-6.

Veinat, Elena. (2008). Calzado Urbano en la actualidad. Recuperado de: <http://grupofivasa.com/2008/11/el-calzado-urbano.html>.

Zambrano, Luis (2013). Editorial: Multiletras Editores Ltda. ISBN: 098-09-8378-2.

Zamora, A. (2011), Rentabilidad y Ventaja Competitiva, ISBN: 13-978846944251-7.

Zapata, Pedro (2008). Contabilidad General, Editorial McGraw-Hill Interamericana. ISBN: 978-532-675-987-2.

ANEXOS

TABLA DE AMORTIZACIÓN BANCO DEL PICHINCHA



Banca
Personas

Banca
Empresas

Banca
Microfinanzas



[Inicio](#) > [Simulador](#)

Simulador de crédito

CONDICIONES Y COSTO TOTAL DEL CREDITO

Fecha: 02/06/2017	Producto: COMERCIAL (PRODUCTIVO)
Plazo (Meses): 48	Fecha Inicio Pago: 02-jul-2017
Estado Civil: Soltero	Frecuencia de Pago: Mensual
Tasa Interés Nominal: 11.23%	Tipo de Tasa: Reajutable
Tipo de sistema de Amortización: FRANCES	Tasa Contribución Solca: 0 %
Valor Bien Inmueble: N/A	

CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DESG.	VALOR CUOTA	SALDO
0	0.0	0.0	0.0	0.0	21000.0
1	340.81	200.12	8.8	549.73	20659.19
2	344.01	203.67	8.95	556.63	20315.18
3	347.55	200.27	8.81	556.63	19967.63
4	351.13	196.85	8.65	556.63	19616.5
5	354.74	193.39	8.5	556.63	19261.76
6	358.39	189.89	8.35	556.63	18903.37
7	362.08	186.36	8.19	556.63	18541.29

CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DESG.	VALOR CUOTA	SALDO
8	365.81	182.79	8.03	556.63	18175.48
9	369.57	179.18	7.88	556.63	17805.91
10	373.38	175.54	7.71	556.63	17432.53
11	377.22	171.86	7.55	556.63	17055.31
12	381.1	168.14	7.39	556.63	16674.21
13	385.02	164.38	7.23	556.63	16289.19
14	388.99	160.58	7.06	556.63	15900.2
15	392.99	156.75	6.89	556.63	15507.21
16	397.03	152.88	6.71	556.62	15110.18
17	401.12	148.96	6.55	556.63	14709.06
18	405.25	145.01	6.37	556.63	14303.81
19	409.42	141.01	6.2	556.63	13894.39
20	413.63	136.98	6.02	556.63	13480.76
21	417.89	132.9	5.84	556.63	13062.87
22	422.19	128.78	5.66	556.63	12640.68

CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DESG.	VALOR CUOTA	SALDO
23	426.54	124.62	5.47	556.63	12214.14
24	430.93	120.41	5.29	556.63	11783.21
25	435.36	116.16	5.11	556.63	11347.85
26	439.84	111.87	4.92	556.63	10908.01
27	444.37	107.53	4.73	556.63	10463.64
28	448.94	103.15	4.54	556.63	10014.7
29	453.56	98.73	4.34	556.63	9561.14
30	458.23	94.26	4.14	556.63	9102.91
31	462.95	89.74	3.94	556.63	8639.96
32	467.71	85.18	3.74	556.63	8172.25
33	472.52	80.56	3.55	556.63	7699.73
34	477.39	75.91	3.33	556.63	7222.34
35	482.3	71.2	3.13	556.63	6740.04
36	487.26	66.45	2.92	556.63	6252.78
37	492.28	61.64	2.71	556.63	5760.5

CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DESG.	VALOR CUOTA	SALDO
38	497.34	56.79	2.5	556.63	5263.16
39	502.46	51.89	2.28	556.63	4760.7
40	507.63	46.93	2.07	556.63	4253.07
41	512.86	41.93	1.84	556.63	3740.21
42	518.14	36.87	1.62	556.63	3222.07
43	523.47	31.76	1.4	556.63	2698.6
44	528.86	26.6	1.17	556.63	2169.74
45	534.3	21.39	0.94	556.63	1635.44
46	539.8	16.12	0.71	556.63	1095.64
47	545.35	10.8	0.48	556.63	550.29
48	550.29	5.42	0.24	555.95	0.0

ENCUESTA REALIZADA

Encuesta dirigida a la población masculina, comprendida en la edad de 15 a 34 años potenciales clientes del calzado impermeable antideslizante.

Objetivo: Recopilar información mediante la encuesta para conocer la aceptación del calzado impermeable antideslizante en la ciudad de Ambato.

Instructivo: Sírvase contestar cada una de las preguntas y escoja solo una respuesta.

Encuesta

1. ¿Conoce usted un calzado elaborado con material impermeable?

Si

No

2. ¿Usted compraría calzado elaborado con material impermeable?

Siempre

Casi Siempre

A veces

Nunca

3. ¿Qué tipo de calzado prefiere usted?

Zapatilla

Casual

Urbano

Deportivo

4. ¿Al momento de comprar calzado, que es lo primero que toma en cuenta?

La marca

La calidad

El precio

El modelo

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un calzado impermeable?

De \$25 a \$35

De \$36 a \$45

De \$46 a \$55

6. ¿Cómo le gustaría que sea el diseño del calzado impermeable?

Con pasadores

Mocasín

Tipo botín

7. ¿Cuántos pares de calzado adquiere usted anualmente?

1 a 2

3 a 4

5 a 6

7 o más

8. ¿Mediante qué medio de comunicación usted prefiere conocer acerca del calzado?

Radio

Internet

Televisión

Periódicos

Revistas

9. ¿Al comprar un par de calzado impermeable que le gustaría recibir adicionalmente?

Descuento

Obsequio

2do a mitad de precio

Crédito

10. ¿A cuál de estos lugares suele acudir para adquirir su calzado?

Mercados Mayoristas

Almacenes de Calzado

Centros Comerciales

Paginas por internet

11. Al realizar su compra en que prefiere que le entreguen su calzado.

Bolsos reutilizables

Fundas Bio-Degradables

Caja de cartón ecológico

Empaques especiales

PROTOTIPOS CALZADO SANTY

**CALZADO SANTY
BY**



THIAG SHOES



**CALZADO SANTY
BY**

THIAG SHOES

**CALZADO SANTY
BY**



THIAG SHOES



**CALZADO SANTY
BY**

THIAG SHOES

PUBLICIDAD EN VOLANTES Y AFICHES



**CALZADO SANTY
BY**

100% MATERIAL IMPERMEABLE

PLANTA ANTIDESLIZANTE PARA MAYOR
SEGURIDAD AL CAMINAR

HAZLO PARTE DE TU ESTILO!!!

YA A LA VENTA!!!

ENCUENTRANOS EN LA:
J.B. VELA Y MARIANO EGUEZ
(GUIATE POR NUESTRO RÓTULO)

SIGUENOS EN:
FB COMO: THIAGO SHOES

THIAGO SHOES



**CALZADO SANTY
BY**

100% MATERIAL IMPERMEABLE
PLANTA ANTIDESLIZANTE PARA
MAYOR SEGURIDAD AL CAMINAR

ADQUIERELO YA!!!

ENCUENTRANOS EN LA:
J.B. VELA Y MARIANO EGUEZ
(GUIATE POR NUESTRO ROTULO)

SIGUENOS EN:
FB COMO: THIAGO SHOES

THIAGO SHOES