



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
emprendimiento previo a la obtención del Título de
Licenciada en Administración de Empresas**

**TEMA: “Plan de negocios para el desarrollo de una
línea de calzado para el adulto mayor en el cantón
Salcedo provincia de Cotopaxi”**

AUTORA: Lisbeth Dayana Peralta Larcos

TUTORA: Dra. Alicia Giovanna Ortiz Morales, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Julio 2025



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dra. Alicia Giovanna Ortiz Morales, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Plan de negocios para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi**” presentado por la señorita **Lisbeth Dayana Peralta Larcos** para optar por el título de Licenciada en Administración de Empresas, **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, 9 de julio del 2025



Dra. Alicia Giovanna Ortiz Morales, Mg.

C.I. 1802340248

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Lisbeth Dayana Peralta Larcos**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Lisbeth Dayana Peralta Larcos

C.I.0550017321

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.



Ing. Silvia Melinda Oyaque Mora, Mg.

C.I.1802993079



Ing. Juan Gabriel Saltos Cruz, PhD.

C.I. 1802570984

Ambato, 9 de julio del 2025

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 de emprendimiento 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.



Lisbeth Dayana Peralta Larcos

C.I.0550017321

DEDICATORIA

Con el corazón lleno de alegría, gratitud y humildad, inicio estas líneas dedicando este logro a las personas que fueron mi mayor fortaleza a lo largo de esta etapa, que no habría sido posible sin el apoyo incondicional de mi madre Amada por su amor incondicional, ejemplo de lucha y apoyo constante en cada ida a la universidad, a mi padre Hugo por su guía, palabras de aliento y presencia incondicional.

A mi hermano Anthony por ser mi motor, compañía, confidente y compañero que me impulso a no rendirme en los momentos más difíciles, a mi hermana Ángeles gracias por creer en mí, y por esperarme en esas noches que llegaba de clases con alegría y entusiasmo de saber cómo fue y a mi querida hermana menor Alisson, gracias por ser una motivación más de superación cada abrazo y alegría fueron vitaminas de aliento para no desvanecer en el intento.

Con todo mi corazón, agradezco a mis abuelitas, tías, tíos y primos por el amor constante y cada palabra de aliento, gracias por creer en mí y ser mi fuerza diaria en esta bonita aventura.

A mis amigas Jelis, Jessy, Mishel y Erika, gracias por su amistad y compañía, cada conversación, cada risa, noches de desvelo que lo convertíamos en risas, siempre quedara guardado como uno de los mejores momentos vividos en esta etapa universitaria, las llevo en mi corazón.

Alexander, gracias por tu apoyo, paciencia y por regalarme tu compañía y cariño constante, fuiste esa voz de aliento que me impulso a seguir en cada momento difícil transformándolo en risas, gracias por ser parte de esta historia.

Finalmente, un agradecimiento muy profundo a cada uno de los docentes que fueron parte de este logro, por cada motivación, cada palabra de aliento y cada enseñanza que me impulso a seguir y no darme por vencida.

Lisbeth Dayana Peralta Larcos

AGRADECIMIENTO

Al llegar al final de este largo camino, es sin duda una emoción tan grande al recordar momentos, experiencias, aprendizajes y años de esfuerzo con profundo agradecimiento a cada persona que hizo realidad este sueño.

En primer lugar, agradezco a Dios, por cada bendición que me dio al momento de viajar a clases y permitirme regresar con bien a mi casa y darme la fuerza necesaria de no rendirme y seguir firme en cada paso.

A toda mi familia gracias por su apoyo, palabras de aliento, soporte y amor incondicional quienes me inculcaron el valor del trabajo, responsabilidad y perseverancia.

La orientación de la Dra. Giovanna Ortiz represento una guía constante de aprendizaje, paciencia, confianza y apoyo que permitió encaminar este proyecto, al igual que fortaleció mi crecimiento personal y académico, gracias.

Finalmente, agradezco a cada persona que llego a mi vida que sin saberlo dejaron una huella marcada en mi corazón con cada palabra, enseñanza y anécdota compartida, esta etapa termina no solo con conocimientos aprendidos sino también con un sueño cumplido encaminado de personas que confiaron en mí.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE ECUACIONES	xvii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xx
RESUMEN EJECUTIVO	xxi
ABSTRACT	xxii
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Definición del problema de investigación.....	1
1.1.1 Contextualización.....	1
1.2.1 Árbol de problemas	4
1.2.2 Árbol de soluciones.....	5
CAPÍTULO II	7
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	7
2.1 Planteamiento del problema y justificación	7
2.2 Objetivos	8
2.2.1 Objetivo general	8
2.2.2 Objetivos Específicos.....	8
2.3 Beneficiarios	9
2.4 Resultados a alcanzar	9
CAPÍTULO III.....	11
ESTUDIO DE MERCADO	11

3.1 Descripción de los usos y características del producto	11
3.1.1 Plan de negocios.....	11
3.1.2 Calzado para el adulto mayor.....	12
3.1.3 Estudio de mercado	12
3.1.4 Estudio organizacional	13
3.1.5 Estudio económico y financiero	14
3.2 Segmentación de mercado.....	15
3.2.1 Mapa de empatía	16
3.2.2 Buyer personal	16
3.3 Proyección de mercado meta	17
3.3.1 Mercado objetivo	17
3.3.2 Segmentación de mercado.....	18
3.4 Población y muestra	20
3.4.1 Población.....	20
3.4.2 Muestra.....	21
3.5 Metodología de la investigación	23
3.5.1 Enfoque de la investigación	23
3.5.2 Diseño de investigación	24
3.5.3 Tipo de investigación	25
3.5.4 Modalidad de la investigación	26
3.5.6 Técnica	27
3.5.7 Instrumento	27
3.7 Estudio de la demanda	48
3.7.1 Demanda de personas.....	48
3.7.2 Cálculo de demanda (producto)	50
3.7.3 Demanda proyectada de productos	51
3.8 Estudio de la oferta.....	52
3.8.1 Oferta en personas.....	53
3.8.2 Cálculo de la oferta de productos.....	55
3.8.3 Oferta proyectada en el producto	56
3.9 Mercado Potencial (DPI).....	58

3.9.1 Demanda Potencial Insatisfecha	58
3.10 Análisis de precio	59
3.11 Comercialización.....	61
3.11.1 Canales de distribución	61
3.11.2 Canales de comunicación	62
3.12 FODA.....	63
3.12.1 Análisis interno (PCI).....	65
3.12.2 Análisis externo (POAM).....	67
3.12.3 Matriz FODA cruzada	69
CAPÍTULO IV	72
ESTUDIO TECNICO	72
4.1 Tamaño optimo del proyecto.....	72
4.1.1 Factores determinantes de tamaño	72
4.1.2 Tamaño optimo.....	73
4.2 Macro y Micro localización	75
4.2.1 Macro localización	76
4.2.2 Micro Localización	76
4.3 Localización optima.....	77
4.4 Ingeniería del proyecto.....	79
4.4.1 Estado inicial.....	79
4.4.2 Proceso (producción o servucción)	83
4.4.3 Diagrama de flujo.....	86
4.4.4 Balance de materiales.....	89
CAPÍTULO V	100
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	100
5.1 Aspectos generales	100
5.1.1 Logo	100
5.1.2 Eslogan.....	101
5.2 Jerarquización	102
5.2.1 Diseño organizacional.....	102
5.2.2 Misión	103

5.2.3 Visión	104
5.2.4 Valores.....	105
5.3 Estructura Organizativa.....	107
5.4 Estructura Funcional	109
5.5 Manual de funciones	111
CAPÍTULO VI	119
ESTUDIO FINANCIERO	119
6.1 Ingresos	119
6.2 Costos y/o Gastos.....	120
6.2.1 Gastos de operación	121
6.2.2 Gastos administrativos	129
6.2.3 Gastos financieros	134
6.2.4 Resumen de gastos totales del proyecto.....	135
6.3 Activos	135
6.3.1 Activos corrientes o circulante	135
6.3.2 Activos No Corrientes o fijos.....	139
6.4 Pasivo	146
6.4.1 Pasivo a Corto Plazo (cuentas por pagar plazo menor a 1 año).....	146
6.5 Patrimonio	147
6.5.1 Capital Accionario o Capital de trabajo	148
6.5.2 Resumen de Inversión.....	149
6.5.3 Plan de Inversión.....	150
6.5.4 Resultado del Ejercicio	151
6.6 Estado de Resultados Proyectado.....	153
6.7 Situación Financiera Inicial.....	155
6.8 Situación Financiera Proyectada	157
6.9 Flujo de caja	159
6.10 Punto de Equilibrio	161
6.10.1 Punto de Equilibrio en Unidades de Producción.....	162
6.10.2 Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias.....	163
6.10.3 Gráfico.....	164

6.11 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación proyectada	165
6.11.1 Sin financiamiento (TMAR 1)	165
6.11.2 Sin Financiamiento TMAR 2	166
6.12 Indicadores Financieros tiempo presente	167
6.12.1 Índice de solvencia	168
6.12.2 Índice de liquidez	169
6.12.3 Índice de endeudamiento.....	170
6.12.4 Índice de apalancamiento	171
6.13 Evaluadores de tiempo futuro	172
6.13.1 Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN1, VAN2)	172
6.13.2 Tasa beneficio-costos	174
6.13.3 Periodo de recuperación de la inversión	175
6.13.4 Tasa interna de retorno (TIR)	177
6.14 Análisis de sensibilidad	178
CAPÍTULO VII.....	181
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	181
7.1 Conclusiones	181
7.2 Recomendaciones.....	182
BIBLIOGRAFÍA	183
ANEXOS	204

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios	9
Tabla 2. Descripción de usos y características del producto	15
Tabla 3. Segmentación de mercado	18
Tabla 4. Nivel socioeconómico	19
Tabla 5. Mercado meta	20
Tabla 6. Género	29
Tabla 7. Edad	30
Tabla 8. Oferta del producto	31
Tabla 9. Demanda del producto	32
Tabla 10. Criterios de preocupación al elegir calzado	33
Tabla 11. Frecuencia de compra	34
Tabla 12. Aspectos para considerar en el producto	36
Tabla 13. Precio	37
Tabla 14. Puntos de venta	38
Tabla 15. Promociones	39
Tabla 16. Preferencias de materiales	41
Tabla 17. Sistema de ajuste de calzado	42
Tabla 18. Estilo de calzado	43
Tabla 19. Tipos de usos	44
Tabla 20. Colores de calzado	45
Tabla 21. Tipo de soporte	47
Tabla 22. Demanda en personas	49
Tabla 23. Proyección de demanda de personas	49
Tabla 24. Cálculo de demanda de productos	51
Tabla 25. Demanda proyectada de productos	52
Tabla 26. Cálculo de la oferta en personas	54
Tabla 27. Proyección de oferta de personas	54

Tabla 28. Cálculo de la oferta de productos	56
Tabla 29. Oferta proyectada en el producto	57
Tabla 30. Demanda Potencial Insatisfecha	58
Tabla 31. Precio	60
Tabla 32. Análisis FODA	64
Tabla 33. Calificación de ponderación de la matriz PCI	65
Tabla 34. Fortalezas/Debilidades	66
Tabla 35. Matriz PCI.	66
Tabla 36. Calificación de ponderación de la matriz POAM.....	67
Tabla 37. Oportunidades/ Amenazas	68
Tabla 38. Matriz POAM.....	68
Tabla 39. Matriz FODA cruzado	70
Tabla 40. DPI real.....	75
Tabla 41. Escala de impacto de la Localización optima.....	78
Tabla 42. Ponderación de Localización optima.....	78
Tabla 43. Materia prima	80
Tabla 44. Insumos.....	81
Tabla 45. Materiales indirectos de fabricación.....	82
Tabla 46. Servicios básicos	83
Tabla 47. Tabla de producción.....	84
Tabla 48. Simbología ASME.....	87
Tabla 49. Maquinaria.....	89
Tabla 50. Equipo de producción.....	90
Tabla 51. Equipo de cómputo	91
Tabla 52. Muebles y enseres.....	92
Tabla 53. Suministros de oficina	93
Tabla 54. Suministros de Limpieza	94
Tabla 55. Menaje	95
Tabla 56. Personal de contacto indirecto.....	96

Tabla 57. Personal de contacto directo	96
Tabla 58. Distribución de la planta.....	98
Tabla 59. Matriz Axiológica	106
Tabla 60. Ingresos Brutos.....	119
Tabla 61. Materia Prima	122
Tabla 62. Insumos.....	123
Tabla 63. Materiales Indirectos de Fabricación.....	124
Tabla 64. Depreciación.....	125
Tabla 65. Amortización	126
Tabla 66. Mantenimiento.....	127
Tabla 67. Personal de contacto directo	127
Tabla 68. Personal de contacto Indirecto.....	128
Tabla 69. Total, gastos de operación	129
Tabla 70. Suministros de oficina	130
Tabla 71. Suministros de limpieza	131
Tabla 72. Arriendo.....	132
Tabla 73. Servicios Básicos.....	132
Tabla 74. Sueldos y salarios	133
Tabla 75. Total, gastos administrativos	133
Tabla 76. Apertura de cuenta.....	134
Tabla 77. Resumen de gastos	135
Tabla 78. Total, Activo Circulante.....	138
Tabla 79. Maquinaria.....	139
Tabla 80. Equipos	140
Tabla 81. Equipo de Computo.....	140
Tabla 82. Herramientas.....	141
Tabla 83. Menaje	141
Tabla 84. Muebles y Enseres	142
Tabla 85. Total, Activos Fijos.....	143

Tabla 86. Depreciación Acumulada.....	144
Tabla 87. Activos Intangibles	145
Tabla 88. Amortización	146
Tabla 89. Plan de Inversión	150
Tabla 90. Resultado del Ejercicio.....	152
Tabla 91. Estado de resultaos Proyectado	154
Tabla 92. Situación Financiera Inicial.....	156
Tabla 93. Situación Financiera Proyectada	158
Tabla 94. Flujo de caja	160
Tabla 95. Gastos Fijos y Variables	161
Tabla 96. TMAR Global Mixto 1	166
Tabla 97. TMAR Global Mixto 2	167
Tabla 98. Análisis de sensibilidad	179

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1. Tasa de Crecimiento Poblacional	20
Ecuación 2. Muestra Finita	23
Ecuación 3. Estimación	74
Ecuación 4. Depreciación.....	124
Ecuación 5. Amortización	126
Ecuación 6. Pasivo Circulante.....	147
Ecuación 7. Patrimonio	148
Ecuación 8. Capital de Trabajo	148
Ecuación 9. Inversión Inicial.....	149
Ecuación 10. Punto de Equilibrio en unidades producidas	163
Ecuación 11. Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias	163
Ecuación 12. TMAR 1 Sin Financiamiento	166
Ecuación 13. TMAR 2 Sin Financiamiento	167
Ecuación 14. Índice de Solvencia	168
Ecuación 15. Índice de Liquidez	169
Ecuación 16. Índice de Endeudamiento	170
Ecuación 17. Índice de Apalancamiento	171
Ecuación 18. VAN 1	173
Ecuación 19. VAN 2	174
Ecuación 20. Tasa beneficio-costo	175
Ecuación 21. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	176
Ecuación 22. Tasa interna de retorno (TIR)	177

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas	4
Figura 2. Árbol de soluciones	5
Figura 3. Mapa de empatía.....	16
Figura 4. Buyer persona	17
Figura 5. Género	29
Figura 6. Edad	30
Figura 7. Oferta del producto	31
Figura 8. Demanda del producto.....	32
Figura 9. Criterios de preocupación al elegir calzado.....	34
Figura 10. Frecuencia de compra	35
Figura 11. Aspectos para considerar en el producto	36
Figura 12. Precio	37
Figura 13. Puntos de venta	38
Figura 14. Promociones	40
Figura 15. Preferencias de materiales	41
Figura 16. Sistema de ajuste de calzado	42
Figura 17. Estilo de calzado	43
Figura 18. Tipos de usos	44
Figura 19. Colores de calzado	46
Figura 20. Tipo de soporte	47
Figura 21. Proyección de demanda de personas	50
Figura 22. Demanda proyectada de productos	52
Figura 23. Proyección de oferta de personas	55
Figura 24. Oferta proyectada en el producto.....	57
Figura 25. Demanda Potencial Insatisfecha	59
Figura 26. Precio	61
Figura 27. Canal de distribución	62

Figura 28. Canal de comunicación.....	63
Figura 29. DPI real anual	75
Figura 30. Macro Localización	76
Figura 31. Micro Localización.....	77
Figura 32. Diagrama de flujo	88
Figura 33. Distribución de la planta.....	99
Figura 34. Logo del proyecto	101
Figura 35. Estructura Organizativa	108
Figura 36. Referencias de la estructura organizativa	108
Figura 37. Estructura Funcional.....	110
Figura 38. Referencias del organigrama funcional	110
Figura 39. Manual de funciones 1 de 7	112
Figura 40. Manual de funciones 2 de 7	113
Figura 41. Manual de funciones 3 de 7	114
Figura 42. Manual de funciones 4 de 7	115
Figura 43. Manual de funciones 5 de 7	116
Figura 44. Manual de funciones 6 de 7	117
Figura 45. Manual de funciones 7 de 7	118
Figura 46. Ingresos Brutos proyección	120
Figura 47. Punto de Equilibrio.....	164

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Validaciones.....	204
Anexo B. Cuestionario.....	211
Anexo C. Inflación Acumulada Anual.....	215
Anexo D. Sueldos Administrativos.....	216
Anexo E. Sueldos de Personal Directo	217
Anexo F. Sueldo de Personal Indirecto.....	219
Anexo G. Precio del producto	220
Anexo H. Flujo de caja (+10%).....	221
Anexo I. VAN 1 (+10%).....	222
Anexo J. VAN 2 (+10%)	223
Anexo K. Tasa Interna de Retorno (TIR +10%).....	224
Anexo L. Relación Beneficio Costo (+10%).....	224
Anexo M. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI +10%).....	225
Anexo N. Flujo de caja (-10%).....	226
Anexo O. VAN 1 (-10%)	227
Anexo P. VAN 2 (-10%)	228
Anexo Q. TIR (-10%).....	229
Anexo R. Tasa Beneficio Costo (-10%).....	229
Anexo S. PRI -10%.....	230

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como finalidad el diseño de un plan de negocios para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi, con la finalidad de satisfacer las necesidades que el segmento demanda como productos que brinden comodidad, seguridad, durabilidad, diseño, fácil ajuste, tipo de soporte y precio accesible.

Por esta razón, se desarrolló objetivos relacionados como, para el estudio de mercado se identificó la demanda y oferta de manera cuantitativa al igual que el reconocimiento de factores externos e internos con los que conto el proyecto y la aplicación de estrategias que garantizan la eficiencia y eficacia acompañado de los canales de comunicación.

El estudio técnico y organizacional determino la viabilidad operativa del emprendimiento considerando su ubicación estratégica, además se estableció los procesos productivos de manera eficiente y ordenada al igual que su recepción de materia desde el inicio hasta el producto teniendo al igual que en el estudio económico y financiero que permitió su viabilidad y el rendimiento.

Así mismo el estudio evidencio la factibilidad de una línea de calzado para el adulto mayor con un 95% de aceptación en el mercado al igual que se comprobó la factibilidad de la ubicación estratégica a nivel técnico y organizacional y el análisis financiero demostró la rentabilidad del proyecto con indicadores solidos como el VAN de \$74093,79, TIR de 68% y PRI de 1 año 4 meses y 24 días.

PALABRAS CLAVES: EMPRENDIMIENTO, PLAN DE NEGOCIOS, PROCESO PRODUCTIVO, FACTIBILIDAD, AJUSTE

ABSTRACT

The purpose of this work is to design a business plan for the development of a line of footwear for the elderly in the Salcedo canton, province of Cotopaxi, in order to meet the needs that the segment demands as products that provide comfort, safety, durability, design, easy fit, type of support and affordable price.

For this reason, related objectives were developed such as, for the market study, the demand and supply were identified quantitatively as well as the recognition of external and internal factors that the project relies on and the application of strategies that guarantee the efficiency and effectiveness along with the communication channels.

The technical and organizational study determined the operational feasibility of the enterprise considering its strategic location, also established the production processes in an efficient and orderly manner as well as the reception of material from the beginning to the product, as well as the economic and financial study that allowed its feasibility and performance.

Likewise, the study evidenced the feasibility of a line of footwear for the elderly with 95% of acceptance in the market as well as the feasibility of the strategic location at technical and organizational level and the financial analysis showed the profitability of the project with solid indicators such as NPV of \$74093.79, PRI of 68% and IRR of 1 year 4 months and 24 days.

KEY WORDS: ENTREPRENEURSHIP, BUSINESS PLAN, PRODUCTIVE PROCESS, FEASIBILITY, ADJUSTME

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Definición del problema de investigación

En el cantón Salcedo se observó un aumento notable de adultos mayores los cuales enfrentan dificultades relacionadas con el bienestar físico, uno de los principales aspectos es el uso de calzado inadecuado puesto que genera consecuencias negativas de inseguridad, caídas e incluso limita su comodidad, en cada una de sus actividades.

Por consiguiente, en el cantón Salcedo se oferta calzado orientado a tendencias juveniles dejando de lado las necesidades específicas que busca un calzado adecuado para el adulto mayor que cumpla con sus necesidades de seguridad, comodidad y ajuste, teniendo en cuenta que se los productos sean de calidad, lo que contribuirá a la mejora de la calidad de vida.

Sin embargo, se plantea la necesidad de desarrollar el proyecto de emprendimiento siendo esta una línea de calzado para el adulto mayor, considerando sus necesidades puesto que no solo le permitirá dar cada paso con seguridad, sino que también una mejoría en el diario vivir.

1.1.1 Contextualización

Plan de negocios para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi.

La problemática de los adultos mayores es no, encontrar calzado adecuado en el continente Americano, mediante sus experiencias y expectativas en vista que merecen y necesitan contar con calzado cómodo y adecuado que permita seguir con cada una de sus

actividades, el mismo se presentó mediante un diseño especializado que cuenta con un conjunto de condiciones que contribuyo a tener una mejor comodidad, especialmente en el calzado urbano el mismo cuenta con consideraciones ergonómicas, patológicas y su factor de diseño (Navarro, 2020).

El desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor nace de la necesidad de encontrar zapatos cómodos que cuentan con buena calidad y que promueven el bienestar de los mismos, tanto físico como emocional, a partir de cierta edad surgen enfermedades que cohiben el uso de zapato común de esta manera surge la creación de una nueva línea de calzado en empresas productoras de las mismas al desarrollar diseños más cómodos y flexibles para los adultos mayores (Gómez et al., 2024).

Por otro lado, Maya (2020) señala que el grupo de adultos mayores creciente que tienen la necesidad de encontrar calzado adecuado que sean especializados y se adapten a sus necesidades físicas y de movilidad, de tal manera que en algunos países de América las empresas productoras de calzado se vieron en la necesidad de implementar una nueva línea de calzado enfocado en el adulto mayor el mismo cuenta con comodidad, seguridad y prevención de caídas, dolores circulares, entre otros. Además, busca que sus diseños sean funcionales y atractivos para el consumidor.

La idea de realizar calzado para el adulto mayor nace a partir de la necesidad de buscar zapatos que sean cómodos y cuenten con diseños excepcionales para América Latina, de tal manera que los expertos realizan modelos especializados que se ajusten a las necesidades de los consumidores siendo estos exportados en Latinoamérica principalmente en Perú y Colombia, su principal producto de fabricación son alpargatas esto se debe a que presentan una gran comodidad, son ergonómicas y sirven para el día a día en vista de que se encuentran realizados en moldes perfectos y diseñados para el adulto mayor (Zurita, 2023).

En América del sur, el mercado de calzado de adultos mayores ha presentado un crecimiento significativo en los últimos años dado que presenta una población en

crecimiento y constante aumento, los mismos presentan cubrir otras necesidades como lo es de la de calzado especializado que busca comodidad, seguridad y diseño funcional los mismos se encuentran presenten en suelas antideslizantes, plantillas ortopédicas y material liviano y flexible, que cuente con un diseño inspirado en la década de los 50's, tras el mismo se presenta inspiración dado por la empresa Cardini, enfatizado en la importancia y confort de un buen calzado mediante el storytelling (Barajas, 2024).

Los adultos mayores experimentan cambios físicos, emocionales y conductuales que dificultan el cumplimiento de sus actividades diarias, esta incluye la implementación de calzado adecuado. En Cartagena, la oferta de calzado especializado para adultos mayores es limitado y los pocos que hay cumplen con necesidades de calidad, comodidad y estilo, este busca en presentar diseños que se ajusten a su mejora y los requerimientos y en ofertar calzado que sea accesible y de conocimiento (Bernard, 2021).

Por lo general el adulto mayor no encuentran calzado acorde a sus necesidades de tal manera que genera incomodidad cabe considerar que el adulto mayor siendo una segmentación de mercado importante en Ecuador, debe contar con calzado adecuado que genere comodidad y cuidado en la salud de los pies, por lo tanto, tienden a ser diseños que brinden soporte y confort que permita ser utilizado a cada momento y los mismo cuentan con un ajuste cómodo y versátil (Reyes, 2024).

Los adultos mayores son un mercado en aumento, de tal manera que presenta una disminución en la tasa de natalidad y por ende el incremento de población mayor, por lo que surge idealizar un diseño de calzado dirigido para esta segmentación de mercado, de tal manera que se sientan cómodos y puedan ser implementados en su uso diario los mismo cuentan con diseños a la moda y con gran comodidad y flexibilidad (Otero et al., 2021).

Las enfermedades podológicas son un factor que los adultos mayores no pueden ocultar como es el caso del pie diabético que se ve afectado a partir de los 65 años, de tal manera que buscan calzado adecuado y cómodo que permita seguir en el desarrollo cada una de sus actividades por esta problemática nace el desarrollo de una nueva línea de calzado

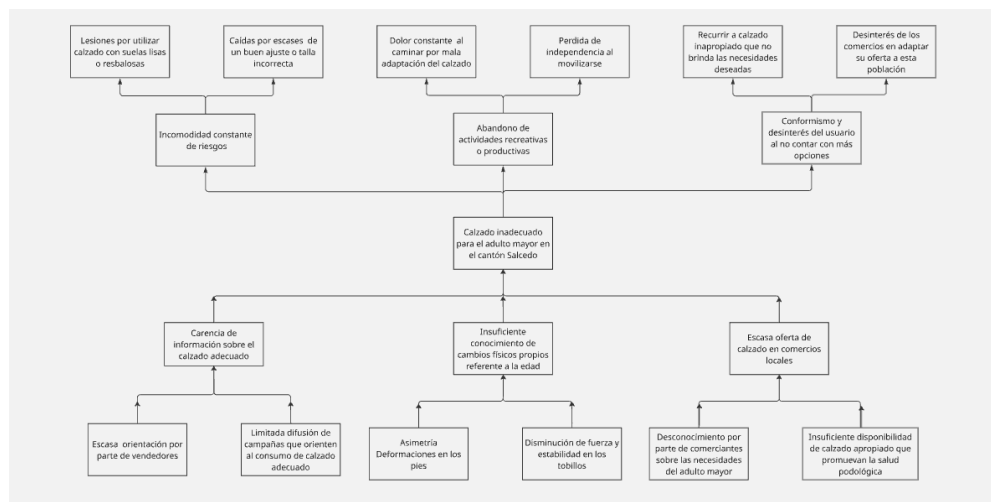
especializado que se adapte a sus necesidades de complicaciones patológicas (Cedeño, 2022).

1.2 Desarrollo y análisis del problema

1.2.1 Árbol de problemas

Figura 1

Árbol de problemas



Nota: Se muestra el problema central identificado, de calzado inadecuado para el adulto mayor el cual refleja la problemática a estudiar en el proyecto.

Limitada difusión de campañas que orienten al consumo de calzado adecuado provoca una carencia de información del calzado inadecuado para el adulto mayor en el cantón Salcedo generando incomodidad constante de riesgos y caídas por falta de un buen ajuste o talla incorrecta.

La disminución de fuerza y estabilidad en los tobillos en cierta medida presenta insipiente conocimiento de cambios físicos propios referentes a la edad dado que el calzado es inadecuado para el adulto mayor en el cantón Salcedo genera el abandono de actividades recreativas o productivas dando paso a la pérdida de independencia al movilizarse.

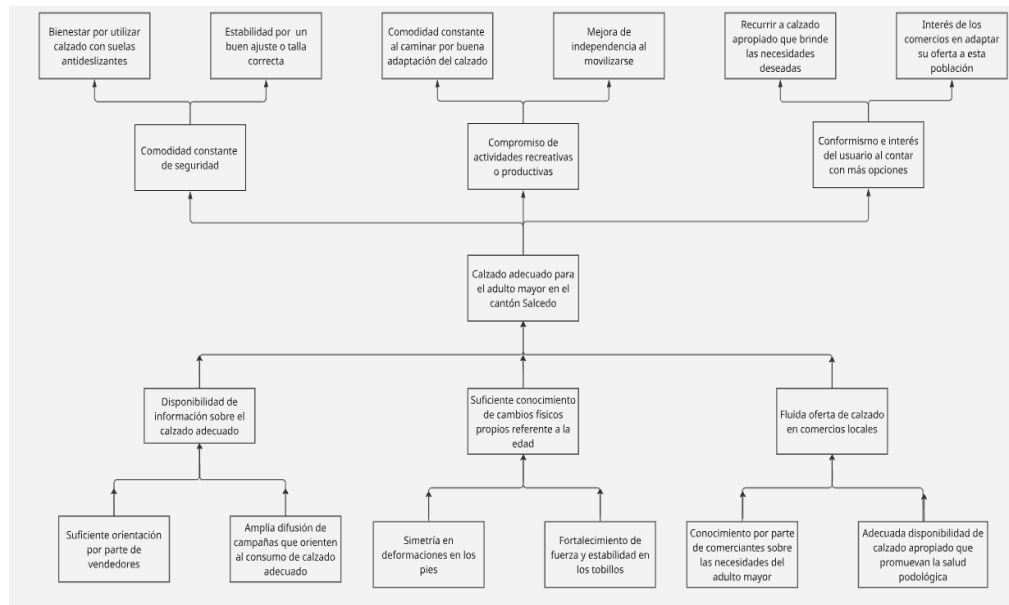
Desconocimiento por parte de comerciantes sobre las necesidades del adulto mayor de tal manera se presenta una escaza oferta de calzado en comercios locales puesto que hay calzado inadecuado para el adulto mayor en el cantón Salcedo por lo tanto existe conformismo y desinterés del usuario al no contar con más opciones y recurrir a calzado inapropiado que no brinda las necesidades deseadas.

Insuficiente disponibilidad de calzado apropiado que promuevan la salud podológica, por esta razón se presenta la escaza oferta de calzado en comercios locales dando paso al calzado inadecuado para el adulto mayor en el cantón Salcedo por lo tanto genera incomodidad constante de riesgos y lesiones por utilizar calzado con suelas lisas o resbalosas.

1.2.2 Árbol de soluciones

Figura 2

Árbol de soluciones



Nota: El árbol de soluciones se integraron medidas para una mejor efectividad y erradicación de problema.

Suficiente orientación por parte de vendedores genera una mayor disponibilidad de información sobre el calzado adecuado para el adulto mayor en el cantón Salcedo y comodidad constante de seguridad de manera que brinda bienestar por utilizar calzado con suelas antideslizantes.

Fortalecimiento de fuerza y estabilidad en tobillos por lo tanto ofrece suficiente conocimiento de cambios físicos propios referente a la edad con relación al calzado adecuado para el adulto mayor en el cantón Salcedo y compromiso de actividades recreativas o productivas dando paso a la mejora de independencia al moverse.

Conocimiento por parte de comerciantes sobre las necesidades del adulto mayor es decir se desarrolla una fluida oferta de calzado en comercios locales es decir se presenta un calzado adecuado para el adulto mayor en el cantón Salcedo y conformismo e interés del usuario al contar con más opciones de tal manera que recurren al calzado apropiado que brinda las necesidades deseadas.

Adecuada disponibilidad de calzado apropiado que promueva la salud podológica y la fluida oferta de calzado en comercios locales brindando un calzado adecuado para el adulto mayor en el cantón Salcedo generando comodidad constante de seguridad y brinde bienestar por utilizar calzado con suelas antideslizantes.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Planteamiento del problema y justificación

La creación de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, responde a una necesidad de productos especializados los mismos brindan comodidad, seguridad y soporte adecuado para esta segmentación.

A medida que la población envejece muchos de los adultos mayores se enfrentan a afecciones podológicas o deformidades en los pies y enfermedades podológicas dérmicas, de tal manera que se justifica la inclusión de especialistas en podología que contribuyen al buen direccionamiento de calzado adecuado respondiendo a las necesidades del adulto mayor (Martínez et al., 2021).

Además, la escasez de oferta en este segmento presenta una oportunidad económica del desarrollo de una nueva línea de calzado especializada que contribuyo a la mejora del bienestar de la población en el cantón Salcedo, disminuyo los riesgos asociados a caídas o molestias, este proyecto no solo busco satisfacer las necesidades de un segmento en específico, sino que también fomento la inclusión de vida social del adulto mayor mediante el producto que brindo una mejor comodidad en cada de sus actividades cotidianas.

El factor diferenciador de esta línea de calzado revelo que los tipos de materiales con los cuales se encuentran diseñados fueron de buena calidad y de fácil ajuste, por tal motivo los individuos presentaron una buena aceptación de igual manera se observó una sólida facilidad de adquisición en lugares de calzado común sin la necesidad de buscar en tiendas especializadas y que se encuentran lejos del cantón.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi.

2.2.2 Objetivos Específicos

Desarrollar un estudio de mercado que mida la factibilidad para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor.

Elaborar un estudio técnico organizacional que evalúe la factibilidad para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor.

Realizar un estudio económico y financiero que examine la factibilidad para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor.

2.3 Beneficiarios

Tabla 1

Beneficiarios

Implicados	Intereses	Beneficios
Proveedores	Contar con materiales de calidad que brinden estabilidad y confianza	Incremento de ventas
Clientes	Encontrar calzado, cómodo, fácil ajuste y adaptado a sus condiciones.	Mejora la calidad de vida y bienestar diario
Competidores	Mantenerse en el mercado o aplicar estrategias competitivas	Innovar en productos o servicios
Empleados	Oportunidad laboral y estabilidad económica	Trabajo seguro y estable con un buen ambiente laboral
Colaboradores	Inclusión en proyectos de diseños	Satisfacción laboral
Sociedad Civil	Inclusión de comunidades vulneradas	Participación responsable y solidaria
Comunidad	Inclusión y bienestar del adulto mayor	Impulsar al comercio local
Emprendedor	Brinda un producto rentable y de impacto social	Generar ingresos y posicionarse en el mercado

Nota: Se presenta la tabla con los beneficiarios del plan de negocios.

2.4 Resultados a alcanzar

El principal resultado que se esperó alcanzar en el proyecto de emprendimiento es el diseño de una línea para el adulto mayor el mismo se adaptó a las necesidades tanto físicas como funcionales del producto no dejando de lado el modelo, colores y tipo de ajuste considerando cada una de las percepciones del consumidor.

Mediante el estudio de mercado se esperó reconocer el nivel de aceptación de una nueva línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo, dado que busca identificar cuáles son sus principales necesidades para cumplir considerando como el uso inadecuado incide de manera directa en afectaciones físicas del adulto mayor, mediante la misma se busca brindar un producto funcional que permita prevenir caídas y facilitar el diario vivir. Así mismo se anhela fomentar la adquisición de calzado que contribuya a la economía en el mercado, se esperó que el proyecto genere un impacto positivo social y que permita una participación de adultos mayores en cada una de sus actividades cotidianas.

Además, se implementó materiales ligeros, transpirable y de buena calidad para un mejor confort y suelas antideslizantes que sean anticaídas, siendo la principal característica su fácil ajuste, esto incluirá mejoras de movilidad, resistencia y durabilidad.

Finalmente se buscó alcanzar un impacto positivo en la calidad de vida de los adultos mayores teniendo en cuenta que este proyecto permita presentar la viabilidad y fiabilidad del proyecto dado que el producto ayuda a promover el bienestar e independencia del adulto mayor.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Descripción de los usos y características del producto

Esta nueva línea de calzado dedicado para el adulto mayor indico un producto que cuenta con materiales de calidad priorizando la comodidad, ajuste y seguridad, además contribuye al bienestar integral del adulto mayor adaptándose en su uso diario lo que garantizó que sea un producto funcional.

3.1.1 Plan de negocios

Es una herramienta que permitió organizar, planificar y alcanzar sus objetivos, la misma reúne información relevante para evaluar la viabilidad de un emprendimiento la misma propone alternativas de solución a ciertos problemas del medio. Además, se consideró todos los recursos que cuenta el negocio ya sean propios o externos, también tiende a ver la rentabilidad y competitividad en el mercado y la ejecución de estrategias (Guaytán, 2020).

Un plan de negocios presenta la relación con el crecimiento económico y modelos de negocios los cuales son implementados para desarrollar planes de negocios para emprender e impulsar ideas de negocios de proyectos innovadores dentro de las mismas se estructuran los planes de negocios, análisis financieros, marketing y contexto legal para el éxito de emprendimientos (Cristancho et al., 2021).

Se desarrollo un plan de negocios para la puesta en marcha de proyecto, la misma describió las estrategias, al tener en cuenta, el mercado y la competencia del medio con la finalidad de posicionarse en el mercado, teniendo en cuenta los estudios de mercado, económico y financiero. Además, genero claridad y un buen direccionamiento del proyecto.

3.1.2 Calzado para el adulto mayor

El envejecimiento de las personas conlleva a sufrir cambios en la salud podológica, de tal manera que se requiere de una atención especializada, así mismo surge el plan de negocios de la implementación de una nueva línea de calzado que cumpla con cada una de sus necesidades lo que facilita la calidad de vida con la implementación de este dado que el estudio revelo que el 83% de adultos mayores cuentan con deformidades osteoarticulares y enfermedades podológicas dérmicas (Saucedo, 2023).

La investigación contemplo las necesidades, gustos y preferencias en relación al calzado para adultos mayores, el mismo se tomara en cuenta los problemas comunes que se presentan como es los juanetes, callos, dedos de martillo, las cuales se encuentran asociados al uso diario de calzado adecuado, dado que soportan el peso diario de igual manera se prioriza la estética, moda, comodidad y seguridad las cuales se adaptan a las necesidades del adulto mayor (Londoño et al., 2021).

Con el proyecto se buscó que el adulto mayor se incline por un calzado adecuado que se ajuste a sus necesidades teniendo en cuenta que con el tiempo los pies sufren cambios o presentan problemas de salud que se ven afectados por el mismo, para ello se desarrolló calzado que no solo brindo comodidad, sino que también ayudo a aliviar dolor en los pies y ofreció un fácil ajuste que marco la diferente ante el zapato común.

3.1.3 Estudio de mercado

Este es desarrollado para un plan de negocios según, Cevallos (2022) comprende la estructura organizacional de un sector en específico la misma es compleja y dinámica debido a la variedad de servicios o productos que puedan ser prestados por la empresa. Además, tiende a variar de sus factores como el tamaño, ubicación y entorno de igual manera influye en la gestión del talento humano y las operaciones internas que se presenten, crucial para dar cumplimiento a los objetivos de la organización.

Permitió identificar la demanda y oferta en las cuales analizan los precios y comercialización dando paso a reconocer las necesidades del cliente en un área geográfica específica (Andrade et al., 2022), esta investigación implementa técnicas para evaluar el entorno micro y macro, facilitando las decisiones empresariales de igual identificar problemas de competencia en mercados o sectores.

Mediante el estudio de mercado se entendió como es el comportamiento de compra del adulto mayor, mediante la recolección y análisis de datos, siendo este del calzado para el adulto mayor en el mismo se conoció las preferencias, necesidades y comportamientos de los consumidores, pero también se identificó la competencia y las tendencias actuales, las cuales fueron de gran importancia para la toma decisiones y ayudo a reducir riesgos y adaptarse a la mejora de cambios en el entorno.

3.1.4 Estudio organizacional

Es un análisis detallado que presento una estructura, procesos y el funcionamiento de la empresa, cuyo objetivo principal es identificar cada una de las responsabilidades, la asignación y cumplimiento de tareas en las que se observa que tan eficiente es el flujo de trabajo y se puede evaluar si la organización trabaja de manera efectiva y también presentan la aplicación de mejora de posibles áreas y optimiza la toma de decisiones las cuales se incluyan con la estructura (Fernández, 2020).

Para, Stecher et al., (2023), un estudio organizacional es un estudio empírico de los procesos que forman parte de una organización en la cual se refleja el estado de la empresa y comprende el funcionamiento interno mediante la identificación de fortalezas y debilidades lo que permite realizar ajustes, al promover un entorno laboral fluido y cohesionado.

El estudio organizacional del proyecto de emprendimiento se centró en dar cumplimiento a su misión, visión y valores empresariales dado que define la identidad del proyecto y

permitió alinearse a los objetivos y la cultura organizacional así mismos, se identificó los recursos, procesos y estrategias apropiados que garantizaron la sostenibilidad y competitividad en el mercado.

3.1.5 Estudio económico y financiero

Los análisis financieros son considerados un papel fundamental que se cumple en las organizaciones para identificar el desempeño económico de toda la organización mediante la misma se logra realizar correcciones necesarias las mismas son presentadas mediante indicadores, además brinda información veraz y actual de la organización (Marcillo et al., 2021).

Las organizaciones para ser eficientes realizan análisis financieros los cuales evalúan y permiten conocer la situación empresarial de desempeño económico y financiero mediante la misma se detecta dificultades y se aplican correctivos a los mismos en caso de presentarse facilitado la toma de decisiones gerenciales, económicas y financieras de una organización (Sánchez, 2022).

Mediante el estudio financiero y económico se estimó la factibilidad, viabilidad y sostenibilidad de la puesta en marcha del proyecto, el mismo presento los costos de producción, materias primas, insumos, materiales indirectos entre otros, lo que permitió establecer precios competitivos del calzado y garantizo que el proyecto sea viable y sostenible.

Tabla 2

Descripción de usos y características del producto

Producto	Descripción	Características	Usos
Calzado para el adulto mayor	Es un calzado adecuado para el adulto mayor, el mismo brinda seguridad y fácil ajuste	Son zapatos ligeros, cómodos, con suela antideslizante, cuenta con materiales de calidad y transpirables, su plantilla es ortopédica, además es ideal dado que tiene un fácil ajuste al pie.	Es utilizada por el adulto mayor

Nota: La tabla muestra la descripción, usos y las características del producto

3.2 Segmentación de mercado

El estudio de las preferencias del consumidor es de suma importancia debido al alto índice de fracasos que se presentan en el mercado por el desconocimiento del mercado en su consumo frecuente y la creciente diversidad de la demanda, en la misma se identifica el valor del consumidor mediante una segmentación de mercado la cual divide un mercado amplio en un grupo menor y homogéneo que comparten las mismas características o comportamientos de consumidores o necesidad a cubrir (Sánchez, 2021).

El mercado presenta diferentes necesidades como de gusto, culturas y poder adquisitivo, esto impulsa a realizar una segmentación de mercado es decir que cuente con grupos con características similares lo que facilita la aplicación de productos o servicios en dicho mercado, no solo incluye a los compradores reales sino también a potenciales por lo que plantean diferentes estrategias de marketing para cada segmento (Romero, 2021).

La segmentación de mercado definió el mercado objetivo de adultos mayores con la finalidad de enfocarse en un solo grupo de estudio, el mismo permitió diseñar un producto de calidad y de fácil ajuste lo cual concientizo la fidelización del cliente y un buen direccionamiento del proyecto.

3.2.1 Mapa de empatía

Figura 3
Mapa de empatía



Nota: El mapa de empatía refleja de manera adecuada las percepciones, aspiraciones, sentimientos y necesidades del consumidor.

3.2.2 Buyer personal

Según Mantilla y Larrea (2024), el buyer persona se basa a partir de supuestos, comportamientos de individuos con intereses o preferencias iguales que brindan a las organizaciones a identificar y diseñar productos o servicios que se acoplen a lo que buscan a base de datos o patrones.

Se considera como una herramienta útil para comprender al cliente así mismo se encontraron características similares, comportamientos, intereses y sus necesidades, por ello se busco desarrollar el producto orientandose en cubrir las necesidades.

Figura 4

Buyer persona



Nota: Comprende al cliente esperado para el producto, teniendo en cuenta sus características, motivaciones, gustos y aficiones, consumo e intereses.

3.3 Proyección de mercado meta

3.3.1 Mercado objetivo

El mercado objetivo según, Romero (2023) es identificar un grupo en específico de consumidores a los que se espera llegar con productos o servicios, que comparten las mismas características similares como la edad, intereses, ubicación geográfica o los

comportamientos de compra, lo que facilita ofertar y presentar estrategias de marketing para satisfacer sus necesidades y deseos, de sus mejoras en la satisfacción del cliente.

Para definir un mercado objetivo esta propone un análisis que considere las características del negocio como los riegos y las oportunidades, los mismos ayudan a alinear sus intereses con estrategias efectivas tanto de servicios como de productos (Solorzano y Parrales, 2021).

El mercado objetivo del proyecto se enfocó en adultos mayores que presenten las mismas necesidades, que buscaron comodidad, seguridad y un ajuste fácil, además se pronosticó que un buen calzado de calidad y seguro impulso el interés por parte del consumidor puesto que mejoró la calidad de vida del adulto mayor.

3.3.2 Segmentación de mercado

Tabla 3

Segmentación de mercado

Variable de segmento	Variable	Datos	Fuente	Año
	Población de			
Geográfica	Ecuador	18103160	INEC	2025
Geográfica	Zona 3	1683511	INEC	2025
	Provincia de			
Geográfica	Cotopaxi	493382	INEC	2025
Geográfica	Cantón Salcedo	70344	INEC	2025
	65-70 años	12492	INEC	2025
	71-75 años	10455	INEC	2025
	76-80 años	7667	INEC	2025
	Más de 80 años	10056	INEC	2025
	Adultos mayores del Cantón Salcedo 65 años en adelante	40670	INEC	2025
Demográfico	Nivel socioeconómico C+, C- y D	35383	INEC	2025

Nota. Segmentación de mercado basado en datos obtenidos del Instituto Nacional

de Estadística y Censos proyectado (INEC, 2025).

Mediante la información obtenida del INEC proyectado (2025). Se realizó la segmentación de mercado de los adultos mayores desde lo general hasta lo más específico como fue mediante el nivel socioeconómico del estrato C+, C- y D por ello se presentó un mercado meta de 35383 adultos mayores.

Además, se obtuvo el nivel socioeconómico mediante (INEC, 2025), el cual identifico cinco estratos sociales, pero para el proyecto solo se consideró el estrato C+, C- y D dado que la mayoría de la población son de estos estratos económicos.

Tabla 4

Nivel socioeconómico

Promedio índice de vejez	45
Población de Cotopaxi	493382
Población de Salcedo	40670
Tasa de Crecimiento Poblacional	0,8%
Nivel socioeconómico C +	22,80%
Nivel socioeconómico C-	49,30%
Nivel socioeconómico D	14,90%
Nivel socioeconómico Total	87%

Nota: Nivel socioeconómico C+, C- y D del proyecto.

Para obtener una información más demográfica se consideró el nivel socioeconómico de los adultos mayores de los estratos C+, C- y D, con la finalidad de identificar de manera más profunda el mercado meta del proyecto en la cual se obtuvo un porcentaje total del nivel socioeconómico del 87% se multiplico con la población de adultos mayores obtenidas del INEC, 2025 de 40670 habitantes de tal manera que se obtuvo un mercado meta de 35383 adultos mayores.

La tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Cotopaxi cantón Salcedo se obtuvo mediante el cálculo de habitantes del año 2024 y su proyección de habitantes del año 2025,

de tal manera que se presenta una tasa de crecimiento poblacional del 0,8% de población con relación a habitantes del cantón Salcedo, para ello se tomó los datos del INEC (2025) proyectado de la población a partir de los 65 años.

Ecuación 1

Tasa de Crecimiento Poblacional

$$\text{TCP} = \text{Poblacion final 2024} / \text{Poblacion final 2025}$$

$$\text{TCP} = 69816 / 70344$$

$$\text{TCP} = 0,8$$

Tabla 5

Mercado meta

Año	Mercado Meta	TCP
2025	35383	0,8%

Nota. Se presenta la tasa de crecimiento poblacional.

El mercado meta del año 2025 es de 35383 personas, quienes pertenecen a adultos mayores del cantón Salcedo de la provincia de Cotopaxi.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

Se considera datos de un grupo de individuos que podrían estar interesadas en adquirir algún producto o servicio de este un conjunto de consumidores potenciales en un determinado mercado ya sea una región, sector o un lugar en específico así mismo la

población estos pueden seleccionados mediante una selección aleatoria o mecánica (Álvarez, 2021).

Son elementos accesibles o unidades de estudio las cuales pertenecen a un ámbito en especial de estudio en la cual se va a desarrollar lo antes mencionado, además incluye todas las personas económicamente activas (Arias, 2021).

Además, se consideró importante que el ritmo de envejecimiento de la población va en aceleramiento a diferencia de tiempos pasados. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS 2024), enfatiza en la relevancia que es tener un calzado adecuado dado que permite contar con una mejor movilidad y ayuda con la prevención de problemas en los pies, considerando que 1 de cada 3 adultos sufren caídas por mal uso de calzado.

La población del adulto mayor fue fundamentada con la necesidad de mejorar la calidad de vida debido a que estos comparten los mismos intereses y necesidades, teniendo en cuenta que son individuos económicamente activos, además permitió que los consumidores adquieran un buen producto, que cuenten con cada una de las especificaciones que respondieron a sus necesidades.

3.4.2 Muestra

La muestra es una parte de la población es decir de un subconjunto los cuales cuentan con ciertas características similares las cuales son obtenidas de un marco muestral al tener en cuenta que son obtenidas de manera directa de la población (Vizcaíno et al., 2023).

Se considera como una opción obtenida de la población la misma servirá para el estudio de su comportamiento, necesidades y preferencias lo que permite obtener información relevante para aplicarlos al desarrollo de estrategias, además permite proyectar comportamientos hacia el resto de la población lo que contribuye a la optimización de recursos y esfuerzos de manera efectiva al mercado objetivo (Ozamiz et al., 2021).

La muestra reflejo una visión clara de la percepción de los adultos mayores que permitieron analizar cuáles son sus necesidades con relación a las características en específico del calzado, esto permitió responder de manera directa a sus necesidades y preferencias, de tal manera se definió estrategias y optimización de recursos que garantizaron la rentabilidad del proyecto.

El muestreo aleatorio simple brinda la oportunidad de tomar en consideración a individuos de estratos sociales con la finalidad de que cuentan con ciertas características que brindan la oportunidad de extraer información, cabe recalcar que estas cuentan con características variables como la edad o género (Cadena et al., 2021).

Se considero más optimo el muestreo aleatorio dado que permitió identificar información más precisa para el estudio y más detallada de individuos tomados al azar en la que cada individuo tuvo la posibilidad de aplicar la encuesta.

La población finita se caracteriza por contar con cantidades de individuos determinados es decir que son limitados y fijos, considerando que se cuenta con un número exacto de unidades (Curo y Zapata, 2023).

Para el proyecto de emprendimiento se consideró la aplicación de la muestra con la población finita, dado que mediante la aplicación permitió obtener resultados exactos del número de individuos encuestados que se realizó.

Formula de la muestra

Donde:

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza 95% (1.96%)

P: Probabilidad a favor 50% (0.50%)

Q: Probabilidad en contra 50% (0.50%)

N: Población (Mercado Objetivo)

E: Margen de error 5% (0.05%)

Ecuación 2

Muestra Finita

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5 * 0,5 * 36737}{1,96^2 * 0,5 * 0,5 + * 36737(0,05)^2}$$

$$n = \frac{33981,73716}{89,41765}$$

$$n = 380 \text{ encuesta}$$

3.5 Metodología de la investigación

3.5.1 Enfoque de la investigación

Enfoque Cuantitativo

Este enfoque se centra en la utilización y medición numérica en la cual se presenta análisis estadísticos las mismas servirán para aprobar o rechazar hipótesis, mediante la misma permite cuantificar y analizar aspectos de manera minuciosa para determinar su validez y fiabilidad de datos (Vidal, 2022).

El enfoque presenta datos numéricos en las cuales ayudan a comprender y tener una buena toma de decisiones las cuales son de gran apoyo de igual manera se considera un aspecto clave para la buena toma de decisiones mediante el buen aprovechamiento de este enfoque (Muñoz y Solís, 2021).

El enfoque cuantitativo se aplicó para la recolección de datos y análisis numéricos de los adultos mayores los cuales permitieron analizar su demanda, preferencias y las necesidades de los consumidores mediante la puesta en marcha de la encuesta lo cual fue de gran apoyo de manera que se conoció y recopiló datos que permitieron determinar la

viabilidad del proyecto mediante los resultados obtenidos, fueron analizados estadísticamente.

3.5.2 Diseño de investigación

No experimental

Es aplicable en las ciencias sociales, educación y psicología en la que Arias y Covinos (2021) plantean que es un enfoque de estudio en la que el investigador no manipula ni asigna cambios en el medio y se limita a observar y analizar los fenómenos del entorno natural. Debido a que es aplicable en investigaciones descriptivas, correlacionales y de observación.

Estos estudios presentan enfoques de investigación que por lo general son aplicados en ciencias sociales, al utilizar un diseño documental, característico de un diseño de investigación no experimental, la cual se basa en la revisión de documentos que tienen un enfoque cuantitativo, cualitativo, experimental y participativo, lo que permite al investigador observar fenómenos de manera natural (Acosta, 2023).

Mediante el alcance de investigación no experimental se observó y analizo la ocurrencia de los fenómenos de manera natural sin la necesidad de manipular datos, siendo que se recogió la información en un contexto real en la cual se comprendió la realidad tal y como se presentó en el medio.

Transversal

En este tipo de investigación se basa según momentos de medición en la que implementa la transversal esta recopila datos en único punto de tiempo, esta permite analizar en único periodo lo que facilita la recolección y el análisis, más eficiente y rápido a diferencia de los estudios longitudinales. Por ende, se consideran valiosos al momento de recopilar

información de igual manera genera hipótesis y orienta hacia futuras investigaciones (Lara y Chávez, 2021).

La investigación realizada por los estudiantes es recomendable que se la realice mediante la transversal de igual manera asumen esta investigación basada en un solo momento de ocurrencia por consiente ofrecen una amplia visión más rápida y eficiente al permitir establecer relaciones de fácil comprensión (Quevedo et al., 2022).

Se aplicó la investigación transversal debido a que permitió obtener información de una población o grupo en específico, se consideró un determinado tiempo, siendo que se observó las características, comportamientos o condiciones del mercado que se aplicó.

3.5.3 Tipo de investigación

Investigación Descriptiva

Para Inga et al. (2022), es un tipo de estudio que tiene como finalidad observar y explicar cómo son las características de un fenómeno o de grupos de interés sin la necesidad de intervenir o realizar manipulaciones en las variables así mismo este responde al que, como, cuando y donde de un enfoque de estudio de investigación siendo de manera clara y ordenada con los elementos necesarios.

Se considera la investigación descriptiva como un tipo de estudio en cual tiene como propósito atribuir cualidades tanto de personas como de grupos o fenómenos con la finalidad de delinear sus cualidades o comportamientos, así mismo este no busca probar hipótesis solo detallar características (Liccioni, 2022).

La investigación descriptiva se basó en observar y detallar las características del grupo de estudio siendo esta de adultos mayores, sin la necesidad de manipular solo identificar sus comportamientos, actitudes que se basan en la realidad diaria del consumidor.

3.5.4 Modalidad de la investigación

Bibliográfica

Se considera como un método que recopila información, analiza y sintetiza datos e información de fuentes secundarias como de libros, artículos científicos y fuentes verificadas con la finalidad de obtener información fundamentada y que cuenten con validez de información (Sumba y Moreno, 2022).

Esta fundamentación bibliográfica se aplicó en el proyecto de emprendimiento mediante la recopilación de información de fuentes secundarias confiables, como es el caso de, artículos científicos como Scielo, Dialnet, Google scholar, Scopus y Redalyc. En la misma se obtuvo datos relevantes de INEC (2025), que facilitó la identificación de factores claves para la puesta en marcha del proyecto.

De campo

La investigación de campo aborda conocimientos directos de actores sociales en las cuales explora sus realidades e interacción directa de investigador en el entorno a estudiarse dentro de esta se implementan técnicas como la de observación y recopilación de información (Sandoval, 2022).

La investigación de campo se llevó a cabo en el cantón Salcedo con la finalidad de obtener información de primera mano necesaria sobre las necesidades, preferencias y problemas a las cuales se enfrenta el adulto mayor, la aplicación de las encuestas permitió identificar cuáles son los problemas más cotidianos que encuentran al momento de adquirir un calzado para el adulto mayor, además ayudó a comprender la percepción y expectativas priorizando en el diseño y ajuste de la línea de calzado.

3.5.6 Técnica

Encuestas

Mediante la aplicación de encuestas se puede observar la calidad y confianza de estas, al tener en cuenta que estas responden a una población establecida con la finalidad de analizar las opiniones o percepciones de los individuos a los cuales se les aplicara dicha encuesta. De igual manera tiene relación con la muestra por cuanto se presenta la validez de los datos que se obtienen al ser fiables (Cea, 2022).

El uso combinado de la recolección de datos influye en la formulación de preguntas en las encuestas considerando que las respuestas que se obtengan varían según el método de aplicación por cuanto pueden ser presenciales, virtuales o telefónicas, al ser la dinámica de las encuestas al tener en cuenta que seguirán transformándose conforme pase el tiempo razón por la cual se seguirán al medio (Díaz, 2020).

Para el proyecto se aplicó la encuesta a 380 personas adultas mayores en el cantón Salcedo, la misma permitió se la recolección de datos que se efectuó en conjunto de preguntas las cuales fueron diseñadas para obtener información de comportamientos de compra, gustos y preferencias, estas fueron diseñadas de opción múltiple, preguntas cerradas y abiertas las cuales fueron aplicadas en línea.

3.5.7 Instrumento

Cuestionario

El cuestionario es considerado como instrumento de suma importancia que permite evaluar y obtener información de la percepción de los encuestados de tal manera que se

presenta una fiabilidad y validez del instrumento, de tal manera que permite obtener resultados cuantificables que serán analizados (Acosta et al., 2024).

Así mismo el cuestionario comprende la percepción de los encuestados sobre un producto o servicio que permite conocer cuáles son sus preferencias mediante la aplicación de este se puede respaldar información y posteriormente permite análisis de los resultados obtenidos los mismos son precisos y confiables (Sucari et al., 2024).

El cuestionario fue esencial para el proyecto en vista de que permitió recopilar información de las necesidades y especificaciones que los consumidores esperaron encontraran en el producto siendo este calzado para el adulto mayor, considerando que se aplicaron 14 preguntas teniendo así las dos primeras preguntas son de información general siendo así datos sociodemográficos, después se presentó las preguntas 1 y 2 de interés y conocimientos del producto, seguidas de las preguntas 4,5,6,7 y 8 siendo de preferencia y hábitos de compra luego se identificó en las preguntas 3 y 14 de necesidades específicas a cumplir en el producto y como último se detalló en las preguntas 9,10,11,12 y 13 siendo estas de preferencia y funcionalidad del calzado, los resultados obtenidos fueron de gran ayuda para orientar el diseño, estilo y ajuste del calzado, asegurando que el producto se adaptó a las necesidades del consumidor las mismas se presentan en ver anexo B.

Validez

Mediante la aplicación de V de Aiken se cuantifica la validez de contenido para la cual se considera los ítems del cuestionario dado que cuantifica el grado de acuerdo por los expertos como la pertinencia, relevancia y claridad (Soto, 2023).

Se considera como un método estadístico que compara dos coeficientes de V de Aiken los mismos son aprobados por expertos permitiendo diferenciar los juicios de validez aportando mayor rigor y pertinencia del instrumento.

3.6 Tabulación, análisis e interpretación

1. Información general

1.1 ¿Cuál es su género?

Tabla 6

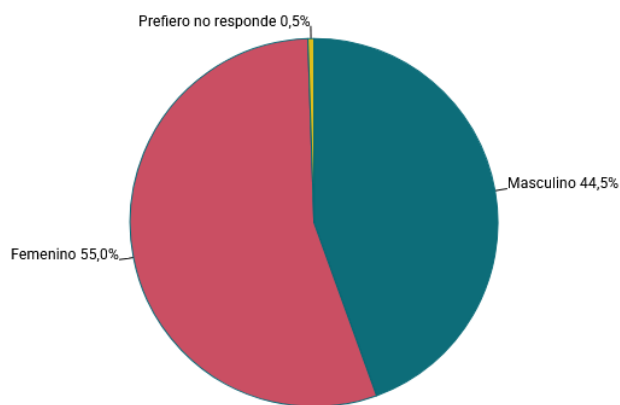
Género

Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En el Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Masculino	169	44,5%
Femenino	209	55%
Prefiero no responder	2	0,5%
TOTAL	380	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta de información general de la encuesta aplicada en el año 2025.

Figura 5

Género



Nota: Presenta datos obtenidos de la primera pregunta de la información general en el año 2025.

De los 380 encuestados el, 55% equivale a 209 mujeres, el 44,5% responde a 169 individuos de sexo masculino, y el 0,5% responde a consumidores que prefieren no responder. Estos datos fueron tomados teniendo en cuenta el mercado objetivo de 35383

personas, considerando así que la mayor presencia de individuos son mujeres en el mercado objetivo.

1.2 ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

Tabla 7

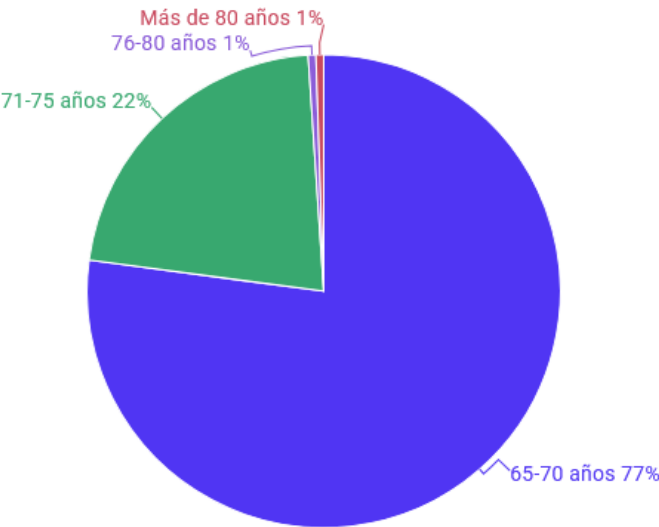
Edad

Frecuencia De La Muestra		Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
65-70 años	293	27280	77%
71-75 años	83	7713	22%
76-80 años	2	212	1%
Más de 80 años	2	212	1%
TOTAL		35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 1 de información general.

Figura 6

Edad



Nota: Presenta datos obtenida de la primera pregunta de la información general en la encuesta aplicada en el año 2025.

De los 380 encuestados el 77% pertenecen a individuos entre 65-75 años, seguido de un 22% que corresponde a personas entre 71-75 años y los rangos entre 76-80 años y más de 80 años representa el 1%, de tal manera que la mayoría de las encuestas se encuentran en la edad de 65-75 años para el año 2025.

2. Información Especifica

2.1 ¿Si en el cantón Salcedo se fabricaría una línea exclusiva de calzado para el adulto mayor, ¿usted estaría interesado/a en adquirir este producto?

Tabla 8

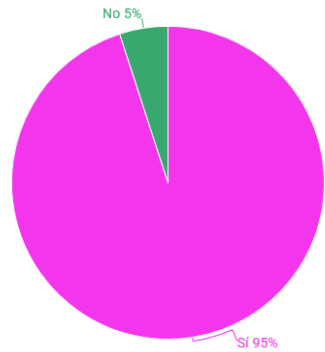
Oferta del producto

	Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Sí	361	33543	95%
No	19	1840	5%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Presenta datos obtenidos de la pregunta 1 de la información en la encuesta aplicada.

Figura 7

Oferta del producto



Nota: Presenta datos obtenidos de la pregunta 1, de la encuesta aplicada en el año 2025.

Del total de los encuestados el 95% pertenece a 361 individuos que mencionan que si están interesados en el producto a diferencia del 5% siendo este a 19 individuos que no lo estarían. De tal manera que se consideró que, del mercado objetivo de 35383 individuos, alrededor de 33 543 adultos mayores se encontraron dispuestos en adquirir el producto a diferencia de 1 840 personas que no harán, por consiguiente, reflejo un buen nivel de aceptación del producto en el cantón Salcedo para el año 2025.

2.2 ¿Conoce alguna empresa que se dedique a la fabricación o producción de calzado para adultos mayores?

Tabla 9

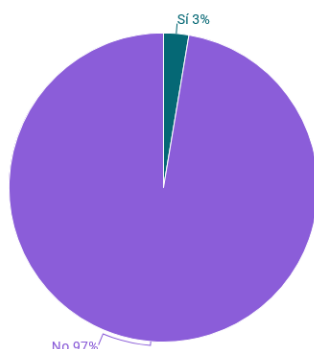
Demanda del producto

	Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Sí	10	920	3%
No	370	34463	97%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 2 de la encuesta aplicada en el año 2025.

Figura 8

Demanda del producto



Nota: La figura muestra si conoce alguna empresa que fabrique este tipo de calzado.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 2 de la encuesta del 100% de los encuestados el 97% corresponde a 370 individuos que no conocen alguna empresa que produzca esta línea de calzado a diferencia del 3% siendo estos 10 individuos que si lo hacen.

Además, se presentó que en el mercado objetivo de 35383 adultos mayores en donde 34 463 personas indicaron que no conocen que se fabrique una línea de calzado, frente a 920 individuos que si tienen conocimiento que se fabrique.

2.3 ¿Cuál es su principal preocupación al elegir zapatos para adultos mayores?

Tabla 10

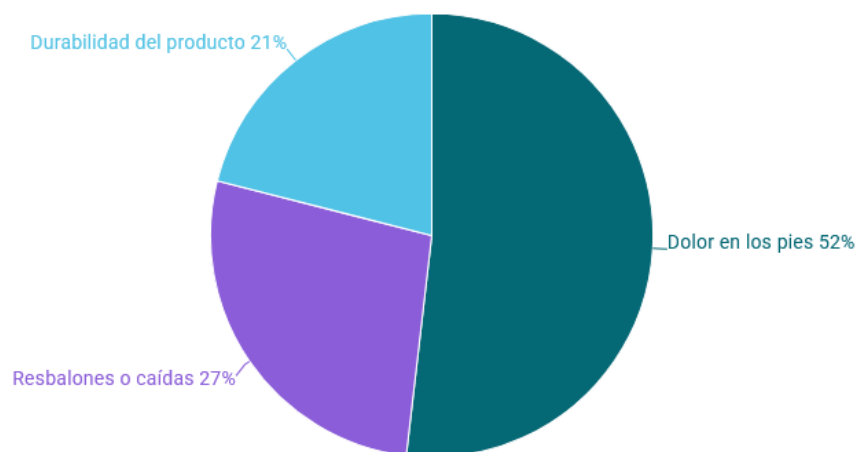
Criterios de preocupación al elegir calzado

Frecuencia De La Muestra		Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Dolor en los pies	197	18328	52%
Resbalones o caídas	103	9589	27%
Durabilidad del producto	80	7466	21%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 3, aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 9

Criterios de preocupación al elegir calzado



Nota: La figura indica el principal criterio de preocupación, de la encuesta aplicada en el año 2025.

De los resultados obtenidos de un total de 380 encuestados, el 52% señala su principal preocupación al momento de elegir el producto se basa en el dolor de los pies correspondiendo a 197 encuestados, el 27% indica que se basa en resbalones o caídas siendo 103 encuestados y el 21% señala que se basa en la durabilidad del producto dando paso a presentar 80 encuestados.

2.4 ¿Anualmente cuantos pares de calzado adquiriría?

Tabla 11

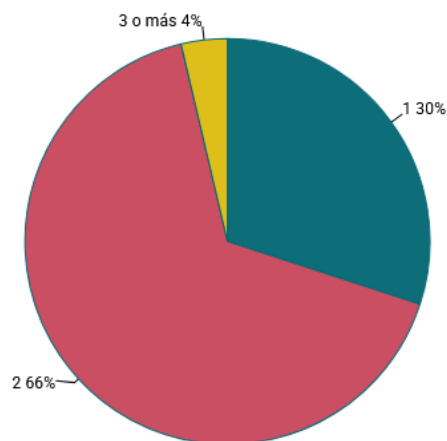
Frecuencia de compra

Frecuencia De La Muestra		Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
1	114	10615	30%
2	252	23459	66%
3 o más	14	1309	4%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 4 aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 10

Frecuencia de compra



Nota: La figura muestra la cantidad de compra anualmente, según la encuesta aplicada en el año 2025.

En relación con la frecuencia de compra se señala que de un total del 100% de encuestados el 66% equivalente a 252 individuos, indicaron que adquirirían 2 veces al año el producto, el 30% correspondiente a 114 personas manifestaron que adquirirían 1 vez y el 4% siendo este de 14 individuos, revelo que lo haría más de 3 veces al año.

2.5 ¿Qué aspectos considera más importante al momento de adquirir calzado?

Tabla 12

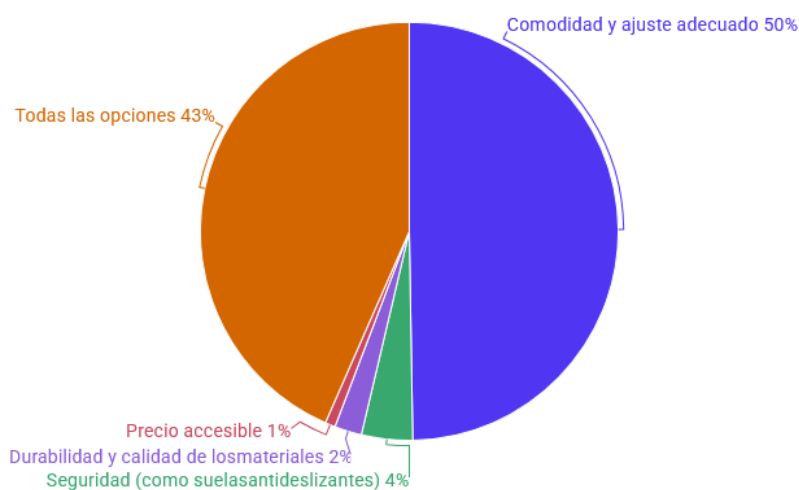
Aspectos para considerar en el producto

	Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Comodidad y ajuste adecuado	189	17585	50%
Seguridad (como suelas antideslizantes)	15	1451	4%
Durabilidad y calidad de los materiales	8	778	2%
Precio accesible	3	283	1%
Todas las opciones	165	15356	43%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 5, aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 11

Aspectos para considerar en el producto



Nota: La figura presenta los aspectos principales de adquisición del producto según la encuesta aplicada en el año 2025.

Los datos obtenidos del 100% de los encuestados presentan que el 50% tienen a consideración la comodidad y ajuste del calzado al momento de adquirir el producto correspondiendo a 189 individuos, el 43% manifiesta que prefiere todas las opciones que equivale a 165 encuestados, el 4% opta por la seguridad en suelas antideslizantes, el 2% señala que se basa en la durabilidad y calidad de los materiales correspondiendo a 8 encuestados y el 1% indica que se basa en el precio accesible dando paso a 3 del total de encuestados.

2.6 ¿Cuánto estaría dispuesto/a, a pagar por esta nueva línea de calzado?

Tabla 13

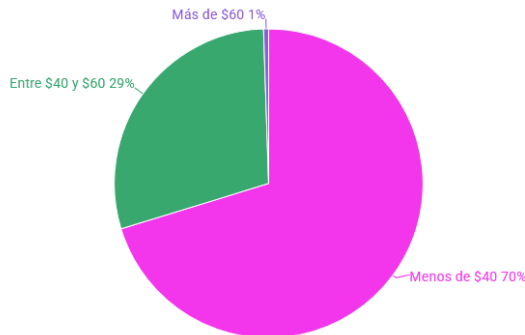
Precio

Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Menos de \$40	267	70%
Entre \$40 y \$60	111	29%
Más de \$60	2	1%
TOTAL	380	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 6, aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 12

Precio



Nota: La figura muestra la cantidad de paga por el producto según la encuesta aplicada en el año 2025.

Mediante la encuesta aplicada esta revelo que del 100% de encuestados se conoce que el 70% está dispuesto a pagar menos de \$40 correspondiendo a 267 encuestados, el 29% presenta entre \$40 y \$60 cantidad que están dispuestos a pagar 111 encuestados y el 1% equivale a más de \$60 equivaliendo a 2 individuos.

2.7 ¿Cuáles de los puntos de venta le resulta más conveniente para adquirir un par de zapatos?

Tabla 14

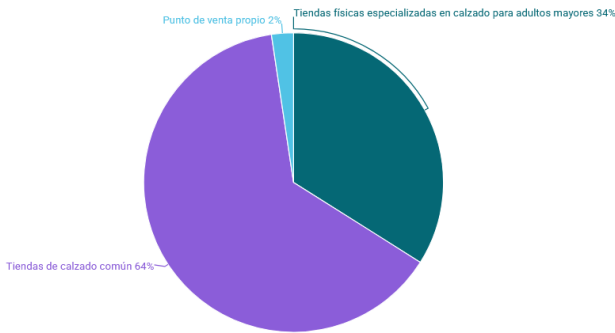
Puntos de venta

	Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Tiendas físicas especializadas en calzado para adultos mayores	129	11995	34%
Tiendas de calzado común	242	22539	64%
Punto de venta propio	9	885	2%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 7, aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 13

Puntos de venta



Nota: La figura muestra los puntos de ventas convenientes para el consumidor en el año 2025.

En relación a los puntos de venta del calzado para el adulto mayor se presentó que el mercado objetivo del cantón de Salcedo para el año 2025 indico que del total de encuestados se presenta que el 64% de los consumidores prefieren adquirir el producto en tiendas de calzado común correspondiendo a 242 individuos, el 33,9% corresponde a tiendas especializadas en calzado para adultos mayores equivaliendo a 129 encuestados y el 2,5% prefiere en puntos de ventas propio representando a 9 del total de encuestados.

2.8 ¿Qué tipo de promociones lo incentivan a comprar un par de zapatos?

Tabla 15

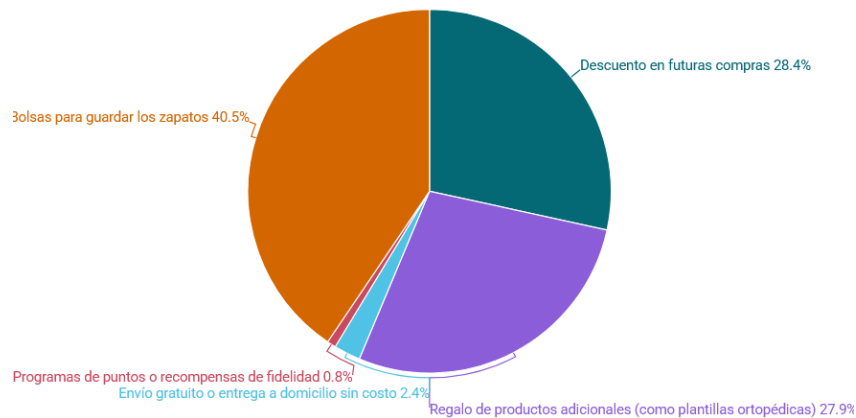
Promociones

	Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Descuento en futuras compras	108	10049	28,4%
Regalo de productos adicionales (como plantillas ortopédicas)	106	9872	27,9%
Envío gratuito o entrega a domicilio sin costo	9	885	2,50%
Programas de puntos o recompensas de fidelidad	3	283	0,80%
Bolsas para guardar los zapatos	154	14330	40,50%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 8, aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 14

Promociones



Nota: La figura muestra el tipo de promoción según la encuesta aplicada en el año 2025.

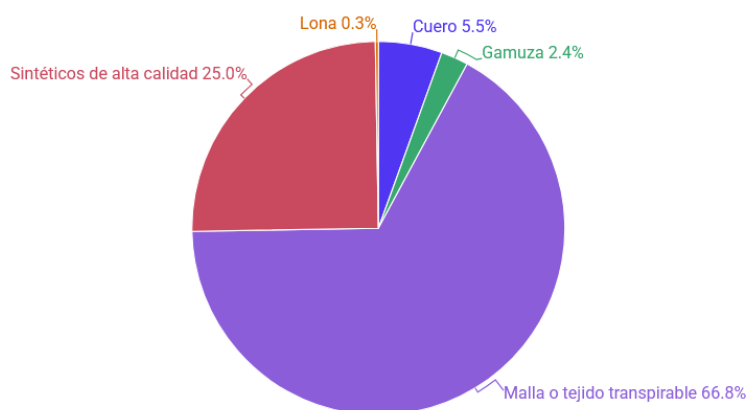
Se presento la promoción que el consumidor desea adquirir por la adquisición de un par de zapatos en la cual de la totalidad de encuestados realizados se detalla que el 40,50% prefiere como promociones bolsas para guardar los zapatos equivaliendo a 154 individuos, el 28,4% manifiesta que prefiere descuento en futuras compras obteniendo así 108 encuestados, el 27,9% opta por plantillas de 106 de encuestados, el 2,5% escoge el envío gratuito o entrega a domicilio sin costo siendo así 9 de los encuestados y el 0,80% prefiere recompensas de fidelidad obteniendo así 3 del total de encuestados.

2.9 ¿Qué materiales preferiría que se utilicen en los zapatos para adultos mayores?

Tabla 16*Preferencias de materiales*

	Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Cuero	21	2052	5,5%
Gamuza	9	885	2,4%
Malla o tejido transpirable	254	23636	66,8%
Sintéticos de alta calidad	95	8846	25,0%
Lona	1	106	0,3%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 9, aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 15*Preferencias de materiales*

Nota: La figura muestra la preferencia de materiales del producto según la encuesta aplicada en el año 2025.

Del total de encuestados el 66,8% indica que prefiere calzado de malla o tejido transpirable que equivale a 254 individuos, el 25% manifiesta que prefiere sintéticos de calidad correspondiendo a 95 de los encuestados, el 5,8% indica que prefiere calzado de cuero dando paso así a 21 de los encuestados, el 2,5% señala que prefiere de gamuza correspondiendo a 9 individuos y el 0,3 indica que prefiere calzado de lona correspondiente a 1 encuestado.

2.10 ¿Qué tipo de sistema de ajuste preferiría en su calzado?

Tabla 17

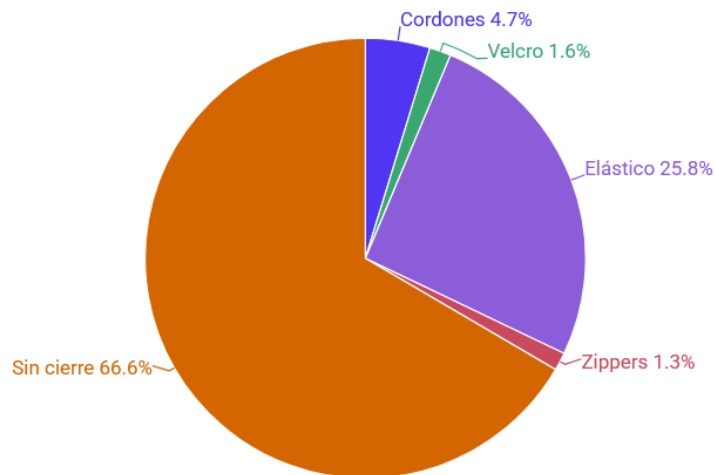
Sistema de ajuste de calzado

Frecuencia De La Muestra		Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Cordones	18	1663	4,7%
Velcro	6	566	1,6%
Elástico	98	9129	25,8%
Zippers	5	460	1,3%
Sin cierre	253	23565	66,6%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 10, aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 16

Sistema de ajuste de calzado



Nota: La figura muestra el sistema de ajuste de preferencia del consumidor según la encuesta aplicada en el año 2025.

De un total de 380 encuestados se señala que el 67% indica que prefiere un ajuste sin cierre correspondiendo a 253 de los encuestados, el 25,8% indica que prefiere de elástico

con 98 de los encuestados, el 4,7% señala que prefiere de cordones lo que corresponde a 18 encuestados, el 1,6% manifiesta que prefiere de velcro lo que corresponde a 6 individuos y el 1% refleja que prefiere con zippers correspondiendo a 5 de los encuestados.

2.11 ¿Qué tipo de estilo prefiere para el calzado?

Tabla 18

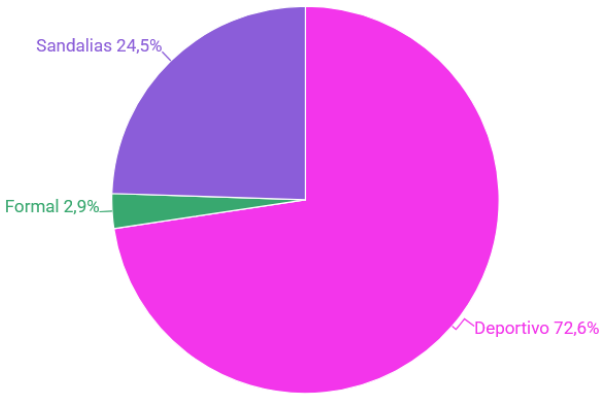
Estilo de calzado

	Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Deportivo	276	25688	72,6%
Formal	11	1026	2,9%
Sandalias	93	8669	24,50%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 11, aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 17

Estilo de calzado



Nota: La figura muestra el estilo de preferencia del producto según la encuesta aplicada en el año 2025.

Del total de 380 encuestados el 72,6% indica que prefiere un estilo deportivo de calzado lo mismo corresponde a 276 encuestados, el 24,5% señala que prefiere sandalias

correspondiendo a 93 de los encuestados y el 2,9% manifiesta que prefiere calzado formal indicando 11 de los encuestados.

2.12 ¿Para qué ocasiones adquiriría el producto?

Tabla 19

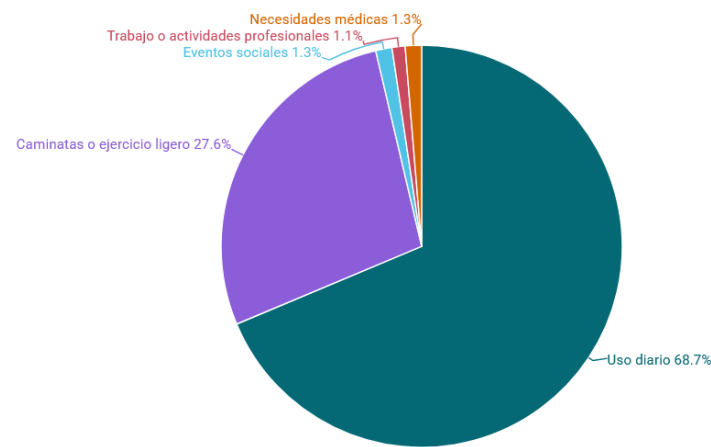
Tipos de usos

	Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Uso diario	261	24308	68,7%
Caminatas o ejercicio ligero	105	9766	27,6%
Eventos sociales	5	460	1,3%
Trabajo o actividades profesionales	4	389	1,1%
Necesidades médicas	5	495	1,4%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 12, aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 18

Tipos de usos



Nota: La figura muestra las opciones de ocasiones en las cuales se utilizaría según la encuesta aplicada en el año 2025.

Mediante respuestas obtenidas se identifica que el 68,7% indica que lo utilizaría para el uso diaria correspondiente a 261 individuos, el 27,6% lo implementaría en caminatas o ejercicio ligero asociado a 105 de los encuestados, el 1,4% manifiesta que lo utilizaría por necesidades médicas con respecto a 5 de los encuestados, el 1,3% lo implementaría en eventos sociales señalando el 5 individuos y el 1,1% muestra que lo implementaría en el trabajo o actividades profesionales en relación a 4 de los encuestados.

2.13 ¿Qué colores considera más adecuados para el calzado?

Tabla 20

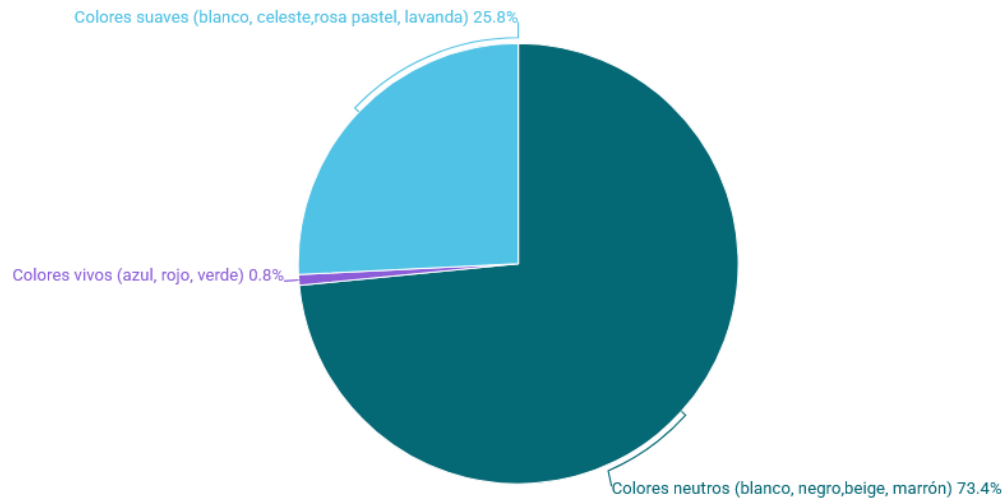
Colores de calzado

	Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Colores neutros (blanco, negro, beige, marrón)	279	25971	73,4%
Colores vivos (azul, rojo, verde)	3	283	0,8%
Colores suaves (blanco, celeste, rosa pastel, lavanda)	98	9129	25,8%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 13, aplicada la encuesta en el cantón Salcedo en el año 2025.

Figura 19

Colores de calzado



Nota: La figura muestra los colores para el calzado según la encuesta aplicada en el año 2025.

De un total de 380 encuestados el 73,4% manifiestan que prefieren colores neutros (blanco, negro, beige, marrón) para su calzado correspondiendo a 279 encuestados, el 26% sugiere que prefiere de colores suaves (blanco, celeste, rosa pastel, lavanda) correspondiente a 98 individuos y el 0,8% indica que prefieren colores vivos (azul, rojo, verde) correspondiendo a 3 del total de encuestados.

2.14 ¿Qué tipo de calzado considera que ofrece mayor soporte?

Tabla 21

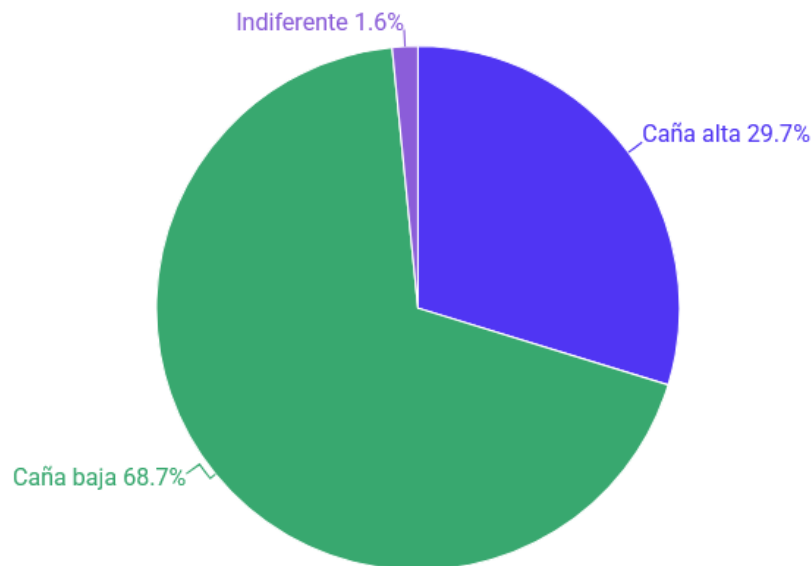
Tipo de soporte

	Frecuencia De La Muestra	Frecuencia En El Mercado Objetivo	Valor Porcentual
Caña alta	113	10509	29,7%
Caña baja	261	24308	68,7%
Indiferente	6	602	1,70%
TOTAL	380	35383	100%

Nota: Resultado obtenido de la pregunta 14, aplicada la encuesta en el año 2025.

Figura 20

Tipo de soporte



Nota: La figura muestra el tipo soporte de calzado según la encuesta aplicada en el año 2025.

Del 100% de encuestados el 68,7% indica que prefiere un soporte de caña baja obteniendo así 261 de los encuestados, el 29,7 % señala que prefiere un soporte de caña alta correspondiente a 113 de individuos y el 1,7% manifiesta que es indiferente correspondiente a 6 del total de encuestados.

3.7 Estudio de la demanda

El estudio de la demanda se define la cantidad de bienes o servicios que son necesarios para cumplir con las necesidades de los consumidores dentro de estos se encuentran como alimentación, educación, medicinas, etc., de tal manera que son presentados en el mercado con diferentes precios que son presentados al consumidor (Carrillo et al., 2022).

Se considera la demanda como el análisis que permite identificar la cantidad de un producto o servicio en las cuales los individuos se encuentran en la capacidad de adquirir el producto teniendo en cuenta un tiempo en específico y precio (Vizoso, 2022).

El estudio de la demanda analizo quienes adquirieron el producto, la cantidad y precio, mediante la aplicación de este se reflejó las necesidades del consumidor, gustos y comportamientos, teniendo en cuenta el mercado competitivo y la tendencia del mercado a la cual se enfrentó esta línea de calzado.

3.7.1 Demanda de personas

Para determinar la demanda en personas para este proyecto de emprendimiento se identificó a partir de la primera pregunta de la encuesta aplicada siendo esta: ¿Si en el cantón Salcedo se fabricaría una línea exclusiva de calzado para el adulto mayor, ¿usted estaría interesado/a en adquirir este producto?

Para ello se tomó en cuenta a los encuestados que respondieron con el SÍ de la pregunta teniendo en cuenta la frecuencia del mercado objetivo que es de 35 383 personas del mercado objetivo, el mismo contó con un valor porcentual del 95% de aceptación.

Tabla 22*Demanda en personas*

Año	Mercado Objetivo	% de aceptación	Demanda en personas
2025	35383	95%	33 543

Nota: La tabla muestra la demanda en personas que respondieron SI, encuesta en el cantón Salcedo en el año 2025.

Mediante la tabla se observó que se encuentran dispuestos a adquirir calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo para el año 2025, dando como resultado una demanda en personas de 33 543 consumidores y con un nivel de aceptación del producto de un 95%.

Proyección de Demanda de Personas

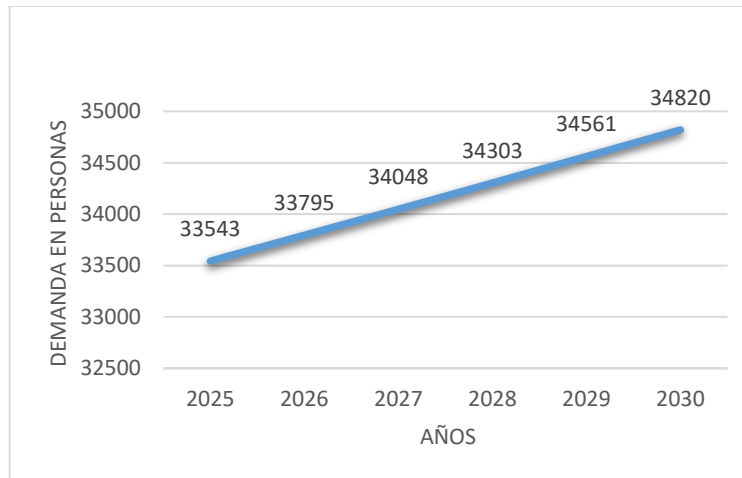
Tabla 23*Proyección de demanda de personas*

Año	Demanda en personas	Tasa de crecimiento poblacional 0,8%
2025	33543	252
2026	33795	253
2027	34048	255
2028	34303	257
2029	34561	259
2030	34820	261

Nota: La tabla muestra la demanda en personas con la proyección desde el año 2025 hasta el año 2030.

Figura 21

Proyección de demanda de personas



Nota: Se presenta la proyección de la demanda en personas hasta el año 2030.

La demanda en personas para el año 2025 es de 33 543 consumidores, se realizó la proyección para los siguientes años teniendo en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de 0,8% dato que se obtuvo del cálculo de los habitantes del año 2024 y del año 2025 del cantón Salcedo, seguidamente se procedió a la proyección hasta el año 2030 obteniendo como resultado un total de 34 820 consumidores.

3.7.2 Cálculo de demanda (producto)

Demanda en productos

Para determinar la demanda en productos se multiplica la demanda en personas por la cantidad promedio de la frecuencia de compra y las veces que al año se adquirirá.

Cálculo de demanda de productos

Para obtener la frecuencia de compra del producto se tomó en cuenta la pregunta 4, ¿Anualmente cuantos pares de calzado adquiriría?, debido a que se presentó la frecuencia de compra que se realiza anualmente esto se procede a multiplicar la población, promedio obtenido y anualidad obteniendo así la cantidad de compra.

Tabla 24

Cálculo de demanda de productos

Demand a en persona s	Cantidad	Porcentaj e	Població n	Promedi o	Anualment e	Cantida d en compra
33543	1	30,00%	10063	1	1	10063
	2	66,30%	22239	2	1	44478
	3 o más	3,70%	1241	3	1	3723
Total		100%	33543			58264

Nota: La tabla muestra la demanda en productos teniendo en cuenta la pregunta 4 aplicada la encuesta en el cantón Salcedo en el año 2025.

Para determinar la demanda en productos se realizó los porcentajes de la pregunta 4 la misma proviene de la demanda en persona la misma se obtuvo del año 2025 y se multiplico por la cantidad de compra anual de la pregunta 4, obteniendo así el porcentaje, y como ultimo de procedió a multiplicar la población, promedio de la cantidad y la anualidad para obtener así la cantidad de compra.

De tal manera que se obtuvo el valor de 58 264 productos demandados.

3.7.3 Demanda proyectada de productos

Tabla 25

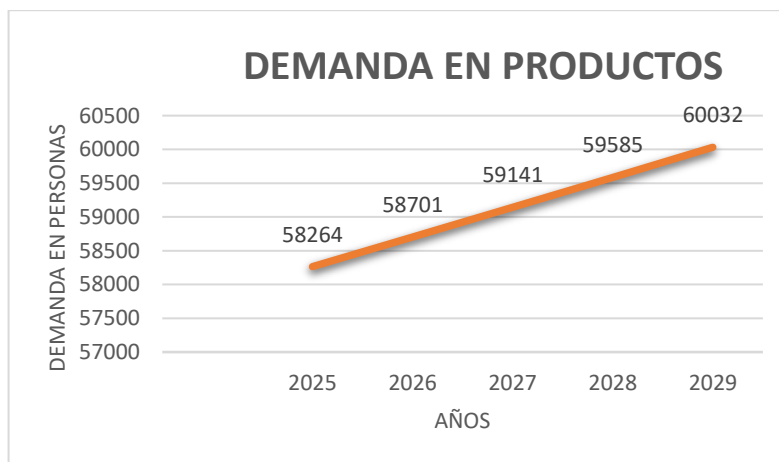
Demanda proyectada de productos

Año	Demanda En Productos	Tasa De Crecimiento Poblacional
		0,8%
2025	58264	437
2026	58701	440
2027	59141	444
2028	59585	447
2029	60032	450
2030	60482	454

Nota: La tabla presenta la demanda en productos desde el año 2025 proyecta hasta el año 2030.

Figura 22

Demanda proyectada de productos



Nota: La figura muestra la demanda en productos hasta el año 2030.

3.8 Estudio de la oferta

Oferta

Mediante es estudio de la oferta se determina la cantidad de productos o servicios que se encuentran dispuestos a vender en el mercado, el mismo cuenta ya con un precio y con tiempo determinado, teniendo en cuenta que el producto va del par con la demanda a causa de que determinan el precio que se va a presentar en el mercado (Ludeña et al., 2022).

La oferta se presenta en algunos campos como es en las exportaciones, siendo esta la cantidad de productos o servicios que una organización vende en mercados internacionales y cumplir con la oferta demandante del mercado teniendo en consideración que se cumple con las especificaciones del producto o servicio del cliente y de igual manera el precio (Ramírez y Procel, 2023).

El análisis de la oferta ayudo a entender cuál es la cantidad de productos que se produjeron y el mismo permitió conocer aspectos importantes de los consumidores tanto en cantidad, precio y ubicación del proyecto.

3.8.1 Oferta en personas

Para determinar el cálculo de la oferta en personas se consideró las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada de la pregunta 2 que menciona: ¿Conoce alguna empresa que se dedique a la fabricación o producción de calzado para adultos mayores?

Cálculo de la oferta en personas

Para el mismo se consideró la respuesta de los encuestados que respondieron con un SI, de tal manera que se procedió a multiplicar por el mercado objetivo en la cual se obtuvo la oferta en personas para el año 2025.

Tabla 26*Cálculo de la oferta en personas*

Año	Mercado Objetivo	% de aceptación	Oferta en personas
2025	35383	3%	920

Nota: La tabla muestra el cálculo de la oferta en personas en el año 2025.

Mediante datos obtenidos de la encuesta aplicada en la pregunta 2, se identificó que 10 de los encuestados ya tienen conocimiento de alguna empresa que, SI se dedique a la producción de calzado para el adulto mayor teniendo así la cantidad de 920 personas que si tienen el conocimiento, el mismo corresponde al 3% del 100% de encuestados en la misma se estimó que ya se encuentra satisfecha su necesidad.

Proyección de oferta de personas**Tabla 27***Proyección de oferta de personas*

Año	Oferta En Personas	Tasa De Crecimiento Poblacional
		0,8%
2025	920	7
2026	927	7
2027	934	7
2028	941	7
2029	948	7
2030	955	7

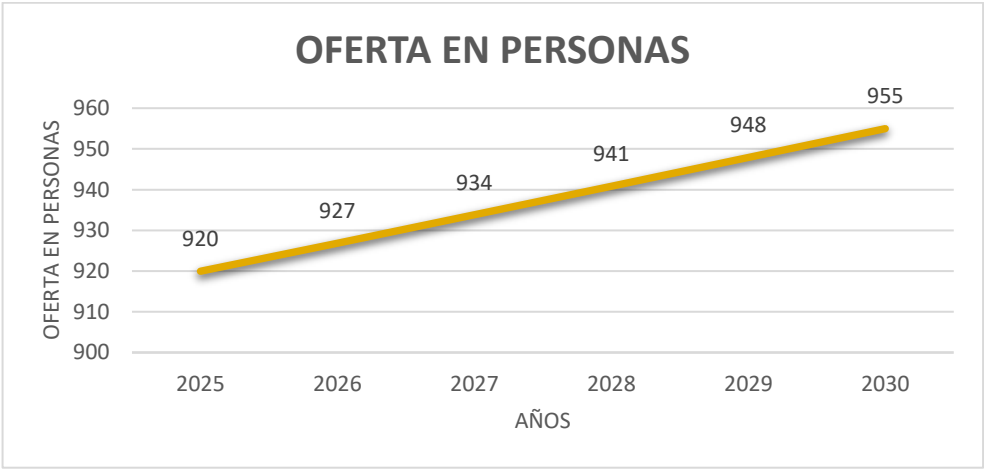
Nota: La tabla presenta la proyección de la oferta en personas hasta el año 2030.

La proyección de oferta en personas se realizó aplicando la tasa de crecimiento poblacional del 0,8% anual, así mismo se tomó como base la oferta en personas del año 2025 siendo este de 920 personas, y para conocer la proyección de los años siguientes

hasta el 2030 se multiplico la demanda en personas por la tasa de crecimiento poblacional reflejando así un incremento anual en el crecimiento poblacional del cantón.

Figura 23

Proyección de oferta de personas



Nota: La figura muestra la proyección de la demanda en personas.

Se presento la proyección de la oferta en personas en el cantón Salcedo desde al año 2025 hasta el 2030, se presentó la demanda en personas para cada año teniendo en cuenta que la tasa de crecimiento poblacional se mantuvo con el 0,8% anual, de tal manera que se proyecta un aumento constante en la demanda conforme pase año tras año.

3.8.2 Cálculo de la oferta de productos

Oferta de productos

Para realizar la oferta de productos se multiplico la oferta en personas siendo este de 920 personas, por la cantidad promedio de la frecuencia de compra teniendo en cuenta que esta es anual para la línea de calzado.

Cálculo de la oferta de productos

Para determinar el cálculo de la oferta de productos se tomó en cuenta la pregunta: 4. ¿Anualmente cuantos pares de calzado adquiriría?, se consideró esta pregunta considerando que se determinó cuantas veces al año se adquiriría el producto, posteriormente se multiplico por el porcentaje de la población de la oferta en personas.

Tabla 28

Cálculo de la oferta de productos

Oferta en personas	Cantidad	Porcentaje	Población	Promedio	Anualmente	Cantidad en compra
920	1	30%	276	1	1	276
	2	66,30%	610	2	1	1220
	3 o más	3,70%	34	3	1	102
Total		100%	920			1598

Nota: La tabla muestra el cálculo de oferta de productos para el año 2025.

Para obtener la oferta en productos se obtuvo el porcentaje el mismo se tomó de la encuesta aplica según la cantidad de compra anual del producto de la pregunta 4, seguidamente se procedió a multiplicar dicho porcentaje por la oferta en personas obteniendo así la población y como ultimo para obtener la cantidad de compra se realizó la multiplicación de la población, la frecuencia promedio y la anualidad.

De tal manera que se obtuvo así la cantidad de 1 598 productos ofertados.

3.8.3 Oferta proyectada en el producto

Tabla 29

Oferta proyectada en el producto

Año	Oferta En Personas	Tasa De Crecimiento Poblacional
		0,8%
2025	1598	12
2026	1610	12
2027	1622	12
2028	1634	12
2029	1646	12
2030	1659	12

Nota: La tabla muestra la proyección de la oferta en productos hasta el año 2030.

La proyección de oferta en productos se realizó aplicando la tasa de crecimiento poblacional del 0,8% anual, así mismo se tomó como base la demanda en personas del año 2025 siendo este de 1 598 productos, y para conocer la proyección de los años siguientes hasta el 2030 se multiplico por la oferta de productos y por la tasa de crecimiento poblacional reflejando así un incremento anual en el crecimiento poblacional del cantón.

Figura 24

Oferta proyectada en el producto



Nota: La figura muestra la proyección de la oferta en productos.

La proyección de la oferta en productos se realizó para 5 años porque en ese tiempo se conoce si es o no viable el emprendimiento, en el mismo se observó cómo es el comportamiento con el pasar de los años, y se presentó un crecimiento significativo para el año 2030 de 1 659 de oferta en productos.

3.9 Mercado Potencial (DPI)

3.9.1 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha se considera como la cantidad de individuos que quieren adquirir un producto o servicio que no se encuentra disponible en el mercado considerándose, así como una oportunidad en el mercado que todavía no se encuentra cubierto en el mercado para lo mismo se implementan estrategias de penetración en el mercado (Vivar y Rojas, 2022).

Para obtener la demanda potencial insatisfecha se la realizó mediante la diferencia de la demanda y la oferta de productos mediante esta se determinó cuál es la oferta que no es cubierta en el mercado y que no cubre una necesidad en el mercado.

Tabla 30

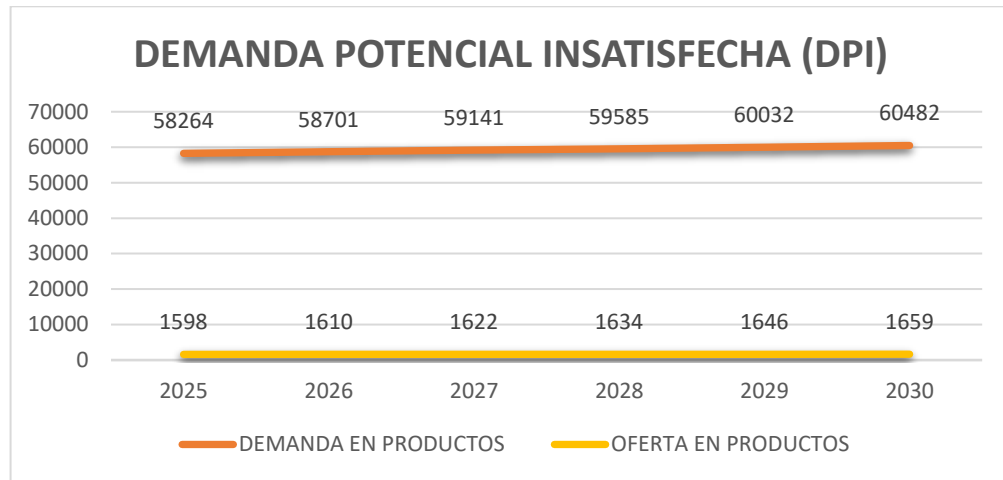
Demanda Potencial Insatisfecha

Año	Demanda En Productos	Oferta En Productos	DPI
2025	58264	1598	56666
2026	58701	1610	57091
2027	59141	1622	57519
2028	59585	1634	57951
2029	60032	1646	58385
2030	60482	1659	58823

Nota: La tabla muestra la demanda potencial insatisfecha hasta el año 2030.

Figura 25

Demanda Potencial Insatisfecha



Nota: La figura muestra la demanda potencial insatisfecha (DPI).

La demanda potencial insatisfecha (DPI), para el proyecto se realizó mediante la diferencia entre la demanda y la oferta de productos teniendo así que para el año 2025 su DPI es de 56 666 productos que los consumidores desean adquirir llegando así hasta el año 2030 con un total de 58 823 productos, evidenciando así una oportunidad sólida y viable del proyecto al cubrir la necesidad deseada.

3.10 Análisis de precio

Precio

Se considera como precio al valor de un producto o servicio que será puesto en el mercado el mismo determina la relación que se presenta entre la oferta y la demanda puesto que se encuentra a la par en este mercado competitivo (Caicedo et al., 2022).

El precio se consideró como un valor económico que fue designado al producto, que es presentado en el mercado el mismo refleja los costos de producción más el valor de ganancia teniendo en cuenta las condiciones económicas del mercado.

Para el proyecto de tomo en cuenta las respuestas obtenidas de la pregunta: 6. ¿Cuánto estaría dispuesto/a, a pagar por esta nueva línea de calzado?, la misma reflejo los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta de tal manera que se estableció el precio a partir del costo total del proyecto.

Seguidamente para su determinad proyección se realizó con la ayuda de la inflación acumulada la misma se obtuvo con información de (Banco Central del Ecuador, 2025), teniendo en cuenta desde marzo del 2024 hasta marzo del 2025 obteniendo así una inflación de 1, 38% ver Anexo C.

Tabla 31

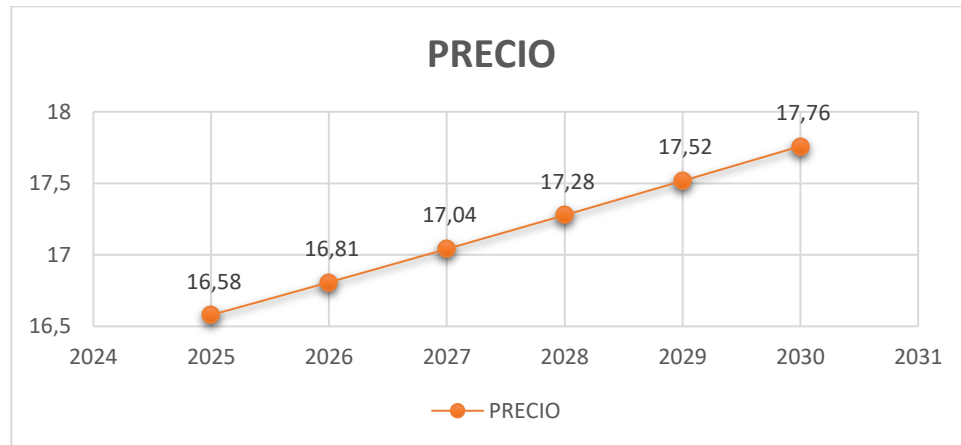
Precio

Año	Precio	Inflación Acumulada 1,38%	
2025	15,23	\$	0,21
2026	15,44	\$	0,21
2027	15,65	\$	0,22
2028	15,87	\$	0,22
2029	16,09	\$	0,22
2030	16,31	\$	0,23

Nota: La tabla muestra la proyección del precio con su acumulación hasta el año 2030.

Figura 26

Precio



Nota: La figura muestra la proyección del precio de una línea de calzado para el adulto proyectado hasta el año 2030.

El precio por cada par de zapatos para adultos mayores es de \$16,58 para el año 2025, para el año 2026 su precio será de \$16,81 así posteriormente hasta el año 2030 el cual presento un precio de \$17,76.

3.11 Comercialización

3.11.1 Canales de distribución

Los canales de distribución se caracterizan por ser medios que permiten que las organizaciones puedan llegar con su producto al consumidor teniendo en cuenta que estas cuentan con canales directos, indirectos y mixtos (Mesa et al., 2023).

Los canales de distribución fueron esencial para la distribución del producto puesto que este llega al consumidor final, para este se basó en la pregunta 7. ¿Cuáles de los puntos de venta le resulta más conveniente para adquirir un par de zapatos?, en la cual se

identificó que la mejor opción es en tiendas de calzado común de calzado para el adulto mayor, según los encuestados.

Canal indirecto corto

Se considera como canal de distribución corto por cuanto se basa del productor hasta mayoristas, minoristas o distribuidores en la cual el producto final llega el consumidor (Andrada, 2022).

Para el proyecto se implementó un canal indirecto corto de tal manera que según la encuesta aplicada los consumidores prefieren adquirir el producto en tiendas de calzado común en la cual se obtuvo 64% de consumidores.

Figura 27

Canal de distribución



Nota: La figura muestra el canal de distribución del proyecto.

Según resultados obtenidos para el proyecto se realizó un canal de distribución indirecto corto, así como esta comienza desde el productor pasando a los minoristas y como ultimo llega al consumidor final del producto fuente (Clipart, 2023).

3.11.2 Canales de comunicación

Catálogo impreso

Los canales de comunicación son claros y accesibles dependiendo a quien se encuentra dirigido, sus hábitos y preferencias de consumidor, se considera importante dentro de las

organizaciones puesto que permite establecer estrategias para que llegue a los clientes (Gamboa y Álvarez, 2022).

Para el proyecto se determinó realizar catálogos impresos en vista de que es ideal para la población que se estudió siendo esta de adultos mayores puesto que es de fácil acceso y de entendimiento.

Figura 28

Canal de comunicación



Nota: La figura muestra el catálogo como canal de comunicación para el proyecto. Fuente: Años plateados (2024).

3.12 FODA

El análisis FODA se considera como una herramienta que permite identificar cuáles son los factores internos y externos de una organización con la finalidad de comprender de mejor manera como se encuentra la empresa, mediante la misma se busca realizar cambios que mejoren mediante la aplicación de estrategias y análisis del entorno (Chicaiza et al., 2022).

Mediante la aplicación del análisis FODA se identificó los factores internos y externos del proyecto en la cual se aprovechó las fortalezas y oportunidades y erradico las debilidades y amenazas.

Tabla 32

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Uso de materiales de calidad, seguros y cómodos.	O1. Facilidad de adquisición de créditos
F2. Disponibilidad de perchas y hormas para la producción.	O2. Relación directa con proveedores.
F3. Venta de diseños personalizados.	O3. Baja competencia en el mercado competitivo
F4. Diseño especializado para el adulto mayor.	O4. Mercado creciente.
F5. Cuenta con la maquinaria necesaria.	O5. Aumento de ofertas de materias primas e insumos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Escaso personal	A1. Cambios en precios de materia prima.
D2. Producción en pequeñas escalas.	A2. Competencia con marcas ya posicionadas.
D3. Escaso conocimiento técnico en este tipo de diseño	A3. Resistencia al cambio.
D4. Recursos financieros limitados.	A4. Inestabilidad económica.
D5. Poca presencia en redes sociales.	A5. Competencia con calzado genérico a bajos precios en mercados informales.

Nota: La tabla muestra el análisis FODA del proyecto para el año 2025.

Mediante el análisis FODA se evidencio los factores relevantes se encuentran presentes en el proyecto de emprendimiento tanto internos como externos, mediante los mismos se observó que el emprendimiento tiene un alto nivel de penetración del producto en el

mercado puesto que se observó un nicho desatendido, sin embargo, es importante erradicar las debilidades siendo clave para convertir una debilidad en una ventaja competitiva.

3.12.1 Análisis interno (PCI)

La matriz de Perfil de capacidades Internas (PCI) se considera como una herramienta que permite evaluar las fortalezas y debilidades de una organización mediante la misma se realizan diagnósticos estratégicos los cuales permite a la empresa una buena operación (Perez, 2022).

Esta matriz permite evaluar los factores internos de áreas de la empresa así mismo estas influyen rectamente con la competitividad y con estrategias, esta matriz presenta una ponderación en la cual es asignada y permite identificar si las fortalezas son mayores a las debilidades o viceversa (Mojica et al., 2022).

Mediante la matriz PCI, se identificó los factores internos del proyecto de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo para el año 2025, así mismo se construyó a partir de la matriz FODA del emprendimiento.

Tabla 33

Calificación de ponderación de la matriz PCI

Calificación	
4	Alto impacto
3	Medio alto impacto
2	Medio bajo impacto
1	Bajo impacto

Nota: Información de calificación basada en la escala de Likert del repositorio de la Corporación Universitaria de Dios (Bonilla et al., 2023).

Tabla 34*Fortalezas/Debilidades*

>3 Fortalezas/Debilidades
<3 Debilidades/Fortalezas

Nota: Información de calificación basada en la escala de Likert del repositorio de la Corporación Universitaria de Dios (Bonilla et al., 2023).

Tabla 35*Matriz PCI*

FORTALEZAS			
Detalle	Ponderación (externo)	Calificación (interno)	Valor Ponderado
F1. Uso de materiales de calidad, seguros y cómodos.	0,13	4	0,52
F2. Disponibilidad de perchas y hormas para la producción.	0,17	4	0,68
F3. Venta de diseños personalizados.	0,1	4	0,4
F4. Diseño especializado para el adulto mayor.	0,1	4	0,4
F5. Cuenta con la maquinaria necesaria.	0,5		2
DEBILIDADES			
D1. Escaso personal	0,14	3	0,42
D2. Producción en pequeñas escalas.	0,13	3	0,39
D3. Escaso conocimiento técnico en este tipo de diseño	0,1	3	0,3
D4. Recursos financieros limitados.	0,13	3	0,39
D5. Poca presencia en redes sociales.	0,5		1,5
	1		3,5

Nota: La tabla muestra la matriz PCI del proyecto para el año 2025.

Mediante la aplicación de la matriz PCI se identificó que las fortalezas son mayores que las debilidades, esto se obtuvo mediante la calificación que se presentó siendo 4 de alto impacto y 3 de mediano impacto obteniendo así el valor ponderado de >3,5 lo que indica que se deben aprovechar las fortalezas del proyecto.

3.12.2 Análisis externo (POAM)

La matriz POAM es considerada como una herramienta que brinda la capacidad de transformar las amenazas identificadas en la matriz FODA, en la misma se priorizan las oportunidades sobre las amenazas en la cual esta sirvió como medio de diagnóstico y plan de mejora para la empresa (Bayona et al., 2023).

El Perfil de Oportunidades y Amenazas Mejoradas (POAM), se implementa en las organizaciones con la finalidad de priorizar los factores externos en la misma se presentan ponderaciones que sirven para dar a cada de las oportunidades y amenazas de la empresa (Serna y Pinzón, 2023).

La matriz POAM es una herramienta que permitió identificar los factores externos del proyecto de emprendimiento, la cual pondera un valor de importancia para contar con un valor e identificar si las oportunidades son mayores que las amenazas del proyecto.

Tabla 36

Calificación de ponderación de la matriz POAM

Calificación	
4	Alto impacto
3	Medio alto impacto
2	Medio bajo impacto
1	Bajo impacto

Nota: Información de calificación basada en la escala de Likert del repositorio de la Corporación Universitaria de Dios (Bonilla et al., 2023).

Tabla 37

Oportunidades/ Amenazas

>3 Oportunidades/Amenazas

<3 Amenazas/Oportunidades

Nota: Información de calificación basada en la escala de Likert del repositorio de la Corporación Universitaria de Dios (Bonilla et al., 2023).

Tabla 38

Matriz POAM

OPORTUNIDADES			
Detalle	Ponderación (externo)	Calificación (interno)	Valor Ponderado
O1. Facilidad de adquisición de créditos	0,12	4	0,48
O2. Relación directa con proveedores.	0,18	3	0,54
O3. Baja competencia en el mercado competitivo	0,13	2	0,26
O4. Mercado creciente.	0,07	3	0,21
O5. Aumento de ofertas de materias primas e insumos.	0,5		1,49
AMENAZAS			
A1. Cambios en precios de materia prima.	0,16	4	0,64
A2. Competencia con marcas ya posicionadas.	0,11	3	0,33
A3. Resistencia al cambio.	0,12	2	0,24
A4. Inestabilidad económica.	0,11	3	0,33
A5. Competencia con calzado genérico a bajos precios en mercados informales.	0,5		1,54
	1		3,03

Nota: La tabla muestra la matriz POAM del proyecto para el año 2025.

La matriz POAM permitió identificar factores externos como oportunidades y amenazas presenten una ponderación de 0,5 así mismo se verifico que las oportunidades se encuentran sobre las amenazas dado que se obtuvo un valor de 3,03, siendo un resultado óptimo para el proyecto.

3.12.3 Matriz FODA cruzada

El FODA cruzado permitió conocer las estrategias que se desarrollan con la finalidad de aprovechar las fortalezas de la organización en el mercado competitivo, de igual manera se presentan acciones correctivas para superar las debilidades en la misma se realizan estrategias FO, DO, FA y DA (Bueno y Sarmiento, 2024).

Permite vincular los factores internos (fortalezas y debilidades) con factores externos (oportunidades y amenazas), en la misma ayuda a la planeación de estrategias específicas que potencialice acciones estratégicas y permita crear ventajas competitivas superando las debilidades y minimizar las amenazas (Vázquez et al., 2024).

La matriz FODA cruzado fue esencial para la elaboración de estrategias en el proyecto debido a que permitió identificar elementos claves basados en cruzar o combinar tanto factores externos como internos basados en la matriz FODA, la misma presentó elementos claves.

Tabla 39

Matriz FODA cruzado

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Uso de materiales de calidad, seguros y cómodos.	D1. Escaso personal
	F2. Disponibilidad de perchas y hormas para la producción.	D2. Producción en pequeñas escalas.
	F3. Venta de diseños personalizados.	D3. Escaso conocimiento técnico en este tipo de diseño
	F4. Diseño especializado para el adulto mayor.	D4. Recursos financieros limitados.
	F5. Cuenta con la maquinaria necesaria.	D5. Poca presencia en redes sociales.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1. Facilidad de adquisición de créditos O2. Relación directa con proveedores.	F1, O2 Aprovechar el uso de materiales de calidad, seguros y cómodos para potenciar la relación directa con proveedores.	D3, O3 Buscar apoyo que permita contar con conocimiento técnico en ese tipo de diseño y tomar ventaja de la baja competencia en el mercado competitivo.
O3. Baja competencia en el mercado competitivo O4. Mercado creciente.	F4, O4 Presentar un diseño especializado para el adulto mayor y beneficiarse del mercado creciente.	D5, O4 Invertir en presencia de redes sociales para aprovechar el mercado creciente.
O5. Aumento de ofertas de materias primas e insumos.		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA

A1. Cambios en precios de materia prima.	F1, A5	D2, A2
A2. Competencia con marcas ya posicionadas.	Utilizar materiales de calidad, seguros y cómodos para buscar posicionamiento frente a la competencia con pequeñas escalas para calzado genérico a medirse frente a la bajos precios en competencia con marcas ya posicionadas.	Aumentar la producción de
A3. Resistencia al cambio.		
A4. Inestabilidad económica.	F5, A3	D1, A3
A5. Competencia con calzado genérico a bajos precios en mercados informales.	Aprovechar el uso de maquinaria necesaria para disputar la resistencia al cambio.	Incorporar a personal para suprimir la resistencia al cambio.

Nota: La tabla muestra el FODA cruzado del proyecto de emprendimiento para el año 2025.

Mediante el FODA cruzado se elaboró estrategias claves como las FO, en las cuales se buscó aprovechar la calidad de materiales con las que se contó y sus proveedores, las DO, se identificó que es necesario contar con apoyo técnico especializado y potenciar las redes sociales para entrar más en el mercado, las FA, sugirieron que hay que aprovechar la maquinaria con la que se cuenta y las DA, apuntaron que es necesario incorporar personal con nuevos conocimientos y el aumento de la producción de la línea de calzado.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño optimo del proyecto

4.1.1 Factores determinantes de tamaño

Demanda potencial insatisfecha

Mediante la demanda potencial insatisfecha se determinó el tamaño optimo en la misma se evidencio en la Tabla 30, en donde se da a conocer que para el año 2025 existe un DPI de 56 666 productos, de igual manera se proyectó para el siguiente año que evidencio que presenta con DPI de 58 823 productos y así posteriormente hasta el año 2030, gracias a esta permitió identificar la cantidad de productos que se brindara con la finalidad de cubrir la demanda.

Materia prima

Es importante garantizar la calidad de materiales, comodidad y durabilidad de los materiales con los cuales se produjo el calzado, debido a que es importante para el adulto mayor que el producto cuente con garantía, suelas antideslizantes, malla transpirable y fácil ajuste, para ello se estableció la selección de proveedores que cumplan con los materiales, el tiempo de entrega y un buen precio para adquirir para la producción de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo.

Insumos

A través de los insumos se complementó el proceso de producción del calzado para el adulto mayor en la cual se identifican pegamentos, cordones, punteras y dentros, en la misma se estableció alianzas con distribuidores fiables que garanticen la continuidad y

evite retrasos en el proceso de producción de este, dado que incide de manera directa en el terminando del calzado.

Disponibilidad de capital

La disponibilidad de capital es relevante para el emprendimiento dado que es un factor determinante en el desarrollo del proyecto, considerando que se presentó los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha, la misma concede cubrir inversiones, contratación de personal, etc. Además, el contar con capital propio proporciona una mejor viabilidad y crecimiento del emprendimiento.

Mano de obra

Es esencial contar con mano de obra para el emprendimiento dado que garantizo el éxito el mismo se enfocó en contar con personal con conocimientos, habilidades y técnicas de producción siendo de suma importancia en vista de que incide directamente en la calidad y eficiencia del producto final. Las habilidades y experiencias de igual manera fueron un factor fundamental que garantizo el cumplimiento de estándares del producto.

Tecnología

Mediante la implementación de tecnología se identificó que genero una mejor eficiencia y competitividad en el mercado de tal manera que los mismos permitieron diseñar modelos que cumplan con las necesidades podológicas y fisiológicas para el adulto mayor como la reducción de caídas, ajuste adecuado y estabilidad al momento de caminar, por ello se optimizo el tiempo y conto con mejores acabados de calzado, modernizando así los procesos en la producción siendo capaz de competir en el mercado.

4.1.2 Tamaño optimo

Se identifico el tamaño optimo del emprendimiento con la finalidad de conocer la capacidad de producción para cubrir la demanda potencial insatisfecha, en la misma se provee las ventas diarias de calzado obteniendo del DPI real anual de 8 640 dividido para 240 días del año laboral en donde se conoció la producción de calzado de 36 pares diarios, de igual manera se identificó la capacidad comercial mediante la multiplicación del DPI de 56 666 productos por la estimación de 0,15% siendo esta del mercado actual.

Ecuación 3

Estimación

$$\text{Estimación} = \frac{\text{Capacidad Comercial}}{\text{DPI}}$$

$$\text{Estimación} = \frac{8640}{56666}$$

$$\text{Estimación} = 0,15$$

Para conocer el DPI real se tomó en cuenta el DPI ya calculado en el estudio de mercado el mismo se encuentra en la tabla 30, y se tomó en consideración la estimación de 0,15% siendo esta la capacidad de cubrir la demanda potencial insatisfecha de una manera realista, seguidamente se procedió a dividir el DPI real de 8640 unidades de calzado para los 240 días laborables esto cabe recalcar que se enfocó debido a que se trabajó con un año laboral para el proyecto teniendo una producción diaria de 36 pares.

Tabla 40

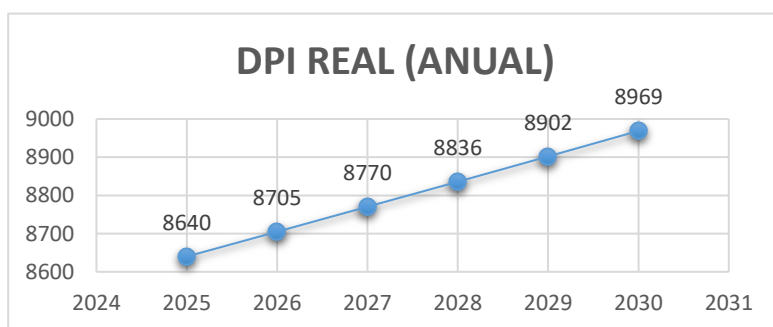
DPI real

Año	DPI	Estimación	Dpi Real (Anual)	Producción Días
2025	56 666	0,15	8 640	36
2026	57 091	0,15	8 705	36
2027	57 519	0,15	8 770	37
2028	57 951	0,15	8 836	37
2029	58 385	0,15	8 902	37
2030	58 823	0,15	8 969	37

Nota: Se indica el DPI real proyectado del emprendimiento para el año 2025.

Figura 29

DPI real anual



Nota: La figura muestra DPI real proyectado hasta el año 2030.

Mediante la proyección del DPI real se identificó la capacidad de cobertura en la demanda insatisfecha en donde se trabajó con una estimación del 0,15% por lo que desde el año 2025 hasta el 2030 presento un incremento relevante en la cual sugirió un constante aumento por cuanto en el año 2025 se identificó 8 640 productos y así hasta el año 2030 con un valor de 8 969 productos y se verifico que el proyecto se encuentra en la capacidad de cubrir la demanda del mercado.

4.2 Macro y Micro localización

4.2.1 Macro localización

País: Ecuador

Región: Sierra

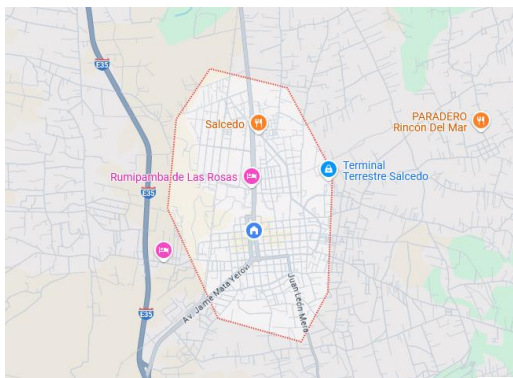
Zona: 3

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Salcedo

Figura 30

Macro Localización



Nota: La figura muestra la macro localización. Fuente: (Google Maps, 2025).

4.2.2 Micro Localización

Parroquia: San Miguel

Sector: Anillo Vial

Figura 31

Micro Localización



Nota: La figura muestra la micro localización. Fuente: (Google Maps, 2025).

4.3 Localización optima

La localización optima es esencial para que el producto servicio se encuentre con un mejor acceso a mercados competitivos, siendo clave para aprovechar las economías, este permite establecer estratégicamente establecimientos considerando cada uno de los escenarios (Arellana et al., 2022).

El modelo de localización optima representa centros de consolidación para productos o servicios, la misma determina la ubicación, capacidad y afluencia de consumidores (Alvarez, 2022).

Mediante la localización optima se identificó el lugar óptimo para el considerando los factores relevantes como la cercanía, el arriendo, tránsito vehicular, afluencia de clientes

para la línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo, la mismo busco asegurar la eficiencia y cercanía del mercado objetivo.

Tabla 41

Escala de impacto de la Localización optima

Escala de impacto	
3	Alto Impacto
2	Mediano Impacto
1	Bajo Impacto

Nota: La tabla muestra la escala de impacto para la localización optima.

Tabla 42

Ponderación de Localización optima

Factores Relevantes	Peso Ponderado	Anillo Vial		Av. Jaime Mata y Olmedo		Av. Abdón Calderón y Circunvalación	
Arriendo	0,1	2	0,2	3	0,3	2	0,2
Infraestructura	0,2	2	0,4	2	0,4	2	0,4
Servicios básicos	0,1	3	0,3	2	0,2	1	0,1
Sector comercial	0,05	3	0,15	2	0,1	1	0,05
Vías de acceso	0,07	3	0,21	2	0,14	1	0,07
Tránsito Vehicular	0,08	3	0,24	2	0,16	1	0,08
Transporte	0,03	3	0,09	2	0,06	2	0,06
Competencia	0,01	3	0,03	3	0,03	2	0,02
Seguridad	0,05	2	0,1	1	0,05	1	0,05
Clientes	0,1	2	0,2	1	0,1	1	0,1
Visibilidad	0,01	2	0,02	1	0,01	2	0,02
Proveedores	0,2	3	0,6	1	0,2	1	0,2
Total	1	2,54		1,75		1,35	

Nota: Se presenta los factores relevantes con su peso ponderado en la localización optima.

Los resultados demostraron que en el Anillo Vial del cantón Salcedo resulto la localización óptima para el establecimiento de la línea de calzado para el adulto mayor, se reflejó que en esta zona ofrece una gran combinación de la estructura, es un sector comercial, presenta vías de acceso y presenta una cercanía con los consumidores, además, se obtuvo una puntuación de 2,54 siendo superior con las otras localizaciones.

4.4 Ingeniería del proyecto

Mediante la ingeniería del proyecto se presenta el diseño del producto o servicio para el óptimo funcionamiento de un proyecto de emprendimiento, dado que permite demostrar la viabilidad técnica del mismo (Madrid, 2023).

En la ingeniería del proyecto se identificó que para la implementación de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo que garantice una producción óptima, eficiente y de calidad proclamando así un éxito del proyecto.

4.4.1 Estado inicial

Materia prima

La materia prima se considera como el recurso primordial para la fabricación de productos en la cual se enfatiza en el enfoque de la eficiencia y sostenibilidad en la cual evita los desperdicios y se centra en la buena calidad de la materia (Rodríguez et al., 2022).

La materia prima influye de manera directa tanto en la calidad, como en la capacidad de producción sosteniendo la eficiencia, sostenibilidad y responsabilidad dado que se aprovechó cada una de sus características para así obtener y garantizar un calzado de calidad y seguridad para el adulto mayor.

Tabla 43

Materia prima

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual
Malla transpirable	Rollo	4	48
Suelas	Docenas	60	720

Nota: Se presenta la muestra la descripción de materia prima y su consumo mensual y anual.

Se determino la cantidad de 4 rollos mensuales dado que cada uno conto con 30 metros en rollo y para la producción diaria de 36 pares dado que por cada 12 pares se utilizó 2 metros de malla traspirable cubriendo así la producción total con los 4 rollos y en las suelas se implementó la cantidad de 60 docenas en la cual se utilizó diariamente 3 docenas cubriendo así toda la producción de manera mensual.

Insumos

Se considera como insumos a los materiales complementarios y necesarios para dar fin al proceso productivo final, teniendo en cuenta un buen control y recepción de estos por cuanto en ocasiones no se realizan controles de calidad dificultando así su control de calidad (Mejía y Correa, 2023).

Los insumos en la fabricación de calzado para el adulto mayor se basaron en materiales que componen el producto en la cual se incluyen pegamentos, plantillas, hilos y más complementos dado que influyen en el producto para el cliente.

Se detalla los insumos que complementan la fabricación de calzado para el adulto mayor.

Tabla 44*Insumos*

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual
Kisafix	Pomas	4	48
Pega Africana	Pomas	4	48
Limpiador	Pomas	2	24
Plantilla	Pacas	2	24
Hilos	Conos	5	60
Puntera	Pacas	2	24
Dentro	Pacas	2	24
Bioto	Rollo	4	48
Plantilla ortopédica	Docenas	60	720
Piola	Rollo	4	48

Nota: Se presenta la descripción de insumos y su consumo mensual y anual.

Para los insumos del proyecto se consideró Kisafix con 4 pomas de manera mensual dado que cada poma cuenta con 10 litros y 1 se utilizó como pegamento para las suelas y parte inferior del corte para la unión, así mismo la pega africana se implementó 4 pomas mensualmente dado que se implementó para el empaste del contrafuerte y el corte, de igual manera el limpiador se utilizó 2 pomas al mes dado que se implementó para limpiar todas las impurezas de la suela, en las plantillas se utilizaron 2 pacas mensualmente reconociendo que cada paca cuenta con 10 unidades y por cada plancha de plantilla se obtuvo 12 pares así las 20 unidades de planchas de plantillas se obtuvo 60 pares de plantilla, seguido de los hilos utilizando 5 mensualmente en la 4 se implementaron para cocer los cortes y 1 para la maquina Estrober, de igual manera para los contrafuertes de punteras y dentro se implementaron 2 pacas mensualmente dado que de cada plancha se obtuvo 3 docenas, para el Bioto se consideró 4 rollos mensualmente dado que de 2 metros se obtuvo 12 pares, en las plantillas ortopédicas se obtuvo 60 pares en la que se adquiere de manera individual y finalmente la piola se utilizó 4 rollos mensualmente por lo que cada rollo contiene 30 metros.

Materiales indirectos de fabricación

Estos materiales indirectos de fabricación constituyen parte del producto, pero hay que tener en cuenta no forman parte de manera directa del producto final cabe reconocer que es el completo del producto final (Casanova et al., 2023).

Para el proyecto se identificó los materiales indirectos de fabricación como etiquetas, fundas de empaque, cinta de embalaje y las cajas de zapatos para el producto siendo implementados de manera indirecta en el producto final.

Tabla 45

Materiales indirectos de fabricación

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual
Etiquetas	Paquetes	8	96
Fundas	Paquetes	8	96
Cinta de embalaje	Paquetes	2	24
Caja de zapatos	Paquetes	14	168

Nota: Se describe la muestra la descripción de materiales indirectos de fabricación y su consumo mensual y anual.

Para el proyecto se utilizó 8 paquetes de etiquetas al mes dado que cada paquete contiene números para colocar en el calzado cubriendo así la producción al mes, en las fundas se implementó 8 paquetes teniendo en cuenta que cada paquete conto con 50 unidades así mismo la cinta de embalaje se utilizó para 2 paquetes al mes y finalmente se implementó 14 paquetes de cajas de zapatos teniendo en cuenta que en cada paquete se contó con 50 unidades cubriendo así toda la producción de calzado final.

Servicios Básicos

Los servicios básicos son fundamental en el área técnica y financiera esta representa su importancia tanto en cobertura como en calidad, la misma se observa en un desarrollo sistémico e integrado del territorio (Pérez G. , 2021).

Es importante los servicios básicos para el proyecto debido a que son parte esencial para la elaboración del producto como también de sus colaboradores, dentro de la misma se implementó servicios como el agua potable, energía eléctrica, e internet siendo importantes para el proyecto.

Tabla 46

Servicios básicos

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual
Energía Eléctrica	KW/h	30	360
Internet	Paquete	25	300
Agua potable	Mc	5	60

Nota: Se presenta la muestra la descripción de servicios básicos.

Se determino la cantidad de consumo mensual de la energía eléctrica de \$30 dado que es la tarifa mínima de pago de ELEPCO S.A, en el internet se implementó un paquete de 350 megas a un valor de \$25 y por último se utilizó el agua potable con un valor de \$5 dado que es el básico que pago por su consumo.

4.4.2 Proceso (producción o servucción)

Para la elaboración de la línea de calzado para el adulto mayor se presenta en la a continuación:

Tabla 47

Tabla de producción

Nº	Estado Inicial	Proceso	Tiempo	Recurso por invertir
1	Adquisición de materia prima e insumos	Compra de materiales como: mallas transpirables, suelas antideslizantes, pegamento, etiquetas, forro y cartón.	7 horas	Contacto con proveedores y transporte
2	Almacenamiento y control de inventario	Clasificación y almacenamiento correcto de cada uno de los materiales	4 horas	Estanterías
3	Corte de moldes	Corte del calzado: capellada, forro, plantilla y refuerzos	2 horas por docena	Personal de cortado
4	Estampado	Estampado de la marca en partes del corte	10 minutos por docena	Máquina estampadora y energía eléctrica
5	Costura y ensamblado	Unión de partes del calzado como: en la capellada y forro	4 hora por docena	Máquina recta y de poste y personal aparado
6	Empiolado del corte	Unión del corte con la plantilla	30 minutos por docena	Máquina ribeteadora, hilos, piola y persona encargada
7	Montado del calzado	Armado del corte y preparación de pegado	1 hora por docena	Máquina jaleadora y personal de armado

8	Ensamblaje de suelas	Incorporación de las suelas antideslizantes mediante el prensado y sacado de hormas	2 horas por docena	Prensa, horno y personal de plantado
9	Acondicionamiento interno del calzado	Calzado estructurado con plantillas	30 minutos por docena	Plantillas especializadas
10	Acabado y control de fallas	Calzado terminado, corte de hilos, limpieza de pegamento visible	1 hora por docena	Tijera, insumo de limpieza, cepillo de calzado
11	Empaque y etiquetado	Producto empaquetado individual con etiquetas	1 hora por docena	Cajas, etiquetas
12	Almacenamiento	Producto terminado listo y almacenamiento por modelo, talla y color	2 horas por docena	Estanterías
13	Distribución	Envío a puntos de ventas	2 horas	Transporte

Nota: Se describe la muestra el proceso de producción de la línea de calzado en orden cronológico.

El proceso de la producción de calzado para el adulto mayor requirió contar con materia prima de calidad que cumplan con las necesidades específicas del consumidor como la comodidad, seguridad, fácil ajuste y suelas antideslizantes, a partir de ahí el proceso continua con cada uno de los procesos de corte, estampado, aparado, empiolado, montaje, ensamblaje acondicionamiento, acabado y control de fallas, empaque y etiquetado, almacenamiento y por último la distribución del producto, teniendo en cuenta que en cada proceso se asegura la calidad del producto.

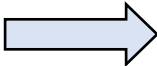
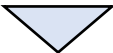
4.4.3 Diagrama de flujo

Al momento de diseñar un diagrama de flujo se encuentra compuesto por el inicio y final los mismo complementan una estructura en toda la etapa de producción de igual se incluyen elementos secuenciales, condicionales y medibles de igual manera se destaca las decisiones y operaciones que se realizan en el diagrama de flujo (Arellano et al., 2022).

Mediante el diagrama de flujo se representó de manera gráfica y estructurada el proceso de la elaboración de la línea de calzado para el adulto mayor, mediante la simbología ASME, simplificando cada uno de los procesos y con un orden.

Tabla 48

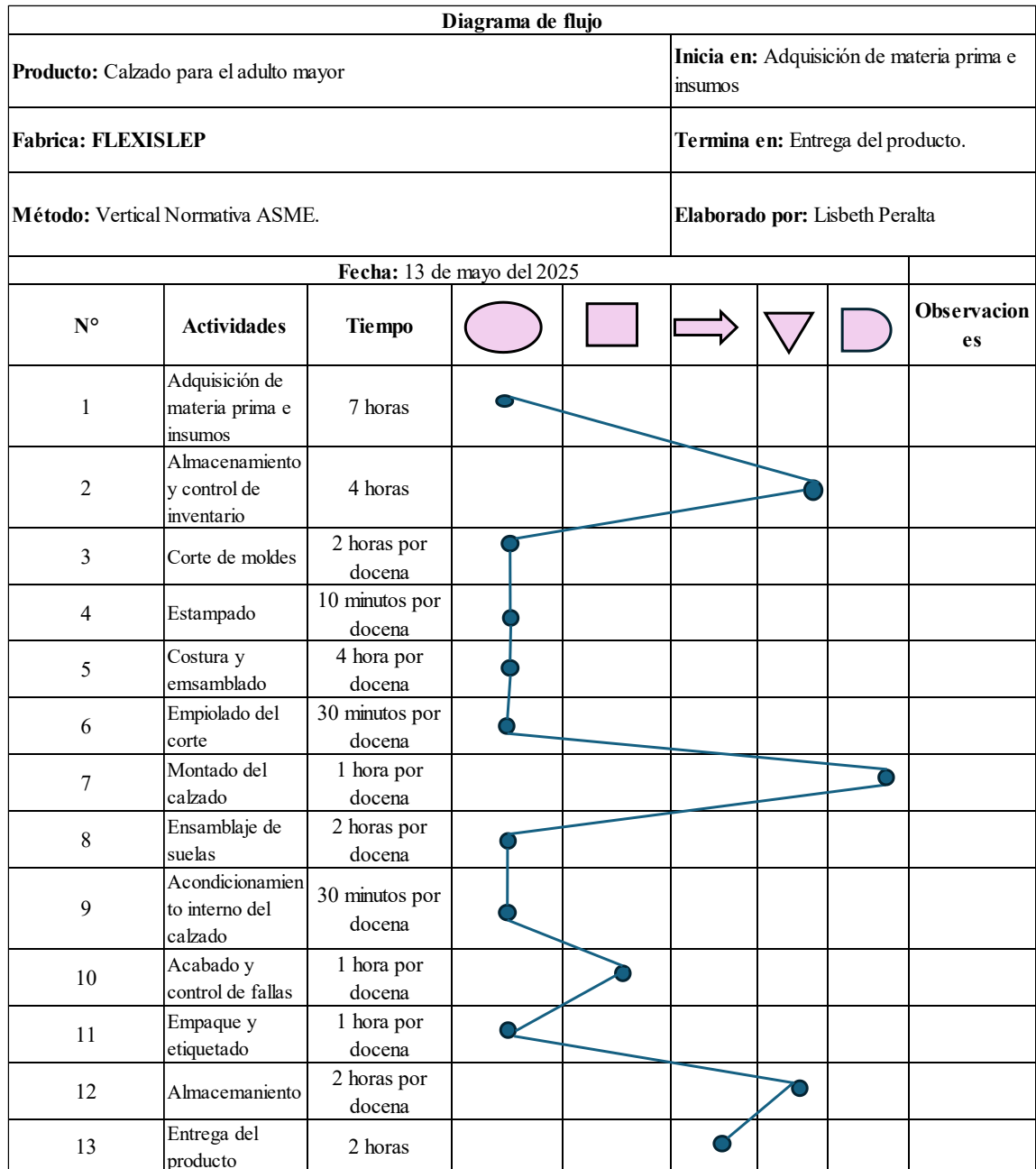
Simbología ASME

Simbología	Representación	Descripción
	Operación	Acción principal o proceso
	Inspección	Representa la revisión o verificación del producto
	Transporte o desplazamiento	Representa el traslado de materiales, documentos en diferentes ubicaciones dentro del proceso
	Almacenamiento	El material o producto se encuentra en el lugar designado
	Demora	Indica el proceso que se encuentra en pausa

Nota: Simbología ASME tomada de (Hidalgo, 2025)

Figura 32

Diagrama de flujo



Nota: Se presenta una figura del proceso de producción de la línea de calzado para el adulto mayor.

Mediante el diagrama de flujo se presenta el proceso productivo de la línea de calzado que fue elaborado mediante las normas ASME, cada una de las 13 actividades que

conformaron el sistema, mediante el uso de símbolos operación, inspección, transporte, almacenamiento y demora, lo que facilitó cada una de las etapas desde su comienzo hasta el final, siempre teniendo en cuenta la calidad del producto y evitar fallas en el producto.

4.4.4 Balance de materiales

Maquinaria

Para (Sosa y Sabando, 2022) se considera como maquinaria pesada que sirve en la producción de productos cabe reconocer que esta cuenta con un tiempo de vida útil prolongado a diferencia de los equipos.

La maquinaria cumple un sistema de producción posteriormente diseñada para dar cumplimiento a la actividad deseada, los mismos facilitan cada uno de los procesos a lado de operarios.

Tabla 49

Maquinaria

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Templadora	1	1 500	1500
Compresor	1	1 800	1800
Prensadora	1	1 100	1100
Estrober	1	1 300	1300
Máquina de poste	1	2 000	2000
Maquina Recta	1	1 000	1000

Nota: Se presenta la maquinaria para la producción de la línea de calzado. Fuente: (Comercial Aulestia, 2025).

Se detallo la maquinaria implementada en el proyecto con su cantidad y su precio, como en la máquina templadora con una unidad a un precio de \$1 500 así mismo se contó una

unidad en el compresor a un valor de \$1 800, seguido de la prensadora con una unidad a un precio de \$1 100, una máquina estrober con un valor de \$1 300, una máquina de poste a \$200 y una maquina recta a un precio de \$1 000 dólares, en la maquinaria se consideró una unidad dado que cumple con su producción diaria de 36 pares.

Equipo de producción

El equipo de producción se considera como la parte suplementaria de la maquinaria necesaria para el sistema productivo de las industrias en las cuales presentan un papel fundamental al momento de alinearse con la efectividad de la organización (Contreras et al., 2022).

Los equipos de producción se consideraron como un conjunto de equipos que brindan la oportunidad de transformar o completar los procesos productivos.

Tabla 50

Equipo de producción

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Horno	1	250	250
Sublimadora	1	400	400

Nota: La tabla muestra el equipo de producción para el proyecto. Fuente: (Comercial Aulestia, 2025).

Para el proyecto se tomó en cuenta los equipos como el horno con una unidad a un precio de \$250 y la sublimadora para la comprensión de etiquetas en los cortes considerando que solo se contó con una unidad a un valor de \$400.

Equipo de computo

Mediante los equipos de cómputo permite gestionar de manera digital los procesos contables además se demuestra de manera ordenada y eficiente cada uno de los sistemas permitiendo la interacción con individuos y ejecutar o la manipulación de datos (Perdigón, 2022).

Se considero indispensable contar con un equipo de cómputo dentro de la organización dado que es esencial para el trabajo y la verificación de información contable tanto digital al igual que con una impresora para el proyecto.

Tabla 51

Equipo de cómputo

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Computadora	1	800	800
Impresora	1	400	400

Nota: La tabla señala el equipo de cómputo para el proyecto. Fuente: (COMPUTRON, 2025).

Se consideró necesario la implementación de un equipo de cómputo lo que facilito el manejo contable en el área administrativa es por ello por lo que se adquirió una computadora a un precio de \$800 y una impresora con un valor de \$400.

Muebles y enseres

Para Nierto et al. (2022), los muebles y enseres son un conjunto de bienes que se encuentran destinados a equipar o compelementar la funcionalidad del espacio fisico d ela organización con la finalidad de cumplir actividades diseñas en el ambiente de trabajo.

Los muebles y enseres fueron importantes para el proyecto dado que complementaron a la empresa para llevar acabo actividades en el espacio de trabajo designado, ademas busco que cada uno de sus colaboradores encuentren un buen ambiente de trabajo.

Tabla 52
Muebles y enseres

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual
Mesa de corte	Unidad	1	1
Estanterías	Unidad	10	10
Sillas	Unidad	10	10
Gavetas	Unidad	20	20
Mesa de revisión	Unidad	2	2

Nota: La tabla muestra los muebles y enseres para el proyecto.

Para el proyecto se tomó en cuenta los muebles y enseres como la mesa de corte contando con 1 unidad la misma fue implementada dado que se contó con un operario de corte, estanterías se adquirió 10 unidades dado que 5 de las mismas fueron utilizadas para la colocación de insumos y 5 de las restantes para el producto terminado, se consideró 10 sillas dado que en cada una de las máquinas, en relación a las gavetas se consideró 20 unidades debido a que una vez terminado el proceso de plantado se procede a colocar en gavetas para pasar a las mesas de revisión en las cuales se contó con 2 unidades para dar paso al último proceso de terminado de calzado, para la adquisición de los muebles y enseres se los realizó mediante productores artesanos de la zona.

Suministros de oficina

Los suministros de oficina se consideran como todos los artículos necesarios para la realización de actividades administrativas ayudando a complementar actividades cotidianas, de igual manera se realiza registros de su consumo y un control del buen manejo (Bastidas y De la Torre, 2022).

No obstante los suministros de oficina fueron parte fundamental del proyecto para actividades administrativas del emprendimiento, es por ello por lo que se consideró factor clave en cada una de las actividades.

Tabla 53

Suministros de oficina

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual
Papel bond	Resma	0,5	6
Carpetas	Unidad	1	12
Esferos	Caja	1	1
Grapadora	Unidad	1	1
Perforadora	Unidad	1	1

Nota: La tabla muestra los suministros de oficina para el proyecto. Fuente: (Bazar y Papelería Carlitos, 2025).

Para el proyecto se tomó la decisión de contar con remas de papel bond contando con 6 anualmente, así mismo las carpetas se consideraron 1 por cada mes dado que se implementó para los documentos, una caja de esferos, una grapadora y una perforadora de manera anual para el proyecto.

Suministros de Limpieza

Los suministros de limpieza garantizan un espacio limpio y especializado en el lugar del trabajo en cada uno de los procesos que se realizan manteniendo así un factor clave de éxito y sostenible (Arévalo, 2023).

Para la empresa es esencial contar con suministros de limpieza dado que garantizan un lugar libre de escombros y un buen ambiente laboral en la empresa.

Tabla 54

Suministros de Limpieza

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual
Escoba	Unidad	1	6
Desinfectante	Unidad	1	6

Nota: La tabla muestra los suministros de limpieza anual para el proyecto. Fuente: (Cleanerpro Salcedo, 2025).

Se adquirió 6 escobas de manera anual dado que es importante contar con un buen ambiente libre de escombros y de igual manera se contó con 6 desinfectantes al año precautelando un lugar adecuado para el cumplimiento de actividades.

Menaje

Menaje se considera como objetos pequeños, accesorios necesarios en industrias u organizaciones que permiten cumplir con la funcionalidad de ciertas actividades que son suplementarias al momento de desarrollar actividades (Larico, 2022).

Para el emprendimiento se consideró importante contar con menajes dado que complementan el funcionamiento en áreas necesarias de la empresa como objetos.

Tabla 55

Menaje

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual
Moldes	Unidad	5	60
Basurero	Unidad	6	6
Hormas	Docenas	6	6

Nota: La tabla muestra el menaje anual para el proyecto. Fuente: (Hormas Bolaños, 2025).

Para el proyecto se consideró como menaje los moldes del calzado dado que de manera mensual se implementaron 5 moldes, en basureros se requirieron 6 para todo el año dado que se encuentra cerca de las máquinas y en las mesas de revisión y se contó con 6 docenas de hormas de manera anual para el montaje de los cortes.

Personal de contacto indirecto

El personal de contacto indirecto se basa en personal que no trabaja de manera directa en la empresa es decir solo cuando sea necesario de sus servicios teniendo en cuenta que tienen que cubrir las necesidades empresariales mediante su trabajo y experiencia (Cubo et al., 2022).

El personal de contacto directo es fundamental contar en la empresa debido a que solo trabaja en ocasiones y no de manera permanente en la empresa y no se generan demasiados gastos.

Tabla 56

Personal de contacto indirecto

Descripción	Cantidad
Técnico de mantenimiento	1

Nota: La tabla muestra el personal de contacto indirecto y la cantidad para el proyecto.

Para el proyecto se contó con un técnico de mantenimiento siendo este de manera indirecta dado que desarrollo sus funciones de manera ocasional.

Personal de contacto directo

El personal de contacto directo se refiere a colaboradores que se encuentran directamente relacionados con los procesos productivos o de servicio en calidad de trabajadores fijos así mismo se debe mantener una buena relación dado que garantiza un óptimo cumplimiento de sus actividades designadas (García G. M., 2022).

Se considero como personal de contacto directo a colaboradores que interactúan de manera continua en el proceso productivo y constante en cada uno de los procesos establecidos teniendo en cuenta su experiencia y técnica de trabajo.

Tabla 57

Personal de contacto directo

Descripción	Cantidad
Aparador	1
Armador	1
Arregladora	1
Cortador	1

Nota: La tabla muestra el personal de contacto directo y la cantidad para el proyecto.

Para el proyecto se implementó personal de contacto directo de un aparador, un armador, una persona encargada de arreglar el calzado y un cortador de moldes, los cuales van a desarrollar cada una de las actividades designadas especialmente en cada una de las máquinas establecidas y en equipos de producción contando con el personal necesario para el proyecto.

Distribución de la planta

Para Ortiz y Zuñiga (2022), la distribución de planta es un proceso de organización del espacio de manera eficiente y lógica en el espacio físico de la empresa como es la colocación de maquinaria, materiales, insumos entre otros de igual manera se optimiza los lugares disponibles y se aprovecha cada espacio.

La distribución de la planta se establece dependiendo del espacio designado para el lugar de desarrollo de actividades tanto de maquinaria como de personal garantizando buenas condiciones laborales.

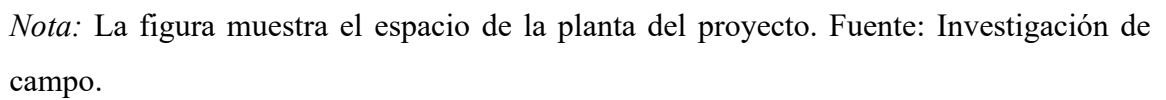
Tabla 58

Distribución de la planta

Símbolo	Descripción	símbolo	descripción
	Puerta	Estanterías con hormas	
	Estanterías de materiales	Horno	
	Mesa de cortado	Prensadora	
	Máquina de sublimado	Inodoro	
	Máquina recta	Mesa de arreglado	
	Máquina de poste	Estantería de producto terminado	

Nota: La tabla muestra la distribución de la planta para el proyecto.

Distribución de la planta



99

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 Aspectos generales

El emprendimiento, ubicado en el cantón Salcedo, presento un producto que satisface las necesidades del mercado objetivo siendo este de adultos mayores en las cuales el producto responde a las necesidades de confort, seguridad y de fácil ajuste. Además, priorizo la comodidad, y estabilidad al caminar con la finalidad de ofrecer un producto funcional y accesible.

5.1.1 Logo

El logo es considerado como un signo grafico identificador el cual opta muchas formas dependiendo el componente que se requiera en el mismo interviene el logotipo o símbolo, se caracteriza por lograr una identificación única, además presenta un estilo gráfico, técnico, cultural, entre otros (Trinidad, 2022).

Por medio del logo se buscó que el grafico refleje confort, seguridad y bienestar, de igual manera permitió ser clara y accesible y de buena calidad de visualización, y garantizo su fácil reconocimiento en el mercado.

Figura 34

Logo del proyecto



Nota: Nota: La figura muestra el logo del proyecto.

El logo FLEXISLEP fue compuesto por un símbolo de un zapato siendo de fácil identificación grafica del producto, se implementó colores suaves como el azul degradado y con detalles naranjas, rosas y violeta en la parte del zapato el mismo transmite comodidad, salud y dinamismo, la forma redondeada del zapato representa confort y ergonomía y la tipografía se realizó en mayúscula dado que simbolizo firmeza y estabilidad, en general el logo represento un estilo moderno que proyecta una identidad enfocada en la línea de calzado, Fuente: (LOGO MAKER, 2025).

5.1.2 Eslogan

El eslogan nace como identidad visual corporativa, la cual integra una frase corta que califique y describa la realizada del producto o servicio, además toma en cuenta las fortalezas, identidad y valores con el propósito de comunicar de manera clara y atractiva al consumidor diferenciándose de la competencia (Marino et al., 2021).

Se representó mediante una frase corta y clara en la cual se resumió la identidad del producto en la misma se buscó captar la atención del consumidor y transmitir el mensaje logrando generar impacto y destacar el confort del calzado.

“Donde el confort se adapta a ti”

Se implantó este eslogan dado que funciono efectiva en la manera breve y directa en la cual se destacó el confort y se ajustó a las necesidades del consumidor y la palabra “adapta” transmite cercanía y empatía con el cliente, por medio de esta se ganó la confianza.

5.2 Jerarquización

5.2.1 Diseño organizacional

Nivel Directivo

Este nivel directivo se caracteriza por contar con entidades que complementan caragos de liderazgo y toma de decisiones dentro de organizaciones, su designación depende de procesos tomados por los altos mandos del órgano superior, estos son encargados de organizar, ejecutar y supervisar cada una de las funciones de la empresa (Martínez, 2022).

Este nivel se caracterizó o por contar con cargos jerárquicos en la empresa encargada de la planificación, coordinación y supervisión de igual manera en el desarrollo de funciones estratégicas que den cumplimiento a lo establecido asumiendo la responsabilidad de liderar y tomar decisiones que guíen el buen desarrollo en cada de una de las áreas correspondientes.

Nivel Ejecutivo

Este nivel hace referencia al nivel de actuación operativa y funcional en el ambiente laboral se caracteriza por desempeñar tareas y responsabilidades por lo tanto se caracteriza por ejecutar las actividades laborales que se relacionen con la eficiencia y estabilidad del trabajador (Vélez, 2021).

Se identifico por ejecutar de manera directa las tareas operativas y funcionales en la empresa de manera concreta con relación a la producción siendo clave para el cumplimiento de objetivos transformándose a estrategias empresariales.

Nivel Asesor

Este nivel se caracteriza por contar con un acompañamiento experto con la función de guiar y apoyar en el proceso deseado de la empresa contando con un papel clave dado que aporta conocimientos y retroalimentación, cabe recalcar que este no cuenta con la capacidad de realizar la toma de decisiones (Valenzuela, 2021).

Se identificó por ser un apoyo especializado que oriento de manera técnica y académica con la finalidad de facilitar la toma de decisiones y con la ejecución de tareas cabe reconocer que no es un responsable directo, así el nivel asesor actuó como un ente de conocimiento e impulso la competitividad en el sector.

Nivel Operativo

El nivel operativo se refiere a la gestión y ejecución de actividades específicas en la organización de manera cotidiana en la misma se corrige deficiencias dentro de las operaciones, además, facilita la mejora continua mediante la retroalimentación asegurando la calidad del producto o del servicio se identifica por la materialización de decisiones estratégicas como tácticas (Pérez et al., 2021).

Su función fue ejecutar actividades dentro de la empresa manteniendo así la buena marcha de las operaciones asegurando en cumplimiento de estas y su desempeño, de igual manera este informa los mandos superiores de resultados y avances.

5.2.2 Misión

Para Contreras et al. (2020), la misión se considera como una declaración estratégica que por lo general define el principal propósito de la empresa, es decir, se centra en el que, para que y su propósito así mismo se identifica como la identidad corporativa, la cultura organizacional, innovación y competitividad.

La misión se enfocó en la línea de calzado con la finalidad de presentar claridad de ofertar un producto que se identifique por su confort y calidad de tal manera que esta guía de manera estratégica y operativa hacia el público diferenciándola del mercado y generando un impacto positivo.

Misión del emprendimiento

En FLEXISLEP nos dedicamos a la fabricación de calzado funcional especializado en brindar seguridad, confort y estilo para nuestros clientes. Nuestro compromiso es optimizar la calidad de vida de los clientes contribuyendo así al bienestar y la inclusión.

5.2.3 Visión

Varón et al. (2023), sostienen que la visión es parte fundamental en el desarrollo estratégico una proyección que desea y debe estar alienada con los valores empresarial en las cuales debe ser clara y bien definida desde un principio, de tal manera que orienta hacia donde quiere llegar la organización y su compromiso social.

A través de la visión se guio un rumbo claro y conciso que la empresa aspira alcanzar teniendo en cuenta sus valores y a trayendo a los clientes, su finalidad fue visualizarse en un futuro.

Visión del emprendimiento

A corto plazo, buscamos fortalecer en el cantón Salcedo como una marca de calzado relativo para el adulto mayor, ofreciendo productos seguros, cómodos y de fácil ajuste cumpliendo sus necesidades, que asistan al bienestar de vida físico.

5.2.4 Valores

Los valores son un conjunto de normas y principios éticos que son regulados dentro de organizaciones los mismos organizan y orientan en sus decisiones y acciones así mismo se considera como un soporte de la misión, visión y objetivos orientándose a un ambiente laboral en armonía y entorno social (Mendoza et al., 2021).

Los valores empresariales se definieron en base a principios éticos y culturales los cuales guiaron al buen comportamiento de la organización y los colaboradores, de tal manera que dio soporte a la misión, visión y objetivos impulsando así una responsabilidad social.

Matriz Axiológica

Se caracteriza esta matriz por estar estructurada de valores y principios los cuales se encuentran orientadas al comportamiento empresarial y sus relaciones con actores internos y externos, garantizando la interacción con la sociedad y siendo éticos en todos los aspectos organizacionales (Arancibia, 2021).

Mediante esta herramienta se organizó y estructuro los principales valores éticos, el cual dio paso a alinearse con la misión, visión y objetivos y fomento la cultura organizacional generando pertinencia y una responsabilidad sostenible.

Tabla 59*Matriz Axiológica*

Valores	Grupos de referencia					Total
	Trabajadores	Proveedores	Cientes	Competencia	Comunidad	
Respeto	5	5	5	4	4	23
Responsabilidad	5	5	5	3	3	21
Empatía	5	4	5	4	5	23
Innovación	4	3	5	3	4	19
Calidad	4	5	5	3	4	21

Nota: La tabla muestra los grupos de referencia y los valores del proyecto.

Mediante la matriz axiológica se presentó 5 valores éticos partiendo desde la perspectiva de 5 grupos clave de referencia, de tal manera que se consideró un valor máximo de 25 dado que son 5 grupos x 5 puntos, la misma se presentó de la siguiente manera:

Respeto: presento un valor de 23 puntos dado que resalta la importancia de tratar con respeto, dignidad a cada uno de los grupos de referencia tomados en cuenta.

Empatía: se consideró de suma importancia la misma obtuvo un valor de 23 puntos indicando que refleja mucha conciencia en atender las necesidades físicas, emocionales y las preferencias individuales.

Responsabilidad: resalta la obligación de cumplir con cada uno de los estándares de calidad, durabilidad y ajuste del producto al consumidor dado que se valora la seguridad y confiabilidad en este caso se presentó un valor de 21 puntos.

Calidad: este presento un valor de 21 puntos señalando que valora la calidad de los materiales haciéndolo un atributo diferenciador del mercado así mismo garantiza su durabilidad y confort.

Innovación: se obtuvo un valor de 19 puntos señalando que es fundamental en cada proceso que se desarrolla el mismo transmite nuevas ideas que ayuden a mantenerse en el mercado competitivo.

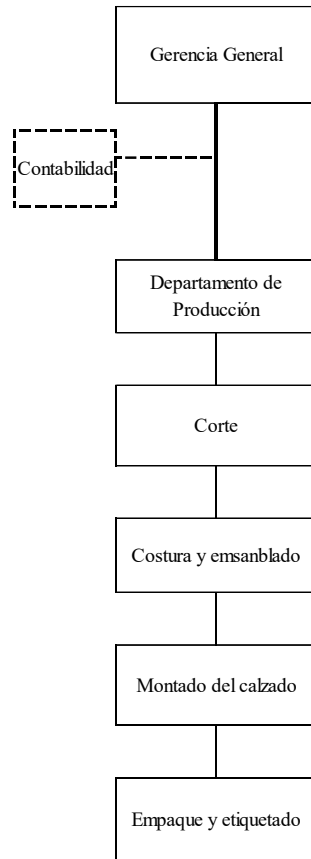
5.3 Estructura Organizativa

La estructura organizativa se considera como una función de roles y responsabilidades dentro de organizaciones que facilitan el cumplimiento de cada uno de los objetivos empresariales además asegura la asignación de recursos, coordinación, comunicación y control (Velásquez et al., 2022).

Desde el punto de vista organizativa se consideró importante la realización de una estructura organizativa que incluyo niveles jerárquicos como el nivel ejecutivo, asesor y operativo, así, se centró en lograr una coordinación efectiva entre cada uno de los niveles y permitió una organización flexible centrada en el cumplimiento de responder a los desafíos diarios del mercado.

Figura 35

Estructura Organizativa



Nota: La figura presenta la estructura organizativa del proyecto.

Figura 36

Referencias de la estructura organizativa

Referencias:		Elaborado	Aprobado	Fechas:
		por:	por:	
Línea de autoridad	—————	Lisbeth Peralta	Dra. Alicia Giovanna Ortiz	16/5/2025
Línea de asesoría	-----	Lisbeth Peralta	Morales	

Nota: La figura presenta las líneas de autoridad y asesoría del proyecto.

La estructura organizativa para el emprendimiento se desarrolló en el nivel ejecutivo el cual conto de una gerencia general el cual lidera y orienta asegurando el cumplimiento de objetivos, siguiendo de un nivel asesor contable que apoya al área financiera, después se contó con el nivel operativo teniendo así el departamento de producción fue clave para la elaboración del calzado en el mismo se encuentran el corte, costura y ensamblado, montado del calzado y empaque y etiquetado siendo de gran importancia para el proyecto.

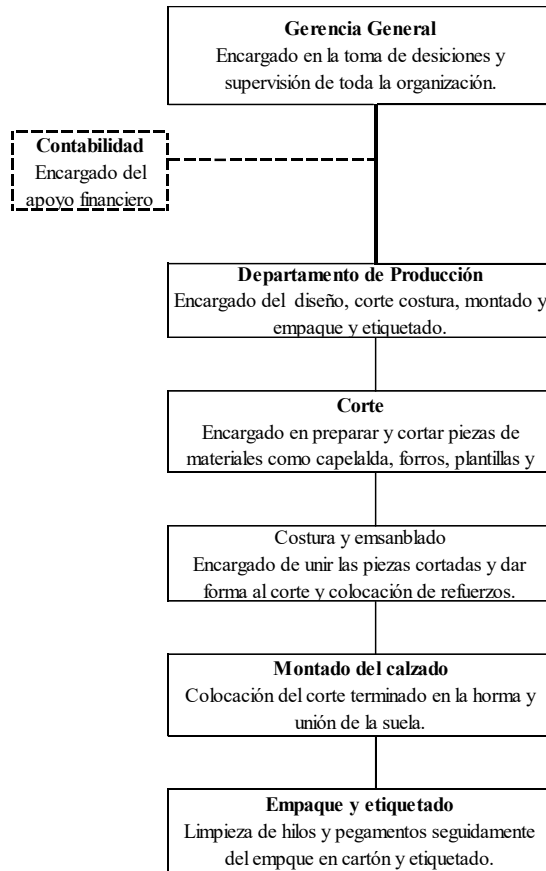
5.4 Estructura Funcional

Una estructura funcional se caracteriza por contar con especializaciones de funciones, separando y distinguiendo cada una de las actividades que se desarrollan en las empresas, lo que permite una mejor eficiencia en cada área mejoran la productividad y facilidad de supervisión (Delgado et al., 2024).

Se implemento una estructura funcional dado que se dividió en funciones específicas las mismas lograron cumplir con cada de las actividades designadas, aun así, fue clave para definir cada uno de los procesos.

Figura 37

Estructura Funcional



Nota: La figura presenta la estructura funcional del proyecto.

Figura 38

Referencias del organigrama funcional

		Elaborado	Aprobado	Fechas:
Referencias:		por:	por:	
Línea de autoridad	_____	Lisbeth Peralta	Dra. Alicia Giovanna Ortiz	16/5/2025
Línea de asesoría		Lisbeth Peralta	Morales	

Nota: La figura presenta las líneas de autoridad y asesoría del proyecto.

En la estructura funcional se identificó una mejor organización y jerarquización enfocada en el proyecto en la misma se dividió los niveles como en la gerencia general el cual realiza funciones establecidas seguidas del nivel asesor contable considerado como un apoyo este infiere de manera indirecta en la línea de operaciones y por último se contó con el nivel operativo el departamento de producción encargado cumplir con todos los procesos del desarrollo del calzado hasta el empaquetado y etiquetado de producto, así mismo se consideró ideal dado que se optimizó los recursos y se tuvo un control en cada área.

5.5 Manual de funciones

Según (Flamarique, 2025), es un manual de funciones es un documento que cuenta de manera clara y estructurada cada una de las responsabilidades y tareas designadas en una organización así mismo coordina los principios y valores organizacionales resaltando sus funciones.

Mediante el manual de funciones se estableció con claridad cada uno de los roles en el proceso de producción el mismo garantizó y contribuyó el producto final libre de fallas en su mayoría y el cumplimiento, optimizando así los recursos y se logró una minimización de errores y una mejor organización en el proyecto.

Figura 39

Manual de funciones 1 de 7

	"FLEXISLEP"	Fecha	16/5/2025		
		Página	1	De	7
	Manual de Funciones General	Sustituto			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:	Gerente General				
Número de plazas:	Uno				
Clave:	L.P. 001				
Ubicación:	Nivel Ejecutivo				
Ámbito de Operación:	Administrativo				
RELACION DE AUTORIDAD					
Subordinados Directivos:	Jefe de contabilidad, Departamento de producción, corte, costura y ensamblado, montado de clazado y empaque y etiquetado				
Dependencia funcional:	Gerencia General				
Propósito del puesto:	Dirigir, coordinar y supervisar de manera objetiva cada una de las actividades asegurando su cumplimiento.				
Función General:	Asegurar una gestión eficiente de los recursos financieros, humanos y materiales de				
Funciones Específicas:	*Establecer objetivos estratégicos de la organización. *Tomar decisiones claves para el buen funcionamiento organizacional. *Representar de manera legal la organización.				
Responsabilidad:	*Velar por la integridad y uso eficiente de recursos. *Garantizar la calidad y procesos del producto final. *Supervisar el desempeño del departamento.				
Especificaciones del puesto:	* Conocimiento: planeación estratégica, gestión de recursos, manejo de personal y conocimiento del sector calzado. * Habilidades: Liderazgo, toma de decisiones, comunicación, trabajo en equipo y resolución de conflictos. * Condiciones: Disponibilidad de tiempo, capacidad de trabajar bajo presión y orientación de resultados.				
Depende de:	Gerente General				
Elaborado: Lisbeth Peralta	Revisión: Dra. Giovanna Ortiz	Autorizado: Dra. Giovanna Ortiz			

Nota: La figura presenta el manual de funciones del gerente general del proyecto.

Figura 40

Manual de funciones 2 de 7

	"FLEXISLEP"	Fecha	16/5/2025		
		Página	2	De	7
	Manual de Funciones General	Sustituto			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:	Contadora				
Número de plazas:	Uno				
Clave:	L.P. 001				
Ubicación:	Nivel Ejecutivo				
Ámbito de Operación:	Administrativo				
RELACION DE AUTORIDAD					
Subordinados Directivos:	No aplica				
Dependencia funcional:	Contabilidad				
Propósito del puesto:	Brindar soporte financiero mediante análisis y orientación contable de recursos económicos.				
Función General:	Asesoramiento contable asegurando un correcto registro de operaciones				
Funciones Específicas:	*Registrar las transacciones financieras conforme las leyes y normas. *Elaborar estados financieros y reportes. *Asesoramiento del cumplimiento de obligaciones tributarias.				
Responsabilidad:	*Garantizar la confiabilidad de registros financieros. *Cumplir con las normativas fiscales vigentes. *Confidencialización de información.				
Especificaciones del puesto:	* Conocimiento: normativas fiscales, manejo de excel. * Habilidades: análisis financiero, comunicación efectiva y ética profesional. * Condiciones: disponibilidad de tiempo y flexibilidad.				
Depende de:	Gerente General				
Elaborado: Lisbeth Peralta	Revisión: Dra. Giovanna Ortiz		Autorizado: Dra. Giovanna Ortiz		

Nota: La figura presenta el manual de funciones de la contadora del proyecto.

Figura 41

Manual de funciones 3 de 7

	"FLEXISLEP"	Fecha	16/5/2025		
		Pagina	3	De	7
	Manual de Funciones General	Sustituto			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:	Departamento de producción				
Número de plazas:	Uno				
Clave:	L.P. 001				
Ubicación:	Nivel Operativo				
Ámbito de Operación:	Producción				
RELACION DE AUTORIDAD					
Subordinados Directivos:	No aplica				
Dependencia funcional:	Gerente General				
Propósito del puesto:	Coordinar y ejecutar cada una d elas actividades propuestas				
Función General:	Supervisar de manera integral los procesos de corte, costura y ensamblado, montado del calzado y empaque y etiquetado.				
Funciones Específicas:	*Supervisar las actividades especificas según lo establecido. *Garantizar productos de calidad. *Optimización de tiempos, materiales y recurso humano.				
Responsabilidad:	*Cumplimiento de tiempos y lotes. *Buen funcionamiento de maquinaria y herramientas. *Controles en el proceso productivo.				
Especificaciones del puesto:	* Conocimiento: manejo de cortado y de maquinaria. * Habilidades: organización, trabajo en equipo y capacidad de resolución de problemas. * Condiciones: idebtificar defectos con facilidad.				
Depende de:	Gerente General				
Elaborado: Lisbeth Peralta	Revisión: Dra. Giovanna Ortiz		Autorizado: Dra. Giovanna Ortiz		

Nota: La figura presenta el manual de funciones del departamento de producción del proyecto.

Figura 42

Manual de funciones 4 de 7

	"FLEXISLEP"	Fecha	16/5/2025		
		Página	4	De	7
	Manual de Funciones General	Sustituto			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:	Corte				
Número de plazas:	Uno				
Clave:	L.P. 001				
Ubicación:	Nivel operativo				
Ámbito de Operación:	Producción				
RELACION DE AUTORIDAD					
Subordinados Directivos:	No aplica				
Dependencia funcional:	Producción				
Propósito del puesto:	Preparar con precisión las piezas de materiales de capelladas, forros y plantillas.				
Función General:	Corte y preparación de piezas de acuerdo a los modelos y diseños.				
Funciones Específicas:	*Preparación de moldes y revisión de materiales. *Corte de capelladas, refuerzos, forros y plantillas. *Control de desperdicios de materiales.				
Responsabilidad:	*Garantizar la confiabilidad de registros financieros. *Cumplir con las normativas fiscales vigentes. *Confidencialización de información.				
Especificaciones del puesto:	* Conocimiento: manejo de herramientas de corte y sublimado. * Habilidades: capacidad de seguir instrucciones, trabajo en equipo y destreza manual. * Condiciones: Disponibilidad de tiempo y flexibilidad.				
Depende de:	Gerente General				
Elaborado: Lisbeth Peralta	Revisión: Dra. Giovanna Ortiz	Autorizado: Dra. Giovanna Ortiz			

Nota: La figura presenta el manual de funciones del área de corte del proyecto.

Figura 43

Manual de funciones 5 de 7

	"FLEXISLEP"	Fecha	16/5/2025		
		Página	5	De	7
	Manual de Funciones General	Sustituto			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:	Costura y ensamblado				
Número de plazas:	Uno				
Clave:	L.P. 001				
Ubicación:	Nivel Operativo				
Ámbito de Operación:	Producción				
RELACION DE AUTORIDAD					
Subordinados Directivos:	No aplica				
Dependencia funcional:	Producción				
Propósito del puesto:	Garantizar la adecuada unión de piezas cortadas.				
Función General:	Unir y dar forma a las piezas y ensamblaje de refuerzos.				
Funciones Específicas:	*Unión de piezas, costuras precisas y resistentes. *Colocar refuerzos. *Ensamblaje para el proceso de montaje.				
Responsabilidad:	*Asegurar las costuras establecidas según los modelos. *Mantener el orden y limpieza del corte. *Reporte de defectos.				
Especificaciones del puesto:	*Conocimiento: manejo de máquinas de coser recta y de poste. *Habilidades: destreza manual, trabajo en equipo y trabajo bajo presión. *Condiciones: resistencia física de movimientos repetitivos.				
Depende de:	Gerente General				
Elaborado: Lisbeth Peralta	Revisión: Dra. Giovanna Ortiz		Autorizado: Dra. Giovanna Ortiz		

Nota: La figura presenta el manual de funciones del área de costura y ensamblado del proyecto.

Figura 44

Manual de funciones 6 de 7

	"FLEXISLEP"	Fecha	16/5/2025		
		Página	6	De	7
	Manual de Funciones General	Sustituto			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto	Montaje del calzado				
Número de plazas:	Uno				
Clave:	L.P. 001				
Ubicación:	Nivel Operativo				
Ámbito de Operación	Producción				
RELACION DE AUTORIDAD					
Subordinados Directivos:	No aplica				
Dependencia funcional:	Producción				
Propósito del puesto	Garantizar el buen armado en la horma y ensamblaje de suelas.				
Función General:	Colocación del corte en la horma y unión de suela.				
Funciones Específicas:	*Ajuste del corte en la horma de manera precisa. *Unir la suela con la horma. *Revisar el ensamblaje y calzado terminado.				
Responsabilidad:	*Garantizar el correcto montaje. *Mantener el área limpia y organizada. *Reporte de defectos durante el proceso de ensamblaje.				
Especificaciones del puesto:	* Conocimiento: técnicas de montaje y ensamblado. * Habilidades: destrezas manuales, responsabilidad y puntualidad. * Condiciones: buena motricidad y coordinación.				
Depende de:	Gerente General				
Elaborado: Lisbeth Peralta	Revisión: Dra. Giovanna Ortiz		Autorizado: Dra. Giovanna Ortiz		

Nota: La figura presenta el manual de funciones del área de montaje del calzado del proyecto.

Figura 45

Manual de funciones 7 de 7

	"FLEXISLEP"	Fecha	16/5/2025		
		Pagina	7	De	7
	Manual de Funciones General	Sustituto			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:	Empaque y etiquetado				
Número de plazas:	Uno				
Clave:	L.P. 001				
Ubicación:	Nivel Operativo				
Ámbito de Operación:	Producción				
RELACION DE AUTORIDAD					
Subordinados Directivos:	No aplica				
Dependencia funcional:	Producción				
Propósito del puesto:	Garantizar que el producto terminado este listo y libre de impurezas y fallas listo para la venta.				
Función General:	Garantizar que el producto terminado sea correctamente empacado y etiquetado.				
Funciones Específicas:	*Colocación de etiquetas. *Registro de productos terminados.				
Responsabilidad:	*Acondicionar el producto terminado. *Aplicar etiquetas y empaque dependiendo del modelo y tallas. *Reporte de defectos.				
Especificaciones del puesto:	* Conocimiento: manipulación de productos con agilidad. * Habilidades: atención a cada detalle, responsabilidad y orden.				
Depende de:	Gerente General				
Elaborado: Lisbeth Peralta	Revisión: Dra. Giovanna Ortiz	Autorizado: Dra. Giovanna Ortiz			

Nota: La figura presenta el manual de funciones del área de empaque y etiquetado del proyecto.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Ingresos

Para Acebrón et al. (2021), los ingresos representan una cierta cantidad de dinero que cuenta la empresa u organización las mismas son registradas y analizadas para la planificación financiera y de igual manera su proyección, en esta se considera como ingresos brutos siendo clave para calcular los indicadores financieros así mismo se identifica el potencial de ingresos que presenta la empresa.

Los ingresos brutos es el valor obtenido de la venta del producto sin la necesidad de realizar algún pago de un gasto, materiales, sueldos, entre otros gastos, así mismo sirve para realizar proyecciones de los ingresos.

Para el desarrollo de los ingresos brutos se consideró el DPI real anual de 8 640 productos obtenidos de la multiplicación del DPI de 56 666 productos por la estimación del 0,15% seguidos del precio del producto de \$16,58 dólares valor obtenido de la fijación de todos los costos de producción ver anexo G.

Tabla 60

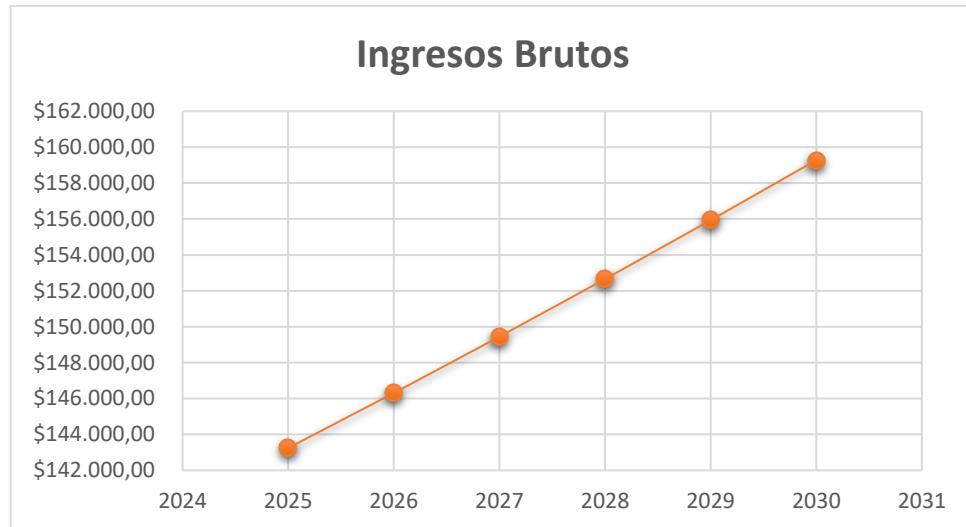
Ingresos Brutos

Año	DPI real anual	Precio	Ingresos Brutos	Mensualizado
2025	8 640	\$ 16,58	\$ 143.244,95	\$11.937
2026	8 705	\$ 16,81	\$ 146.316,91	\$12.193
2027	8 770	\$ 17,04	\$ 149.454,74	\$12.455
2028	8 836	\$ 17,28	\$ 152.659,87	\$12.722
2029	8 902	\$ 17,52	\$ 155.933,73	\$12.994
2030	8 969	\$ 17,76	\$ 159.277,81	\$13.273

Nota: Se presenta los ingresos brutos proyectados hasta el año 2030.

Figura 46

Ingresos Brutos proyección



Nota: Ingresos brutos proyectados hasta el año 2030.

Los ingresos brutos presentaron una evolución posita y sostenible del proyecto dado que entre el año 2025 presento un ingreso bruto de \$143.244,95 dólares y en el año 2030 se presentó un valor de \$159,277,81 dólares siendo un comportamiento estable y saludable financieramente, es decir cuenta con gran capacidad de adaptación y crecimiento de ingresos y de rentabilidad.

Además, se evidencio un crecimiento notable durante los 5 años que se proyectó dado que se consideró la inflación de 1,38% para el precio de igual manera el DPI presento un incremento para cada uno de los años proyectados.

6.2 Costos y/o Gastos

Costo

A partir de los costos se estima como un valor monetario bien sea de productos o servicios de igual manera se considera como un esfuerzo dado que está destinado a alcanzar un

objetivo, con la finalidad de obtener beneficios a futuro para las empresas (Velandia y Trejo, 2023).

Se considera como un costo a todo el dinero que es necesario para invertir en la producción del producto, cabe recalcar que los costos incluyen todos los materiales para producir dicha actividad, pero no cubre los gastos, para ello es importante reconocer que los ingresos deben ser mayores que los costos lo que señala que existe utilidad o ganancia en la empresa.

Gastos

Los gastos son las salidas de efectivo de la empresa u organización que tiene que cumplir siendo estas para su funcionamiento o bien los gastos administrativos, también se incluye el pago de servicio, sueldos, mantenimiento de maquinaria y equipo, mantenimiento de equipos de cómputo, entre otros que sirven para dar paso a actividades destinadas a desarrollarse en la organización competente (Bonilla, 2024).

Los gastos del emprendimiento fueron indispensables para su funcionamiento, el mismo permitió conocer la rentabilidad de la empresa así mismo no se considera dentro de los gastos productivos.

6.2.1 Gastos de operación

Estos gastos se ven directamente dirigidos a las actividades de operaciones de las empresas para su funcionamiento estas se ven reflejadas en gastos administrativos, ventas y mantenimiento, además estos no incluyen los costos de producción o gastos financieros (Paredes y Espinoza, 2014).

Los gastos operativos o de operación son los pagos que se realizó cumpliendo con responsabilidades del proyecto y el funcionamiento y optimización de cada uno de los recursos.

Materia prima

Tabla 61

Materia Prima

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual	Valor Unitario	Precio Total
Malla transpirable	Rollo	4	48	\$ 360	\$ 17.280
Suelas	Docenas	60	720	\$ 24	\$ 17.280
Total					\$ 34.560

Nota: La tabla muestra los gastos de materia prima. Fuente: (Distribuidora DIMAR , 2025).

Para el proyecto se presentó la materia prima la misma consta de malla transpirable con una unidad de medida de 4 rollos de manera mensual a un precio de \$360 dólares por cada rollo y con suelas las mismas se utilizaron 60 docenas mensuales con un valor de \$24 dólares por docena cubriendo así la capacidad de producción mensual de calzado del proyecto.

Insumos

Tabla 62*Insumos*

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual	Valor Unitario	Precio Total
Kisafix	Pomas	4	48	\$ 15	\$ 720
Pega Africana	Pomas	4	48	\$ 14	\$ 672
Limpiador	Pomas	2	24	\$ 5	\$ 108
Plantilla	Pacas	2	24	\$ 25	\$ 600
Hilos	Conos	5	60	\$ 3	\$ 180
Puntera	Pacas	2	24	\$ 36	\$ 864
Dentro	Pacas	2	24	\$ 36	\$ 864
Bioto	Rollo	4	48	\$ 120	\$ 5.760
Plantilla ortopédica	Docenas	60	720	\$ 3	\$ 1.800
Piola	Rollo	4	48	\$ 15	\$ 720
Total				\$	12.288,00

Nota: Tabla de gastos de insumos. Fuente: (JM Distribuciones, 2025)

Para el proyecto se contó con insumos que completan el sistema productivo de la línea de calzado en el caso del Kisafix se implementó 4 pomas mensualmente a un precio de \$15 por poma, la pega africana se utilizó una cada semana de tal manera que fueron 4 mensualmente a un precio de \$14, en el limpiador se implementaron 2 mensualmente dado que se utilizó solo para limpiar las suelas a un valor de \$5, en las plantillas se utilizaron 2 pacas al mes puesto que fue lo necesario para cubrir la producción a un precio de \$25, en los hilos se implementaron 5 siendo estos para las máquinas de coser y la máquina Estrober a un valor de \$3, en las punteras y dentro se implementaron 2 pacas mensualmente para los refuerzos del corte a un precio de \$36 dólares por paca, el Bioto mensualmente se utilizaron 4 rollos a un valor de \$120, seguidamente de la plantilla ortopédica que se implementó 60 docenas mensualmente a un precio individual de \$3 y por último la piola que sirve para la maquina Estrober en la cual se utilizó 4 mensualmente a un valor de \$15 dólares.

Materiales Indirectos de Fabricación

Tabla 63*Materiales Indirectos de Fabricación*

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual	Valor Unitario	Precio Total
Etiquetas	Paquetes	8	96	\$ 1	\$ 115
Fundas	Paquetes	8	96	\$ 2	\$ 144
Cinta de embalaje	Paquetes	2	24	\$ 1	\$ 24
Caja de zapatos	Paquetes	14	168	\$ 90	\$ 15.120
Total					\$15.403,20

Nota: La tabla muestra los costos de materiales indirectos. Fuente: (Cartolab , 2025).

Para el proyecto se estableció como materiales indirectos de fabricación a etiquetas las mismas se utilizaron mensualmente 8 paquetes dado que cada paquete cuenta con la numeración a pegar en el zapato a un precio de \$1 por paquete, en las fundas mensualmente se utilizaron 8 dado que cada paquete cuenta con 100 unidades la misma cubre la cantidad de productos a fabricarse con un valor de \$2, al igual que las cajas de zapato se implementaron 14 paquetes dado que cada paquete cuenta con 50 unidades para cada par de zapatos a un valor de \$90 dólares por paquete y en la cinta de embalaje solo 2 paquetes con un precio de \$1.

Depreciación**Ecuación 4***Depreciación*

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor del bien tangible}}{\text{Número de años}}$$

Tabla 64*Depreciación*

Descripción	Valor	Años de vida	Valor de depreciación
Templadora	\$ 1.500	5	\$ 300
Compresor	\$ 1.800	5	\$ 360
Prensadora	\$ 1.100	5	\$ 220
Estrober	\$ 1.300	5	\$ 260
Máquina de poste	\$ 2.000	5	\$ 400
Maquina Recta	\$ 1.000	5	\$ 200
Horno	\$ 800	5	\$ 160
Sublimadora	\$ 500	5	\$ 100
Equipo de computo	\$ 1.200	3	\$ 400
Menaje	\$ 5.083	5	\$ 1.017
Muebles y enseres	\$ 2.100	5	\$ 420
Total			\$ 3.837

Nota: La tabla muestra la depreciación de maquinaria, equipo de producción, equipo de cómputo, menaje y muebles y enseres.

Se consideró la depreciación de la maquinaria con 5 años de vida útil del emprendimiento para operar antes de volverse obsoleto, aplicando la depreciación lineal es decir el valor de la maquinaria dividido para la vida útil, en la que la templadora evidencio una depreciación de \$300, el compresor un valor de \$360, la prensadora evidencio un valor de \$220, la máquina estrober un valor de \$260 seguido de la máquina de poste con precio de \$400 después la máquina recta con un valor de \$200, y los equipos de fabricación como el horno presento un valor de \$160 y la sublimadora a un precio de \$100, de igual manera el equipo de cómputo se procedió a realizar la depreciación con la diferencia de la vida útil de 3 años en la que se observó un valor de \$400 y los muebles y enseres se deprecio con la vida útil de 10 años con un valor de \$420, llegando a tener un total de depreciación de \$ 3.837dólares.

Amortización

Ecuación 5

Amortización

$$\text{Amortización} = \frac{\text{Valor del bien intangible}}{\text{Número de años}}$$

Tabla 65

Amortización

Descripción	Valor	Años de vida	Valor de amortización
Permisos de funcionamiento	\$ 50	5	\$ 10,00
Registro de marca	\$ 208	5	\$ 41,60
Total			\$ 51,60

Nota: La tabla muestra la amortización.

Se llevo a cabo la amortización de los permisos de funcionamiento en línea recta dividiendo el valor del bien intangible dividido para los años de vida útil para ello se consideró de 5 años que es el tiempo de vida útil del emprendimiento y de igual manera con el registro de marca en la cual se obtuvo un total de \$ 51,60 dólares de amortización del proyecto.

Mantenimiento

Tabla 66*Mantenimiento*

Descripción	Valor	Frecuencia	Valor Anual
Templadora	75	4	\$ 300
Compresor	90	4	\$ 360
Prensadora	55	4	\$ 220
Estrober	65	4	\$ 260
Máquina de poste	100	4	\$ 400
Maquina Recta	50	4	\$ 200
Horno	40	2	\$ 80
Sublimadora	25	2	\$ 50
Equipo de computo	40	3	\$ 120
Total			\$ 1.990

Nota: La tabla muestra el mantenimiento de la maquinaria, equipos de producción y equipos de cómputo.

Al desarrollar el proyecto se realizó el mantenimiento de la maquinaria obteniendo el 5% del valor del bien multiplicado por la frecuencia de manteniendo para obtener el valor de este de igual manera se realizó con los equipos de producción y equipo de cómputo para obtener un valor total de \$ 1 990 dólares, este se realizó con la finalidad de contar con un buen funcionamiento de cada uno de los bienes del proyecto.

Mano de obra directa**Tabla 67***Personal de contacto directo*

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Total	Valor Total
Aparador	1	\$ 532	\$ 532	\$ 6.384
Armador	1	\$ 532	\$ 532	\$ 6.384
Arregladora	1	135	\$ 135	\$ 1.617
Cortador	1	\$ 333	\$ 333	\$ 4.000
Total				\$ 18. 385

Nota: La tabla muestra el personal de contacto directo. Fuente: (Ministerio del Trabajo, 2025).

Se presento el personal de contacto directo en el sistema productivo de la línea de calzado el mismo consto de un aparador, armador, arregladora y un cortador con un consumo anual de 1 unidad, en la que los valores unitarios varían dependiendo del cumplimiento de sus roles de trabajo para ello el aparador y armador cuentan con valores más altos siendo de \$ 532 dólares dado que cumplen con actividades más especializadas seguido del cortador que cuenta con un valor de \$ 333 dólares dado que trabaja solo 3 días a la semana y la arregladora conto con un valor de \$ 135 dólares debido a que solo trabaja un día a la semana dado que conlleva una menor carga operativa por consiguiente se obtuvo un valor total anual de \$ 18 385 dólares siendo un monto apto para cubrir los costos del personal, para ello se presenta el rol de pagos de cada uno de los operarios en ver Anexo E.

Mano de obra Indirecta

Tabla 68

Personal de contacto Indirecto

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Total	Valor Total
Técnico de mantenimiento	1	\$ 78,61	\$ 78,61	\$ 934,32
Total				\$ 934,32

Nota: La tabla muestra el personal de contacto indirecto.

Para el proyecto se consideró un técnico de mantenimiento siendo este de manera indirecta cuyo valor unitario es de \$ 78,61 dólares debido a que el salario básico de un técnico de mantenimiento de máquinas de producción de calzado es de \$471,66 dólares la misma se encuentra establecida en (Ministerio del Trabajo, 2025), el mismo salario se divide para 6 veces que se va a realizar al año teniendo un valor anual de \$ 934, 32 dólares en el proyecto siendo clave para garantizar los sistemas productivos ver anexo F.

Total, gastos de operación

Tabla 69

Total, gastos de operación

Descripción	Valor Total Anual
Materia Prima	\$ 34.560
Insumos	\$ 12.288
Materiales Indirectos	\$ 15.403
Depreciación	\$ 3,836,60
Amortización	\$ 51,60
Mantenimiento de maquinaria, equipos y equipo de computo	\$ 1.990
Total, Personal de contacto directo e indirecto	\$ 19.328,12
TOTAL, GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 87.457,52

Nota: La tabla muestra el total de gastos operativos.

Se estableció el desglose de cada uno de los gastos operativos anuales del sistema productivo en la cual la materia prima conto con un valor de \$ 34. 560 dólares, seguida de los insumos con un valor de \$ 12.288 dólares, después de materiales indirecto con un valor de \$ 15. 403 dólares así mismo se consideran los gastos de depreciación con un valor de \$ 3,836,60 dólares, amortización de \$ 51,60, mantenimiento de maquinaria, equipos de producción y equipo de cómputo de \$ 1.990 dólares y finalmente se detalló el total del valor del personal directo e indirecto del sistema productivo de \$19.739,22 dólares, los cuales permitieron determinar una estructura tanto de recursos materiales, técnicos y humanos obteniendo así un total de gastos de producción de \$87.457,52.

6.2.2 Gastos administrativos

En este sentido, para Vera et al. (2023), los gastos administrativos se consideran como esencial para el funcionamiento estratégico de una organización a su vez no se encuentra directamente relacionado con el sistema productivo, así mismo es esencial para la planificación financiera especialmente del administrativo, servicios básicos, entre otros, el buen manejo de este permite contar con una buena estabilidad y continuidad.

Un buen manejo de los gastos administrativos permitió que el proyecto se desenvuelva de mejor manera en aspectos administrativos de manera, así mismo cuento con obligaciones que tienen que cumplir como sueldos administrativos, servicios básicos, suministros de oficina y limpieza.

A continuación se detalla cada uno de los gastos administrativos del proyecto.

Suministros de oficina

Tabla 70

Suministros de oficina

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual	Precio	Valor Anual
Papel bond	Resma	0,5	6	\$ 3,50	\$ 21
Carpetas	Unidad	1	12	\$ 0,50	\$ 6
Esferos	Caja	1	1	\$ 3,00	\$ 3
Grapadora	Unidad	1	\$ 1	2,50	\$ 3
Perforadora	Unidad	1	\$ 1	2,50	\$ 3
Total					\$ 35

Nota: La tabla muestra los suministros de oficina.

Se observó que para el proyecto en el área administrativa se utilizó papel bond medido por la resma con un consumo anual de 6 unidades y su precio fue de \$3,5 generando un

valor anual de \$21 dólares, seguido de las carpetas con una unidad de consumo mensualmente teniendo así 12 carpetas anualmente con un valor de \$6 dólares en los esferos se implementó una caja con un valor de \$3 dólares y finalmente se utilizó una grapadora y una perforadora con un valor anual de \$ 3 dólares cada uno, en conjunto el valor anual de todos los suministros de oficina presento un total de \$35 dólares.

Suministros de limpieza

Tabla 71

Suministros de limpieza

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual	Precio	Valor Anual
Escoba	Unidad	1	6	\$ 3	\$ 15
Desinfectante	Unidad	1	6	\$ 2	\$ 12
Total					\$ 27

Nota: La tabla muestra los suministros de limpieza.

Para el proyecto se implementó suministros de limpieza de escobas las cuales conllevan 6 unidades anualmente con un valor unitario de \$3 dólares y desinfectantes 6 unidades anualmente con un valor individual de \$ 2 dólares para ello se obtuvo un valor total de \$27 dólares.

Arriendo

Tabla 72*Arriendo*

Descripción	Cantidad anual	Precio Mensual	Valor anual
Local	12	\$ 250	\$ 3.000
Total			\$ 3.000

Nota: La tabla muestra el arriendo.

Para el proyecto se consideró un local de arriendo con precio mensual de \$250 dólares y con un valor anual de \$ 3000 dólares para el proyecto.

Servicios básicos**Tabla 73***Servicios Básicos*

Descripción	Unidad de Medida	Precio Unitario	Valor total Anual
Energía Eléctrica	KW/h	\$ 30	\$ 360
Internet	Paquete	\$ 25	\$ 300
Agua potable	Mc	\$ 5	\$ 60
Total			\$ 720

Nota: La tabla muestra los servicios básicos.

Se evidencio que para el proyecto se utilizó en servicios básicos energía eléctrica con una mediad de kilovatios con un precio \$ 30 dólares mensualmente y con valor anual de \$360 dólares, seguido de un paquete de internet con precio mensual de \$25 dólares y con valor anal de \$300 dólares y por último se contó con agua potable con un precio mensual de \$5 dólares y con un valor anual de \$60 dólares presentando un total de \$720 dólares.

Sueldos y salarios

Tabla 74*Sueldos y salarios*

Descripción	Consumo anual	Valor Unitario	Valor Total	Valor total Anual
Gerente	1	\$ 486,83	\$ 486,83	\$ 5.841,97
Contador	1	\$ 216,01	\$ 216,01	\$ 2.592,14
Total				\$ 8.434,10

Nota: La tabla muestra los sueldos y salarios.

Para el proyecto se implementó los sueldos y salarios del gerente con un valor mensual de \$ 486,83 dólares con un valor anual de \$5.841,97 dólares y el contador con un valor mensual de \$216,01 dólares, dado que el contador labora 8 días al mes por consiguiente presento un valor anual de \$8.434,10 dólares, para ello se detalla en los roles de pago ver anexo D.

Total, gastos administrativos**Tabla 75***Total, gastos administrativos*

Descripción	Valor Total Anual
Suministros de Oficina	\$ 35
Suministros de Limpieza	\$ 27
Servicios Básicos	\$ 720
Sueldos administrativos	\$ 8.434
Arriendo	\$ 3.000
Total	\$ 12.216,10

Nota: La tabla muestra el total de gastos administrativos.

Se presento el gasto total administrativo que evidencio un valor anual de suministros de oficina de \$35 dólares, seguido de los suministros de limpieza con un valor de \$27 dólares,

después de los servicios básicos con un valor anual de \$720, así mismo los sueldos administrativos de \$8.434 dólares y por último del arriendo con un valor anual de \$3.000 dólares, teniendo así un total de \$12.216,10 dólares.

6.2.3 Gastos financieros

Los gastos financieros se presentan como costos que la organización debe cumplir como prestamos u otras fuentes de financiamiento, el mismo cuenta con el pago de intereses generados por cierto monto adquirido, para ello las empresas deben contar con una buena gestión financiera dado que influye en el rendimiento económico (Sarmiento et al., 2024).

Desde esta perspectiva los gastos financieros del emprendimiento se basaron en la apertura de cuenta y en ocasiones si es necesario en la adquisición de fuentes de financiamiento externos.

Apertura de cuenta

Tabla 76

Apertura de cuenta

Descripción	Monto	Tasa de interés	Valor Anual
Apertura de cuenta	\$ 50,00		\$ 50
Total			\$ 50

Nota: La tabla muestra la apertura de cuenta.

Para el proyecto se consideró abrir una cuenta de ahorros en (Banco Pichincha, 2025), con un valor de \$50 dólares, con la finalidad de fue más flexible o rápido realizar pagos o transferencias en el proyecto.

6.2.4 Resumen de gastos totales del proyecto

Tabla 77

Resumen de gastos

Gastos	Valor
Costos de producción	\$ 87.457,52
Gastos Administrativos	\$ 12.216,10
Gastos Financieros	\$ 50,00
Total	\$ 99.723,62

Nota: La tabla muestra el resumen de gastos del proyecto.

Se evidencio de una manera clara el resumen de gastos y costos totales del proyecto, en la cual se identificaron que los costos de producción de un valor de \$87.457,52 dólares, seguido de los gastos administrativos en la cual se identificó un valor de \$12.216, 10 dólares que corresponde a gastos necesarios de gestión y operación del proyecto y finalmente con los gastos financieros que cuenta con un valor de \$50 dólares de la apertura de cuenta dando así un total de gastos de \$99.723,62 dólares lo que permitió dar paso a tener una mejor visión de cada uno de los gastos del proyecto.

6.3 Activos

6.3.1 Activos corrientes o circulante

Para Álvarez y Pizarro (2022), los activos circulantes son bienes y derechos que los cuenta una organización que posteriormente pueden ser transformados en efectivo en plazos cortos, además si se cuenta con un buen activo no se considera necesario recurrir a financiamientos externos, contando así con una buena salud financiera.

Los activos corrientes es el valor económico con los que conto el proyecto los cuales generaron beneficios a corto plazo, así mismo se encuentro cuentas como caja, banco e

inventario, el mismo permitió tener una continuidad en el mercado y una óptima estabilidad financiera.

Disponible (Caja, bancos e inversiones)

Caja

La cuenta caja se considera como el dinero en efectivo que se encuentra en la empresa con la finalidad de cubrir gastos diarios o emergentes, así mismo se puede visualizar los recursos líquidos disponibles considerando así que la organización cuenta con un buen manejo de efectivo emergente (Carreño et al., 2021).

La cuenta caja registro el efectivo disponible que se cuento en el proyecto el mismo cubrió necesidades que suscitan en su momento de manera emergente o la misma sirvió para ser cubierta en el día a día.

Bancos

La cuenta bancos son los fondos disponibles de la organización esta no genera intereses dado que son depositados en cuentas financieras con la finalidad de cubrir gastos o invertir dependiendo de su naturaleza, el mismo permite medir la liquidez dentro de la empresa (Vásquez et al., 2021).

La cuenta banco es el registro contable del proyecto que se encontró en una entidad financiera siendo fundamental para el cumplimiento de sus actividades diarias como cubrir obligaciones u otros gastos o incluso para realizar transferencias.

Realizable

Inventario

La cuenta inventario refleja el valor de bienes de la empresa para la producción que se encuentran almacenados como su materia prima e insumos que serán puestos en marcha en sistemas operativos con la finalidad de generar ingresos de igual manera se realizan controles de abastecimiento y excesos (Barcia y Bermeo, 2024).

En la cuenta inventario se detalló el almacenamiento de la materia prima e insumos que fueron destinados a la producción para así contar con productos terminados que generarán ingresos económicos.

Para ello se presenta en la siguiente formula como se obtuvo el inventario:

Inventario= Valor total de materia prima, insumos y materiales indirectos de fabricación, los valores se evidencian en la tabla 61 la materia prima, en la tabla 62 los insumos y en la tabla 63 materiales indirectos.

Inventario= \$34.560 + \$12.288 + \$15.403,20

Inventario= \$62.251,20

Exigible

Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son activos financieros en las cuales se encuentra representado los derechos que una empresa recibe por pagos futuros estas pueden ser de bienes o servicios los cuales ya están entregados además permite a las organizaciones como se encuentra su salud financiera ante riesgos de morosidad o incumplimiento de pagos (Calle y Pico, 2024).

Se considero como dinero de pagos futuros de clientes al contar con una buena gestión permite contar con un óptimo flujo de caja y reducir riesgos del proyecto para ello se consideró aplicar la siguiente formula.

Cuentas por cobrar= Ingresos o ventas anuales* Periodo Promedio de Recuperación (PPR)/ (360)

Cuentas por cobrar= $\frac{\$71.681,64*(45+60/2)}{360}$

Cuentas por cobrar= \$21.337,88

Para obtener las cuentas por cobrar se sumó los ingresos brutos y dividió para 360 días y se multiplico por el periodo promedio de recuperación en la cual se consideró de 45 y 60 días que el proyecto tardo en recuperar las ventas a crédito dividido para 2 obteniendo así un PPR de 52,5 y se procedió a multiplicar con el resultado obtenido contando así con una cuenta por cobrar de \$21.337,88dólares.

Resumen del total Activo Circulante

Tabla 78

Total, Activo Circulante

Cuentas	Valor Total anual
Caja	\$ 800
Bancos	\$ 14.631,69
Cuentas por cobrar	\$ 21.337,88
Inventarios	\$ 62.251,20
Total	\$ 99.020,77

Nota: La tabla muestra el total de activo circulante.

El activo circulante del proyecto comprendió las cuentas de caja con un valor de \$800 dólares en efectivo disponible para realizar pagos o cubrir gastos de manera inmediata, seguida de bancos que se contó con un valor de \$14.631,69 dólares los mismo que se encontraron guardados en la institución financiera Banco Pichincha, después las cuentas por cobrar con un valor de \$21.337,88 dólares siendo el valor de clientes que deben del producto siendo este de corto plazo dado que se espera el cobro dentro de 45 y 60 días y

por último de la cuenta inventarios con un valor de \$62.251,20 por lo que se tuvo un total de \$99.020,77 dólares en el activo circulante.

6.3.2 Activos No Corrientes o fijos

Propiedad, Planta y Equipo

Son considerados como bienes de uso en organizaciones estos activos pueden ser terrenos, edificios, maquinaria, vehículos, equipos tecnológicos y software los mismos son destinados a usos productivos o administrativos (Calle y Erazo, 2021).

Son activos que se encontraron destinados a operaciones del producto con un tiempo de vida útil dependiendo su categoría además fueron sujetos a depreciaciones para activos tangibles y amortizaciones para activos intangibles.

Maquinaria

Tabla 79

Maquinaria

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Templadora	1	\$ 1.500	\$ 1.500
Compresor	1	\$ 1.800	\$ 1.800
Prensadora	1	\$ 1.100	\$ 1.100
Estrober	1	\$ 1.300	\$ 1.300
Máquina de poste	1	\$ 2.000	\$ 2.000
Maquina Recta	1	\$ 1.000	\$ 1.000
Total			\$ 8.700

Nota: La tabla muestra la maquinaria.

Se detallo cada una de la maquinaria del proyecto con su precio y cantidad comenzando por la templadora a un precio de \$1.500 seguido del compresor con un valor de \$1 800, la prensadora con un valor de \$1.100, la estrober a un precio de \$1.300 la máquina de poste

a \$2.000 y por último la maquina recta con un valor de \$1.000 teniendo así un total de \$8.700 dólares con relación a la maquinaria de proyecto.

Equipo

Tabla 80

Equipos

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Horno	1	\$ 800	\$ 800
Sublimadora	1	\$ 500	\$ 500
Total			\$ 1.300

Nota: La tabla muestra el equipo de producción.

Los equipos forman parte del sistema productivo se consideró el horno para el plantado de suelas con un valor de \$800 y la sublimadora a \$500 dólares para ello se obtuvo un total de \$1.300 dólares.

Equipo de computo

Tabla 81

Equipo de Computo

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Computadora	1	\$ 800	\$ 800
Impresora	1	\$ 400	\$ 400
Total			\$ 1.200

Nota: Se presenta el equipo de cómputo.

En los equipos de cómputo para el proyecto se consideró una laptop con un valor de \$800 dólares y una impresora a \$400 dólares precios tomados del almacén (COMPUTRON, 2025), teniendo así un total de \$1200 dólares.

Herramientas

Tabla 82*Herramientas*

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Pinza	3	\$ 15	\$ 45
Martillo	3	\$ 15	\$ 45
Cortafrío	3	\$ 5	\$ 15
Estilete	5	\$ 1,5	\$ 8
Saca hormas	2	\$ 25	\$ 50
Tijera industrial	2	\$ 5	\$ 10
Total			\$ 173

Nota: La tabla muestra las herramientas.

Para el proyecto se consideró las herramientas como pinzas y martillos con 3 unidades a un valor de \$15 cada uno, seguido de 3 unidades de cortafríos a un valor de \$5unitario, 5 unidades de estiletes a un precio \$1,5, una saca hormas de 25\$ y dos tijeras industriales con un valor de 5\$ cada una llevando así a tener un total de \$173 dólares.

Menaje**Tabla 83***Menaje*

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad de Consumo Mensual	Cantidad de Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Moldes	Unidad	5	60	\$ 60	\$ 3.600
Basurero	Unidad	6	6	\$ 3	\$ 18
Hormas	Docenas	6	6	\$ 240	\$ 1.440
Tijeras	Unidad	5	5	\$ 5	\$ 25
Total					\$ 5.083

Nota: La tabla presenta el menaje.

El análisis de la siguiente tabla presento como menaje a moldes con 5 unidades mensualmente a un valor de \$60 cada uno seguido de 6 unidades de basureros

mensualmente, las hormas se consideraron 6 docenas mensual y anual con un precio de \$240 la docena y por último con 5 tijeras para el corte de hilos teniendo así un total de \$5.083 dólares.

Muebles y enseres

Tabla 84

Muebles y Enseres

Descripción	Unidad de Medida	Cantida d de Consum o Mensual	Cantida d de Consum o Anual	Valor Unitario	Valor Total
Mesa de corte	Unidad	1	1	\$ 300	\$ 300
Estanterías	Unidad	10	10	\$ 100	\$ 1.000
Sillas	Unidad	10	10	\$ 10	\$ 100
Gavetas	Unidad	20	20	\$ 15	\$ 300
Mesa de revisión	Unidad	2	2	\$200	\$ 400
Total					\$ 2.100

Nota: La tabla señala los muebles y enseres.

La tabla presento la mesa de corte con un valor de \$300, así mismo 10 estanterías con un valor de \$100 cada una, 10 sillas a un precio de \$10 y se contó con 20 gavetas las mismas se utilizaron al momento de sacar el zapato de la horma y se consto de 2 mesas de revisión con un valor de \$200 teniendo un valor total de muebles y enseres de \$2.100.

Total, activos Fijos o Tangibles

Tabla 85*Total, Activos Fijos*

Descripción	Valor total
Maquinaria	\$ 8.700
Equipo	\$ 1.300
Equipo de computo	\$ 1.200
Menaje	\$ 5.083
Herramientas	\$ 173
Muebles y enseres	\$ 2.100
Total	\$ 18.556

Nota: La tabla presencia el total de activos fijos.

Para el proyecto se detalló el total de activos fijos de maquinaria con un valor de \$8.700, siendo de gran importancia para el emprendimiento, seguido del equipo con un valor de \$1.300 después el equipo de cómputo con un valor de \$1.200, el menaje por su parte presento un valor de \$5.083 sugiriendo una inversión considerable, en relación a las herramientas se obtuvo un valor de \$173 y finalmente los muebles y enseres con un valor \$2.100, teniendo así que la suma total de activos fijos es de \$18.556 cifra que indico un valor global de los bienes para la puesta en marcha del sistema productivo.

Depreciaciones Acumuladas

Las depreciaciones acumuladas representan la pérdida de valor económico a lo largo de su vida y su tiempo de uso, desgaste o ambigüedad, además se implementó la depreciación en línea recta y la acumula permite una adecuada proyección evitando así la sobreestimación del patrimonio de la organización (Rodríguez y León, 2024).

Las depreciaciones acumuladas es la pérdida del valor en las cuales fueron adquiridas dado que se va perdiendo conforme pasa su tiempo de vida útil, de tal manera que genero un gasto.

Para ello se presenta la siguiente fórmula para la depreciación lineal, considerando que se divide para 5 años debido a que es la vida útil del emprendimiento:

Tabla 86

Depreciación Acumulada

Descripción	Valor	Años de vida	Valor de depreciación
Templadora	\$ 1.500	5	\$ 300
Compresor	\$ 1.800	5	\$ 360
Prensadora	\$ 1.100	5	\$ 220
Estrober	\$ 1.300	5	\$ 260
Máquina de poste	\$ 2.000	5	\$ 400
Maquina Recta	\$ 1.000	5	\$ 200
Horno	\$ 800	5	\$ 160
Sublimadora	\$ 500	5	\$ 100
Equipo de computo	\$ 1.200	3	\$ 400
Menaje	\$ 5.083	5	\$ 1.017
Muebles y enseres	\$ 2.100	5	\$ 420
Total			\$ 3.837

Nota: La tabla describe la depreciación anual.

El método utilizado para la depreciación es el lineal tanto de maquinaria, equipo de producción menaje, muebles y enseres para 5 años y en equipo de cómputo para 3 años, además mediante la depreciación se consideró el desgaste y la pérdida de valor de los bienes siendo de \$3.837 para el proyecto.

Activos Intangibles o diferidos

Para Chango et al. (2024), los activos intangibles o diferidos son recursos no físicos que cuentan una organización los mismos se pueden evidenciar en los permisos de funcionamiento, marcas licencias, patentes, derechos de autor y software, cabe recalcar estos no se pueden ver o tocar, sin embargo, el valor de cada uno presenta valores monetarios significativos.

Los activos intangibles son recursos no materiales que presento el proyecto, que no se puede manipular considero los permisos de funcionamiento y el registro de marca del proyecto.

Tabla 87

Activos Intangibles

Descripción	Valor	
Permisos de funcionamiento	\$	50
Registro de marca	\$	208
Total	\$	258

Nota: La tabla presenta los activos intangibles.

Para el proyecto fue importante contar con permisos de funcionamiento teniendo un valor de \$50 mismo valor que se encuentra establecido en (GAD Municipal Salcedo, 2025) y el registro de marca de \$208 dato proporcionado de (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2025) teniendo así una inversión de \$258 dólares en activos intangibles del proyecto.

Amortización

Para Peña (2022), la amortización conlleva a la pérdida de valor de un bien intangible a lo largo de su vida útil, considerando que la mejor manera el método lineal o dependiendo de la empresa.

Las amortizaciones se consideran como la pérdida de valor de activos intangibles a lo largo de su vida útil, pero para el proyecto se considero de 5 años teniendo en cuenta que es la vida útil del emprendimiento.

Tabla 88

Amortización

Descripción	Valor	Años de vida	Valor de amortización
Permisos de funcionamiento	\$ 50	5	\$ 10,00
Registro de marca	\$ 208	5	\$ 41,60
Total			\$ 51,60

Nota: La tabla detalla la amortización.

En la presente tabla se detalló los valores de la amortización de los permisos de funcionamiento dividiendo el valor de \$50 para los 5 años de vida útil del emprendimiento teniendo un valor de \$10 y de igual manera del registro marca contando con un valor de \$41,60 llegando así a tener un valor total de \$51,60 anualmente.

6.4 Pasivo

6.4.1 Pasivo a Corto Plazo (cuentas por pagar plazo menor a 1 año)

Son consideradas como obligaciones que tiene que cumplir la organización menor a doce meses como parte de su operación normal, dentro de estas se encuentran cuentas por cobrar, deudas bancarias, sueldos por pagar, impuestos, declaraciones, entre otros, mediante el pago de estos se puede evidenciar si la empresa cuenta con relaciones sólidas y estabilidad económica aceptable (Loor et al., Análisis de indicadores de desempeño financiero de la empresa ecuatoriana de balanceados Coprobalan S.A, 2023).

Los pasivos a corto plazo son deudas que la empresa tiene que cumplir con su pago considerando que son a corto plazo además son tomadas en cuenta como responsabilidades financieras que toman con terceros las mismas tienden hacer controladas.

Para determinar el pasivo del emprendimiento se empleó la siguiente formula:

Ecuación 6

Pasivo Circulante

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

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

$$\text{Pasivo circulante} = \frac{\$ \quad 99.020,77}{2,5}$$

$$\text{Pasivo circulante} = \$ \quad 39.608,31$$

Para el pasivo circulante del proyecto se realizó el desglose en la cual se dividió el activo corriente de \$99.020,77 para la tasa de circulante de 2,5 en la cual se obtuvo un pasivo circulante de \$39.608,31 dólares.

6.5 Patrimonio

El patrimonio son los recursos propios con los que cuentan las empresas además representa gran parte de su estructura financiera, dado que se refleja el capital de inversionistas o socios, así como utilidades y si la empresa cuenta con deudas a largo plazo, teniendo en cuenta que el patrimonio no genera costos financieros directos (Becerra et al., 2023).

Son recursos que pertenecen a los dueños o accionistas de una organización, se presenta el capital social, utilidades retenidas así mismo se presenta como un respaldo del negocio y el valor total de la misma.

Por consiguiente, se determinó el patrimonio mediante la siguiente fórmula:

Ecuación 7

Patrimonio

$$\text{Patrimonio} = \text{Activo Total} - \text{Pasivo Total}$$

6.5.1 Capital Accionario o Capital de trabajo

Se consideran como recursos económicos que cuentan las empresas para cubrir necesidades operativas una buena gestión del capital de trabajo garantiza una liquidez, eficiencia y rentabilidad financiera, además se presenta como un indicador que aprueba tomar una adecuada toma de decisiones (Díaz y Eslava, 2023).

A partir del capital de trabajo se desarrolla la capacidad de producción de la empresa, sin la necesidad de recurrir a financiamientos externos, además, un buen manejo del capital representa una óptima rentabilidad y una buena optimización de recursos económicos mejorando los resultados financieros.

Para conocer el capital del trabajo del emprendimiento se calculó mediante la siguiente formula:

$$\text{CT} = \text{AC} - \text{PC}$$

CT: Capital de trabajo

AC: Total Activo Corriente

PC: Total Pasivo Corriente

Ecuación 8

Capital de Trabajo

Capital de trabajo =	Total, Activo Corriente	-	Total, Pasivo Corriente
Capital de trabajo =	\$ 99.020,77	-	\$ 39.608,31
Capital de trabajo =	\$ 59.412,46		

Para el proyecto se estableció que para iniciar sus actividades se contó con un capital de trabajo de \$59.412,46 dólares, de tal manera que este fue cubierto por el capital propio.

6.5.2 Resumen de Inversión

Se considera la inversión inicial como la cantidad destinada a dar inicio al funcionamiento de la empresa, as mismo pone en marcha sus operaciones los mismos permiten comenzar a generar ingresos con cada una sus actividades teniendo en cuenta que se manejó de buena manera cada uno de sus recursos siendo clave para evitar fracasos (Echheverría et al., 2021).

Para identificar el plan de inversión inicial del proyecto se definió los recursos económicos que ponen en marcha cierta actividad productiva con la finalidad de dar funcionamiento y generen ganancias.

Además, para identificar la cantidad necesaria para invertir se calculó mediante la siguiente formula:

Inversión Inicial= Activo Fijo Activo Diferido+ Capital de Trabajo

II= inversión Inicial

AF= Total Activo Fijo

AD= Total Activo Diferido

CT= Capital de trabajo

Ecuación 9

Inversión Inicial

	Activo			Capital de
Inversión Inicial =	Fijo	+	Activo Diferido	Trabajo
Inversión Inicial =	\$ 18.556	+	258	\$ 59.412,46
Inversión Inicial =	\$ 78.226			

Se determinó que para la inversión inicial del proyecto fue de \$78,226 dólares los mismos que obtuvieron de la suma del activo fijo de \$ 18.556 más el activo diferido de \$258 más el capital de trabajo de \$ 59.412,46.

6.5.3 Plan de Inversión

Se considera como plan de inversión al monto que una organización asigna mediante recursos financieros con la finalidad de cumplir cada uno de sus objetivos y manejar de optima manera cada uno de sus recursos (Carrión et al., 2023).

Mediante el plan de inversión se consideró la inversión con capital propio para cubrir la misma como se detalla en la tabla.

Tabla 89

Plan de Inversión

Inversión	Valor USD	Valor %
Activos Fijos	\$ 18.556	23,7%
Activos Diferidos	\$ 258	0,3%
Capital de trabajo	\$ 59.412,46	75,9%
Total, de Inversión	\$ 78.226	100%
FINANCIAMIENTO	\$ -	\$ -
Recursos Propios	\$ 78.226	100%
Total	\$ 78.226	100%

Nota: La tabla presenta el plan de financiamiento.

Para el proyecto de emprendimiento la inversión inicial fue cubierta con capital propio por lo que los activos fijos contaron con un valor de \$18.556 referente a un 23,7%, seguido de los activos diferidos con un valor de \$258 y un valor porcentual del 0,3%, después con el capital propio de \$59.412,46 presentado un valor porcentual del 75,9%, de tal manera que visualizó un total de inversión de \$78.226 dólares siendo este el 100% del valor porcentual del proyecto.

6.5.4 Resultado del Ejercicio

El estado de resultados es un informe financiero que presenta las ganancias o pérdidas durante un periodo de tiempo, de un bien o servicio en el mismo se detallan los ingresos, costos y gastos generados así mismo permite determinar la utilidad o perdida (Mogro et al., 2023).

El estado de resultados o estado de perdidas o ganancias presento de manera ordenada los ingresos, costos y gastos con la finalidad de identificar si presenta ganancia o pérdida neta dado que se encuentran relacionados con la gestión administrativa y permite evaluar el desempeño operativo de la empresa.

Tabla 90*Resultado del Ejercicio*

FLEXISLEP
ESTADO DE RESULTADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025

Ingresos por ventas	\$	146.316,91
(-) Costo de Venta	\$	62.251,20
(=) Utilidad Bruta	\$	84.065,71
(-) Gastos Operativo	\$	18.094,30
Gastos Administrativos	\$	12.216,10
Gastos de mantenimiento de maquinaria, equipo y equipo de computo	\$	1.990,00
Gastos de depreciación	\$	3.837
Gastos de amortización	\$	51,60
(=) Utilidad Operativa	\$	65.971,40
(-) Gastos Financieros	\$	50,00
 (=) Utilidad antes de reparto utilidades a trabajadores	 \$	 65.921,40
(-) Reparto Utilidades trabajadores (15%)	\$	9.888,21
(=) Utilidad antes de impuesto a la Renta	\$	56.033,19
(-) Impuesto a la renta (1,25%)	\$	435,41
(=) Utilidad Neta	\$	55.597,78

Gerente**Contador**

Nota: La tabla detalla el estado del ejercicio.

El estado de resultados de FLEXISLEP revelo una sólida posición financiera dado que se partió de los ingresos de ventas de \$146.316,91 seguida de la utilidad bruta de \$ 84.065,71 posteriormente se obtuvo la utilidad operativa de \$65.971,40 que se obtuvo de la resta de la utilidad y gastos operativos, seguidamente se obtuvo la utilidad antes del reparto de utilidades de \$65.921,40 considerando que el reparto de trabajadores se obtiene el 15%, para obtener el impuesto a la renta para ello se obtuvo el impuesto a la renta del 1,25% el

mismo se determinó mediante (Servicio de Rentas Internas, 2025), para así obtener la utilidad neta de \$55.597,78 dólares.

6.6 Estado de Resultados Proyectado

A partir de lo mencionado por Ugando et al. (2021), se comprende que el estado de resultados proyectado se construye desde datos históricos como volumen de ventas, razones y estados financieros, así mismo permitir realizar comparaciones con periodos e identificar la salud financiera.

Mediante la proyección del estado de resultados permitió anticiparse a cómo será el comportamiento de los ingresos, costos y utilidades en un futuro, por lo tanto, ayudo a detectar diferentes escenarios financieros que brindan la posibilidad de estar preparados a un futuro con más certeza.

Tabla 91*Estado de resultaos Proyectado*

FLEXISLEP ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	2026	2027	2028	2029	2030
Ingresos por ventas	\$146.316,91	\$149.454,74	\$152.659,87	\$155.933,73	\$159.277,81
(-) Costo de Venta	\$62.251,20	\$63.112,86	\$63.986,45	\$64.872,13	\$65.770,06
(=) Utilidad Bruta	\$84.065,71	\$86.341,88	\$88.673,42	\$91.061,61	\$93.507,74
(-) Gastos Operativo	\$18.094,30	\$18.344,76	\$18.598,68	\$18.856,12	\$19.117,12
Gastos Administrativos	\$12.216,10	\$12.385,20	\$12.556,63	\$12.730,43	\$12.906,64
Gastos de mantenimiento de maquinaria, equipo y equipo de computo	\$1.990	\$2.017,54	\$2.045,47	\$2.073,78	\$2.102,49
Gastos de depreciación	\$3.836,60	\$3.889,70	\$3.943,54	\$3.998,13	\$4.053,47
Gastos de amortización	\$51,60	\$52,31	\$53,04	\$53,77	\$54,52
(=) Utilidad Operativa	\$65.971,40	\$67.997,12	\$68.938,32	\$69.892,54	\$70.859,97
(-) Gastos Financieros	\$50,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad antes de reparto utilidades a trabajadores	\$65.921,40	\$67.997,12	\$68.938,32	\$69.892,54	\$70.859,97
(-) Reparto Utilidades trabajadores (15%)	\$9.888,21	\$10.199,57	\$10.340,75	\$10.483,88	\$10.628,99

(=) Utilidad antes de impuesto a la Renta	\$56.033,19	\$57.797,55	\$58.597,57	\$59.408,66	\$60.230,97
(-) Impuesto a la renta (1,25%)	\$435,41	\$467,93	\$479,00	\$490,23	\$501,61
(=) Utilidad Neta	\$55.597,78	\$57.329,62	\$58.118,56	\$58.918,42	\$59.729,36

Gerente

Contador

Nota: La tabla muestra la proyección de estado de resultados hasta el año 2030.

Para el emprendimiento se proyectó el estado de resultados hasta el año 2030 considerando la inflación anual de 1,38% en la cual se observó un crecimiento constante y sostenible de los ingresos por ventas que ascienden a un valor de \$146.316,91 en el año 2025 hasta el año 2030 con un valor de \$159.277,81, a la vez los gastos operativos, gastos administrativos, mantenimiento, depreciación y amortización incrementaron sus valores lo que reflejo una expansión de la actividad productiva, en los gastos financieros solo se realizan en el primer año y en los siguientes no es necesario lo que dio a entender una mejor utilidad antes del reparto de utilidades de trabajadores y del impuesto y por último la utilidad neta ascendió de manera positiva dando a entender que para el año 2030 se dio un valor de \$59.729,36 dólares dando a entender que se contó con una buena gestión efectiva y rentable a largo plazo del emprendimiento.

6.7 Situación Financiera Inicial

La situación financiera inicial o balance general que es la partida contable que son reflejados en estados financieros demuestran con claridad que activos, pasivos y patrimonio cuenta en la organización con esta información siendo clave para la toma de decisiones y una mejor visualización de cómo se encuentra económicamente (Guim et al., 2023).

En el balance general se encuentra los activos, pasivos y patrimonio siendo fundamental para tener un equilibrio en el proyecto permitiendo desarrollar estrategias y medir su impacto en decisiones futuras.

La misma se presenta en el balance general a continuación:

Tabla 92

Situación Financiera Inicial

FLEXISLEP BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes	\$99.021	Pasivos Corrientes	\$39.608,31
Caja	\$800	Pasivo Corriente	\$39.608,31
Bancos	\$14.632		
Cuentas por cobrar	\$21.338		
Inventarios	\$62.251		
Activos No corrientes	\$14.925,30	Pasivos No Corrientes	\$ -
Propiedad, Planta y Equipo	\$14.718,90		
Maquinaria y Equipos	\$10.000	Pasivo No Corriente	
Equipo de computo	\$1.200		
Menaje	\$5.083		
Herramientas	\$173		
Muebles y enseres	\$2.100	TOTAL, PASIVO	\$39.608,31
(-) Depreciación acumulada	\$3.836,60		
Activos Diferido o Intangibles	\$206,40	TOTAL, PATRIMONIO	\$74.337,76
Permisos de funcionamiento	\$50	Capital social	\$74.337,76

Registro de marca	\$208
(-) Amortización acumulada	\$51,60

TOTAL, ACTIVO	\$113.946,07	Total, Pasivo + Patrimonio	\$113.946,07
----------------------	--------------	-----------------------------------	--------------

Gerente

Contador

Nota: La tabla detalla el balance general.

El proyecto estableció un estado de situación inicial con valor de activos de \$113.946,07 dólares seguido del pasivo con un valor de \$39.608,31 y con un patrimonio de \$74.337,76 dólares lo que evidencio que se encontró en una situación sólida y estable financieramente del emprendimiento.

6.8 Situación Financiera Proyectada

El balance general proyectado anticipa a situaciones financieras futuras ayudando a determinar información financiera que será de análisis para aplicar estrategias correctivas, sostenibles y eficientes que contribuyan al optimo funcionamiento de la empresa (Gómez y Rodríguez, 2023).

El principal propósito del balance general proyectado fue adelantarse a futuras proyecciones que brindan información estadística, así mismo fue clave para la toma de decisiones y aplicación de estrategias.

Para el desarrollo de la proyección de la situación financiera se trabajó con la inflación de anual de 1,38% y su proyección a 5 años de vida del emprendimiento.

Tabla 93

Situación Financiera Proyectada

FLEXISLEP					
BALANCE GENERAL					
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025					
	2026	2027	2028	2029	2030
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Caja	\$800	\$800	\$800	\$800	\$800
Bancos	\$14.632	\$14.632	\$14.632	\$14.632	\$14.632
Cuentas por cobrar	\$21.338	\$21.633	\$21.933	\$22.236	\$22.544
Inventarios	\$62.251	\$63.113	\$63.986	\$64.872	\$65.770
Total, Activos Corrientes	\$99.021	\$100.178	\$101.351	\$102.540	\$103.746
Activos No corrientes					
Propiedad, Planta y Equipo					
Maquinaria y Equipos	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000
Equipo de computo	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200
Menaje	\$5.083	\$5.083	\$5.083	\$5.083	\$5.083
Herramientas	\$173	\$173	\$173	\$173	\$173
Muebles y enseres	\$2.100	\$2.100	\$2100	\$2100	\$2100
(-) Depreciación acumulada	\$3.837	\$3.890	\$3.944	\$3.998	\$4.053
Total, Activos Tangibles	\$14.719	\$14.666	\$14.612	\$14.557	\$14.502
Activos Diferido o Intangibles					
Permisos de funcionamiento					
Permisos de funcionamiento	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
Registro de marca	\$208	\$208	\$208	\$208	\$208
(-) Amortización acumulada	\$52	\$52	\$53	\$54	\$55
Total, Activos Intangibles	\$206	\$206	\$205	\$204	\$203
TOTAL, ACTIVO	\$113.946	\$115.049	\$116.168	\$117.302	\$118.451
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Pasivo Corriente	\$39.608,31	\$40.156,55	\$40.712,39	\$41.275,92	\$41.847,24
Total, Pasivo Corriente	\$39.608,31	\$40.156,55	\$40.712,39	\$41.275,92	\$41.847,24

Pasivos No Corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL, PASIVOS	\$39.608,31	\$ 40.156,55	\$40.712,39	\$41.275,92	\$ 41.847,24
Capital social	\$74.337,76	\$74.337,76	\$74.337,76	\$74.337,76	\$74.337,76
TOTAL, PATRIMONIO	\$74.337,76	\$74.337,76	\$74.337,76	\$74.337,76	\$74.337,76
Total, Pasivo +Patrimonio	\$113.946,07	\$114.494,32	\$115.050,15	\$115.613,68	\$116.185,01

Gerente

Contador

Nota: La tabla muestra la situación financiera proyectada hasta el año 2030.

Para el proyecto se presentó la proyección del balance general que evidencio el crecimiento de los activos por otra parte los activos intangibles presentaron una reducción dado que presento una reducción de las depreciaciones y amortizaciones, en el caso de los pasivos se presentó un incremento lo cual dio a entender que responde a las necesidades operativas respaldada de los activos, en la que se encontró que el proyecto se encuentra en óptimas condiciones en sus proyecciones.

6.9 Flujo de caja

El flujo de caja registra los ingresos y salidas de efectivo de empresas u organizaciones cabe reconocer que esta la implementa como una herramienta estratégica de sostenibilidad empresarial asegurando así cada uno de los movimientos que se dan las misma tienden hacer registradas (Torres et al., 2024).

El flujo de caja permitió registrar cada salida y entrada de dinero durante un tiempo determinado así mismo evaluó la liquidez del proyecto, con la finalidad de revelar información financiera que conlleve por el buen camino de actividades empresariales.

Tabla 94*Flujo de caja*

FLEXISLEP FLUJO DE CAJA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año A3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$		\$	\$	\$	\$
Operacionales	78.226	\$146.316,91	149.454,74	152.659,87	155.933,73	159.277,81
(+) Recursos	\$		\$	\$		\$
Propios	78.226	\$ -	-	-	\$ -	-
(+) Ingresos por ventas	\$		\$	\$	\$	\$
	-	\$146.316,91	149.454,74	152.659,87	155.933,73	159.277,81
(-) Egresos	\$					
Operacionales	-	\$109.002	\$110.511	\$112.041	\$113.592	\$115.164
(+) Compra de materia prima e insumos		\$ 62.251,20	\$ 63.112,86	\$ 63.986,45	\$ 64.872,13	\$ 65.770,06
(+) Gastos Operativos	\$		\$	\$	\$	\$
	-	\$46.751	47.398,24	48.054,31	48.719,46	49.393,82
(+) Gastos Administrativos	\$		\$	\$	\$	\$
	-	\$12.216	12.385,20	12.556,63	12.730,43	12.906,64
(+) Gastos de Depreciación Acumulada		\$ 3.836,60	\$ 3.889,70	\$ 3.943,54	\$ 3.998,13	\$ 4.053,47
(+) Gastos de Mantenimiento		\$ 1.990,00	\$ 2.017,54	\$ 2.045,47	\$ 2.073,78	\$ 2.102,49
Impuestos		\$ 10.323,63	\$ 10.667,50	\$ 10.819,75	\$ 10.974,11	\$ 11.130,61
Sueldos		\$ 18.384,80	\$ 18.639,27	\$ 18.897,27	\$ 19.158,84	\$ 19.424,03
(=) Flujo Operacional	\$		\$	\$	\$	\$
	78.226	\$37.315	38.943,64	40.619,11	42.342,15	44.113,92
(=) Flujo Neto operacional	\$		\$	\$	\$	\$
	78.226	\$37.315	38.943,64	40.619,11	42.342,15	44.113,92

Nota: La tabla muestra el flujo de caja proyectado hasta el 2030.

El flujo proyectado de FLEXISLEP, revelo un flujo positivo dado que evidenció una liquidez sostenible dado que en el año 0 se observó un flujo neto de \$78.226 hasta el año 5 alcanzo un valor de \$44.113,92 dólares teniendo así un significativo positivo de ingresos, al igual que en inversiones futuras asegurando una óptima viabilidad y de crecimiento operacional.

6.10 Punto de Equilibrio

Lo expresado por Peñaherrera et al. (2021), se comprende que el punto de equilibrio es el momento en el cual una organización cubre sus costos sin tener perdidas o ganancias al igual que su nivel productivo alcanza el nivel medio de operación, así que se lo considera como una herramienta estratégica que permite no solo realizar, mejoras en su estructura sino atrae inversionistas y explota en nuevos mercados y genera empleo nacional.

El punto de equilibrio presento el nivel medio de ventas que no gana ni pierde de igual manera se presenta un punto medio de ingresos.

Tabla 95

Gastos Fijos y Variables

Detalle	Gastos fijos	Valor	Gastos Variables	Valor
Gastos de Producción	Cargo de depreciación y amortización	\$3.888,20	Materia prima e Insumos	\$46.848,00
	Mantenimiento de maquinaria y equipos y equipo de computo	\$1.990,00		
	Personal de contacto directo	\$18.384,80	Materiales Indirectos	\$15.403,20
	Personal de contacto indirecto	\$943,32		
Gastos Administrativos	Servicios básicos	\$720,00	Suministros de oficina	\$35,00
	Sueldos administrativos	\$8.434,10		
	Arriendo	\$3.000	Suministros de limpieza	\$27,00
Gastos Financieros	Apertura de cuenta	\$50		
Costo de ventas	Sueldos y salarios	\$27.762		

TOTAL	\$37.410,42	\$62.313,20
--------------	--------------------	--------------------

Nota: La tabla presenta los gastos fijos y variables.

La tabla de gastos fijos y variables desglosa los costos de producción, gastos administrativos, gastos financieros y costo de ventas como gastos fijos teniendo así un total de \$37.410,42 dólares a diferencia de los gastos variables los cuales constaron de materia prima e insumos, materiales indirectos, suministros de oficina y suministros de limpieza teniendo un total de \$62.313,20.

6.10.1 Punto de Equilibrio en Unidades de Producción

Mediante el punto de equilibrio en unidades productivas se identifica la cantidad mínima de producción y a cubrir con todos sus costos sin generar perdidas ni ganancias de tal manera que considera como una herramienta clave de evaluación de viabilidad del negocio (Balan et al., 2021).

Por consiguiente, el punto de equilibrio en unidades productivas se basó en identificar la cantidad mínima de producción para cubrir con los costos fijos y variables considerando que no se gana ni se pierde.

Para ello se presenta la siguiente fórmula para calcular el punto de equilibrio en unidades productivas:

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

PVU: Precio de venta unitario

CVU: Costo Variable unitario

Ecuación 10

Punto de Equilibrio en unidades producidas

$$PE = \frac{\$ 37410}{\$ 16,58 - \$ 7,21}$$

3 994 Unidades

Mediante el punto de equilibrio en unidades producidas se obtuvo un resultado de 3.994 unidades dado que en ese punto no se considera perdidas ni ganancias y que si se produjera más ya el emprendimiento comienza a ganar.

6.10.2 Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias

El punto de equilibrio en unidades monetarias corresponde a un monto mínimo de ingresos de ventas el cual cubre todos los costos operacionales sin obtener perdidas ni ganancias para ello se considera necesario importante planificar cada una de las operaciones necesarias en la organización (Rojas y Lopera, 2022).

El punto de equilibrio presenta el valor mínimo de ventas totales de un producto es decir se encuentra los costos totales fijos y variables llegando a un punto de no ganar ni perder.

Ecuación 11

Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{GVP}{PVP}}$$
$$PE = \frac{\$ 37.410,42}{1 - \frac{\$ 62.313,20}{\$ 143.244,95}}$$

$$PE = \frac{\$ 37.410,42}{1 - 0,44}$$

$$PE = \frac{\$37.410,42}{0,56}$$

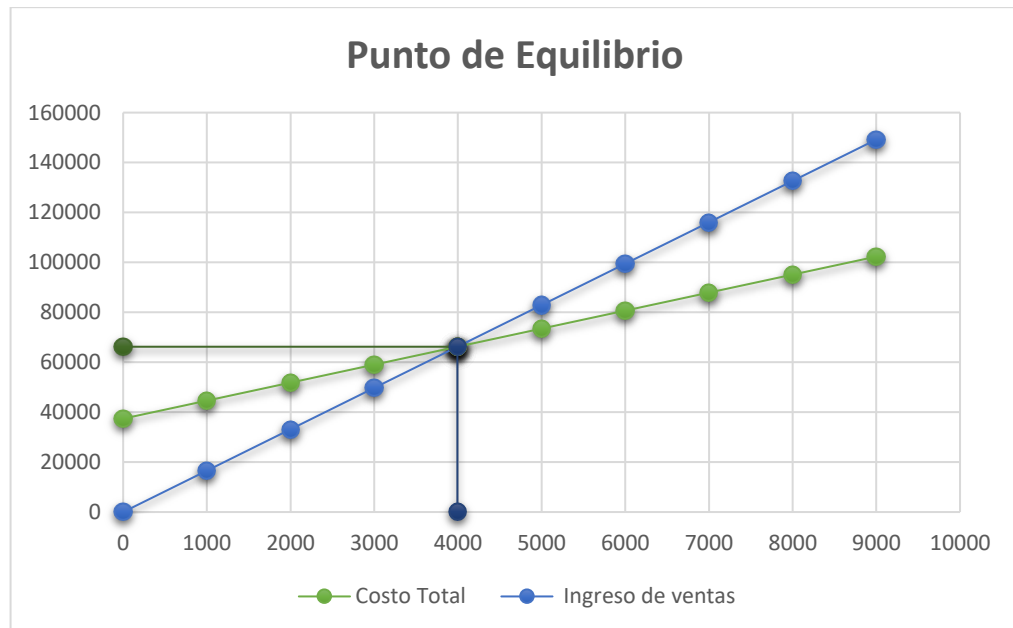
$$PE = \$66.214,48$$

El punto de equilibrio con relación a las unidades monetarias se obtuvo un valor de \$66.214,48 dólares de tal manera que este valor contemplo el equilibrio es decir que ni gana ni pierde el proyecto.

6.10.3 Gráfico

Figura 47

Punto de Equilibrio



Nota: La figura presenta el punto de equilibrio.

La figura muestra el punto de equilibrio de unidades monetarias las cuales parten desde \$66.214,48 dólares y el punto de equilibrio en unidades producidas es de 3.994 en las cuales no se gana ni se pierde en el proyecto.

6.11 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación proyectada

La TMAR refleja el rendimiento mínimo que un inversionista obtiene de una inversión el mismo la viabilidad financiera para ello se considera que la VAN calculada con la TMAR son positivos el emprendimiento es rentable, si se llegara a tener un cero se considera un emprendimiento como recuperar solo lo invertido sin ganancias y si es negativo se considera como no viable (Cordero y Riofrío, 2025).

En la cual el riesgo país se obtuvo del (Banco Central del Ecuador, 2025) al mes de mayo del 2025 y la inflación acumulada anual se obtuvo de la sumatoria desde marzo 2024 hasta marzo 2025 de 1,38%.

Mediante la TMAR se refleja el costo de oportunidad del capital el mismo permite realizar comparaciones y tener en cuenta alternativas de inversión siendo clave para el VAN y la TIR, dado que se considera el valor del tiempo en regresar en cuestiones económicas.

6.11.1 Sin financiamiento (TMAR 1)

Para el emprendimiento se estableció el TMAR sin financiamiento dado que se cuenta con lo necesario para dar paso al proyecto de tal manera que se presenta la fórmula para obtener el TMAR 1:

$$\text{TMAR 1} = i + f$$

i= riesgo país (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2025), jueves 22 de mayo (1014).

f= inflación acumulada 1,38%

Ecuación 12

TMAR 1 Sin Financiamiento

$$\begin{aligned} \text{Tmar 1} &= 10,14 + 0,0138 \\ \text{Tmar 1} &= 10,15 \\ \text{Tmar 1} &= \mathbf{10,15\%} \\ \text{Tmar 1} &= 0,1015 \end{aligned}$$

Para obtener el TMAR 1 del proyecto se realizó mediante la fórmula en la cual el riesgo país fue de 10,14 puntos más la inflación acumulada de 1,38% dando así un resultado de 10,15%.

TMAR Global Mixto 1

Tabla 96

TMAR Global Mixto 1

Fuentes de financiamiento	Monto	% de aportación de las fuentes	TMAR anual	Ponderación %
	\$			
Capital propio	78.225,96	100%	0,1015	10,15%

Nota: La tabla detalla el TMAR global Mixto 1.

Para el proyecto se presentó un TMAR 1 de 0,105 es decir que se tuvo un 10,15% dado que la fuente de financiamiento es el capital propio de \$78.225,96.

6.11.2 Sin Financiamiento TMAR 2

TMAR 2= i + f (2)

Riesgo país: $1014 \text{ puntos} / 100 = 10,14 / 100 = 0,1014$

Inflación Acumulada: $1,38\% / 100 = 0,0138$

Ecuación 13

TMAR 2 Sin Financiamiento

$$\begin{aligned} \text{Tmar } 2 &= 0,1014 + 0,0138 (2) \\ \text{Tmar } 2 &= 0,1014 + 0,0276 \\ \text{Tmar } 2 &= 0,129 \\ \text{Tmar } 2 &= 12,9\% \end{aligned}$$

Para obtener el TMAR 2 del proyecto se realizó mediante la fórmula en la cual el riesgo país fue de 10,14 puntos más la inflación acumulada de 1,38% por 2 siendo este una constante de la formula, dando así un resultado de 12,90%.

TMAR Global Mixto 2

Tabla 97

TMAR Global Mixto 2

Fuentes de financiamiento	Monto	% de aportación de las fuentes	TMAR anual	Ponderación %
	\$			
Capital propio	78.225,96	100%	0,1290	12,90%

Nota: La tabla señala el TMAR Global Mixto 2.

Para el proyecto se identificó que la fuente de financiamiento es el capital propio de \$78.225,96 siendo este el 100% de aportación del capital propio con un TMAR 2 del 0,1290 es decir un 12,90%.

6.12 Indicadores Financieros tiempo presente

Para Macías y Delgado (2023), los indicadores financieros en tiempo presentan se consideran como herramientas que brindan la oportunidad de evaluar la situación económica actual de la organización siendo de gran apoyo para la toma de decisiones y

aplicación de estrategias, además se cuentan con los indicadores de liquidez, endeudamiento, solvencia, rentabilidad y eficiencia.

Los indicadores financieros en tiempo fueron de gran importancia para el emprendimiento dado que se presentó de manera clara la situación económica facilitando las decisiones y el buen direccionamiento.

6.12.1 Índice de solvencia

El índice de solvencia mide la capacidad de cumplir con obligaciones a mediano y largo plazo lo que permite a la empresa mantenerse en el mercado y sin dificultades operativas, por consiguiente, señala que tan fuerte es financieramente apoyados del indicador de liquidez (Fonseca y Hernández, 2023).

Este índice evalúa si la empresa cuenta con recursos propios en relaciona sus pasivos de tal manera que mientras más alto es su índice mayor es la estabilidad y solidez financiera.

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

S= Solvencia

AT= Activo Total

PT= Pasivo Total

Ecuación 14

Índice de Solvencia

$$\text{Solvencia} = \frac{\$ 113.946,07}{\$ 39.608,31}$$

$$\text{Solvencia} = \$ 2,88$$

El indicador de solvencia se obtuvo mediante la división de del activo total de \$113.946,07 dólares para el pasivo total de \$39.608,31 dólares obteniendo así una solvencia de \$2,88 dólares dando a entender que por cada dólar de deuda la empresa cuenta con \$2,88 dólares en activos lo que indico que cuenta con una buena posición financiera y tuvo un buen margen de seguridad a la cual se puede enfrentar en imprevistos financieros.

6.12.2 Índice de liquidez

Como señala Loor et al. (2023), el indicador de liquidez es una medida que permite evaluar la capacidad de cumplir con obligaciones a corto plazo, como el pago de deudas mostrando de una manera ágil y solvente la cobertura de sus compromisos, pero con una óptima gestión administrativa.

Este índice permitió medir la factibilidad de compromiso con obligaciones del proyecto teniendo en cuenta que son cuentas a corto plazo, así mismo permite operar de buena manera y que no se realicen retrasos.

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

L= Liquidez

AC= Total Activo Corriente

PC= Total Pasivo Corriente

Ecuación 15

Índice de Liquidez

$$\text{Liquidez} = \frac{\$ 99.020,77}{\$ 39.608,31}$$

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

El índice de liquidez del proyecto se obtuvo mediante el total del activo corriente de \$99.020,77 dólares para el total del pasivo corriente de \$39.608,31 dólares teniendo así

una liquidez de 2,50 dando a entender que la empresa contó \$2,50 dólares en activos corrientes por cada \$1 en pasivos corrientes teniendo una sólida gestión financiera de cubrir las obligaciones a corto plazo.

6.12.3 Índice de endeudamiento

El índice de endeudamiento analiza el nivel de apalancamiento empresarial como es en el caso de ciertos activos que han sido financiados con recursos externos, así mismo presenta el compromiso del cumplimiento con sus deudas siendo de gran relevancia para inversionistas (Zambrano et al., 2021).

Mediante el indicador de endeudamiento permitió medir que tan dependiente se encuentra la empresa de financiamientos externos considerando como equilibrio que debe tener entre los activos y los pasivos.

$$E = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

E= Endeudamiento

PT= Pasivo Total

AT= Activo Total

100= Constante

Ecuación 16

Índice de Endeudamiento

$$E = \frac{\$ 39.608,31}{\$113.946,07} \times 100\%$$

$$E = \$0,3476 \times 100\%$$

$$E = 0,3476$$

$$E = 34,76\%$$

El índice de endeudamiento del proyecto se obtuvo mediante la división del pasivo total de \$39.608,31 dólares para el activo total de \$113.946,07 dólares obteniendo un resultado de 0,3476 teniendo así un endeudamiento en términos porcentual de 34,76% evidenciado que cuenta con una buena salud financiera y equilibrada dado que la dependencia del endeudamiento es baja considerándose así un menor riesgo es decir que se contó con un buen manejo de los pasivos y no se encuentra con financiamiento externo.

6.12.4 Índice de apalancamiento

El indicador de apalancamiento mide el nivel de deuda de la empresa evaluando el riesgo financiero con la rentabilidad empresarial, por lo que se considera que es clave para evaluar la viabilidad financiera y el nivel de riesgo (Tomalá, 2023).

Mediante el indicador de apalancamiento se mide el nivel de deuda de la organización en comparación con su patrimonio, siendo así se observa cuanto depende una organización de otras fuentes de financiamiento.

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

A= Apalancamiento

PT= Pasivo Total

P= Patrimonio

Ecuación 17

Índice de Apalancamiento

$$A = \frac{\$ 39.608,31}{\$ 74.337,76}$$

$$A = 0,53 \text{ Veces}$$

El cálculo del apalancamiento se llevó a cabo con la división del pasivo total de \$39.608,31 dólares para el patrimonio de \$74.337,76 dólares, obteniendo así un apalancamiento de 0,53 veces indicando que por cada dólar de capital propio el proyecto utilizo \$0,53 centavos de deuda siendo este un bajo riesgos financieros considerando que para el año 0 se trabajó solo con el capital propio.

6.13 Evaluadores de tiempo futuro

Los indicadores de tiempo futuro permiten anticipar de cómo será el comportamiento financiero económico y administrativo de las organizaciones estas pueden reflejarse a mediano o largo plazo permitiendo proyectarse a escenarios futuros (Pazmiño et al., 2022).

Para ello los indicadores de tiempo futuro permiten adelantarse hacia el futuro señalando que podría pasar con relación a la viabilidad empresarial para así ser más competitivos y aplicar estrategias correctivas.

6.13.1 Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN1, VAN2)

El valor actual neto (VAN) se considera como una herramienta de valoración de proyectos de inversión en el cual determina la rentabilidad de proyectos mediante el descuento de los flujos de caja futuros al valor presente, así mismo mide cuanto valor va a generar (De Freitas, 2021).

El VAN, permite conocer la rentabilidad financiera del proyecto mediante el cálculo del valor presente de ingresos futuros esperados, de igual manera se muestra cuanto se gana o se pierde al momento de realizar inversiones.

Cálculo del VAN 1

$$VAN_1 = -II + \frac{FNE_1 + FNE_2 + FNE_3 + FNE_4 + FNE_5}{(1+i)^1 + (1+i)^2 + (1+i)^3 + (1+i)^4 + (1+i)^5}$$

VAN= Valor Actual Neto

II= inversión Inicial

FNE= Flujo Neto de Efectivo

i= Tasa de descuento

I= Constante

Ecuación 18

VAN 1

$$\text{VAN 1} = \frac{-\$78.226}{1} + \frac{\$37.315}{1,1015} + \frac{\$38.944}{1,2134} + \frac{\$40.619}{1,3366} + \frac{\$42.342}{1,4723} + \frac{\$44.114}{1,6218}$$

$$\text{VAN 1} = \frac{-\$78.226}{1} + \frac{32095,0}{33974,98} + \frac{30390,0}{2} + \frac{28759,0}{9} + \frac{27.200,5}{7} + \frac{27.200,5}{9}$$

$$\text{VAN 1} = \frac{-\$78.226}{1} + \frac{\$152.319,7}{6}$$

$$\text{VAN 1} = \frac{\$74.093,7}{9}$$

Para el VAN 1 del proyecto presento un resultado de \$74.093,79, indicando que el proyecto inicio con una inversión de -\$78.226 más los flujos de efectivo de los 5 periodos y fue dividido para cada uno de los flujos con la constante 1 más la tasa de descuento teniendo así un VAN 1 positivo para ello se comprobó que la regla decisión que dice que el van tiene que ser mayor a 0.

Cálculo del VAN 2

$$\text{VAN 2} = \frac{- \text{Inversión Inicial} + \text{FNE 1} + \text{FNE 2} + \text{FNE 3} + \text{FNE 4} + \text{FNE 5}}{(1+i)^1 + (1+i)^2 + (1+i)^3 + (1+i)^4 + (1+i)^5}$$

VAN= Valor Actual Neto

II= inversión Inicial

FNE= Flujo Neto de Efectivo

i= Tasa de descuento

I= Constante

Ecuación 19

VAN 2

$$VAN_{2=} - \$78.225,96 + \frac{\$37.315}{1,2746} + \frac{\$38.94}{1,2746} + \frac{\$40.61}{1,4391} + \frac{\$42.34}{1,6247} + \frac{\$44.11}{1,8343}$$

$$VAN_{2=} - \$78.225,96 + 29274,58 + 30552,64 + 28225,95 + 26061,36 + 24049,50$$

$$VAN_{2=} - \$78.225,96 + \$138.164,03$$

$$VAN_{2=} \$59.938,07$$

Para el cálculo de VAN 2 se obtuvo un valor de \$59.938,07 mediante la inversión inicial más los flujos de cajas proyectados dividido para la constante 1 más la tasa de descuento del TAMR 2 de 12,90% en cada uno de los flujos obteniendo así un resultado mayor a 0 de tal manera que se consideró un proyecto viable.

6.13.2 Tasa beneficio-costo

La relación beneficio – costo es un indicador que permite medir unidades monetarias de beneficio que se obtiene por cada unidad monetaria invertida en el proyecto, si esta fuera menor a uno se considera que el proyecto no es rentable (Bonilla et al., 2022).

Es una herramienta clave para determinar si se obtuvo un beneficio del proyecto dado que se si es mayor a 1 se considera viable, para ello se presenta la fórmula para calcular:

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \frac{\text{Sumatorio Ingresos Brutos (Suma los 5 años)}}{\text{Sumatoria Costos Totales del Proyecto}}$$

NRB/C= Relación Beneficio Costo

IB= Ingresos Brutos

CT= Costos Totales del Proyecto

Ecuación 20

Tasa beneficio-costo

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \frac{\$763.643}{\$99.724}$$

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \$ 7,66$$

Para identificar la relación beneficio costo del proyecto se realizó mediante la sumatoria de los ingresos brutos de los 5 años de vida útil del emprendimiento siendo así de \$763.643 dólares dividieron para la sumatoria de los costos totales del proyecto de \$99.724 dólares teniendo así un resultado de \$7,66 dólares dando a entender que por cada dólar invertido se generó \$7,66 dólares de beneficio evidenciando una buena eficiencia y rentabilidad del proyecto.

6.13.3 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) evalúa el tiempo en que tarda el emprendimiento en recuperar mediante los flujos de efectivo y el monto de inversión inicial, es decir el tiempo en recuperar transcurre para que los ingresos netos del proyecto se iguales a la cantidad invertida en sus inicios (Rivera et al., 2021).

El PRI permite determinar el tiempo de recuperación de la inversión del proyecto siendo efectiva al momento de calcular, para ello, se calculó mediante la siguiente formula:

$$\text{PRI} = \frac{\frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Sumatoria FNE (Flujo neto de efectivo)}}}{\text{Número de años}}$$

PRI= Periodo de Recuperación de la inversión

II= Inversión Inicial

FNE= Flujo Neto de Efectivo (suma)

Nº años= Número de años del proyecto

Ecuación 21

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

$$\text{PRI} = \frac{\frac{\$ 78.225,96}{\$ 281.559,37}}{5}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$ 78.225,96}{\$ 56.311,87}$$

$$\text{PRI} = 1,39$$

$$\text{Años} = 1,4$$

$$\text{Meses} = 4,80$$

$$\text{Días} = 24$$

El periodo de recuperación de la inversión en la producción de la línea de calzado para el adulto mayor es de 1 año, 4 meses y 24 días, considerando que se tuvo una inversión inicial de \$78.225,96 dólares, lo que evidencio que el proyecto conto con una liquidez y riesgo de recuperación corto, siendo atractivo para posibles inversionistas.

6.13.4 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador que mide la tasa de rendimiento anual que genera un proyecto esta iguala al valor actual de ingresos futuros deseados con la inversión inicial, así mismo que si la TIR es mayor que la tasa de rendimiento se considera como rentable (Guasco y Luna, 2022).

La TIR señala la rentabilidad porcentual anual que se desea obtener de una inversión, para ello se calcula con la siguiente formula:

$$\text{TIR} = \text{Tmar 1} + (\text{Tmar 2} - \text{Tmar 1}) \frac{\text{VAN 1}}{\text{VAN1} - \text{VAN 2}}$$

TIR= Tasa Interna de Retorno

TMAR 1= Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento 1

TAMR 2= Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento 2

VAN 1= Valor Actual Neto 1

VAN 2= Valor Actual Neto 2

Ecuación 22

Tasa interna de retorno (TIR)

$$\text{TIR} = 0,1015 + (0,1290 - 0,1015) \frac{\$74.093,79}{(\$74.093,79 - \$59.938,07)}$$

$$\text{TIR} = 0,1015 + (0,0275) \frac{\$74.093,79}{\$14.155,73}$$

$$\text{TIR} = 0,1290 (5,23)$$

$$\text{TIR} = 0,68$$

$$\text{TIR} = 68 \%$$

El cálculo de la tasa interna de retorno (TIR), presento un resultado de 0,68, presentado en porcentaje del 68% indicando que el proyecto es rentable dado que genera un retorno optimo en la cual se evidencio que el TIR de 68% es mayor que el TMAR de 10.15%.

6.14 Análisis de sensibilidad

Para García y Osma (2023), el análisis de sensibilidad se considera con una herramienta que evalúa la variación de datos con porcentajes para identificar en que escenario serio optimo económicamente, además permite tomar mejores decisiones y realizar planificaciones correctivas según corresponda el escenario.

Mediante el análisis de sensibilidad permitió tomar decisiones considerando las variaciones en un escenario optimista y pesimista que permitió identificar los riesgos a los que se encuentra dependiendo del porcentaje que se aplica, para el proyecto se implementó una variable del 10% para los escenarios.

Tabla 98

Análisis de sensibilidad

Variaciones	Escenari o Optimist a	Valor	Escenario Real	Escenari o Pesimista	Valor
Valor Actual Neto 1 (VAN 1)		\$107.426,1	\$74.093,7		
	(+) 10%	8	9	(-) 10%	\$40.761,40
Valor Actual Neto 2 (VAN 2)		\$90.171,52	\$59.938,0		
	(+) 10%	7	7	(-) 10%	\$29.704,61
Tasa Interna de Retorno (TIR)	(+) 10%	80%	68%	(-) 10%	48%
Relación beneficio/costo (RB/C)	(+) 10%	\$ 8,42	\$ 7,66	(-) 10%	\$ 6,89
		1 año, 2 meses y 12 días.	1 año, 4 meses y 24 días		1 año, 7 meses y 24 días
Periodo interno de recuperación (PRI)	(+) 10%			(-) 10%	

Nota: La tabla detalla el análisis de sensibilidad con una variación del 10%.

Análisis del escenario optimista

Se considero en el escenario optimista una variación del +10% en los ingresos de ventas para ello presento cambios en los indicadores como fue en el caso del VAN 1 con un valor de \$107.426,18 en el VAN 2 con un valor de \$90.171,52 dólares en la tasa interna de retorno TIR se evidencio un 80% siendo un mejor retorno de inversión de igual manera en la relación beneficio costo teniendo un resultado de \$8.42 y finalmente con un PRI de 1 año, 2 meses y 12 días indicando un escenario positivo para posibles inversionistas.

Análisis del escenario real

Con base en resultados obtenidos se presentó que el VAN 1 conto con \$74.093,79 dólares y el VAN 2 con un valor de \$59.938,07 dólares, lo que indico un aspecto rentable de inversión para la TIR se obtuvo un valor del 68% siendo positivo para el retorno de capital, en la relación beneficio costo se presentó un valor de \$7,66 dólares señalando un óptimo

resultado y finalmente un PRI de 1 año, 4 meses y 24 días generando una gran viabilidad y utilidad del proyecto.

Análisis del escenario pesimista

Se considero en el escenario optimista una variación del +10% en los ingresos de ventas para ello presento cambios en los indicadores como fue en el caso del VAN 1 con un valor de \$40.761,40 en el VAN 2 con un valor de \$29.704,61 dólares en la tasa interna de retorno TIR se evidencio un 48% siendo un mejor retorno de inversión de igual manera en la relación beneficio costo teniendo un resultado de \$6.89 y finalmente con un PRI de 1 año, 7 meses y 24 días indicando un escenario bajo al realista si se llegara a presentar una disminución del -10%.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

Al desarrollar el estudio de mercado, se evidencio que existe una demanda de productos insatisfechos para los adultos mayores en el cantón Salcedo, quienes buscan satisfacer sus necesidades en cuanto a dolor en los pies, resbalones o caídas, durabilidad, comodidad, fácil ajuste, precio accesible, estilo, colores y el tipo de soporte en el calzado, de tal manera que se evidencio un alto nivel de aceptación conforme lo aplicado en encuestas teniendo así un 95% de aceptación confirmando la viabilidad y aceptación del proyecto cubriendo así la necesidad del segmento de adultos mayores.

Mediante el estudio técnico y organizacional se comprobó la factibilidad operativa del desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor a través de una ubicación estratégica del proyecto siendo en el mercado central del cantón considerando los factores relevantes que requirió el emprendimiento acompañado de cada uno de los pasos del proceso de producción compuesto por 15 pasos, respaldado por maquinaria, equipos, equipo de cómputo, herramientas, menaje y muebles y enseres que garantizaron la eficiencia y calidad del producto, así mismo se estructuró un organigrama estructural con niveles jerárquicos definidos acompañados de su misión, visión, valores y manual de funciones permitiendo optimizar los recursos y desempeño del personal.

Finalmente se comprobó que el estudio económico y financiero es rentable y sostenible dado reflejo un VAN de \$74.093,79, con una tasa interna de retorno (TIR) del 68% superando al TMAR de 10,15% comprobando la buena rentabilidad, al igual que en la relación de beneficio costo el cual evidencio un valor de \$7,66 y el periodo interno de retorno de 1 año, 4 meses y 24 días lo cual demostró la factibilidad del emprendimiento.

7.2 Recomendaciones

Es aconsejable continuar estudios periódicos de preferencias y necesidades del segmento de adultos mayores que permita estar al margen de actualizaciones con la finalidad de mantener la oferta del producto alineado a los requerimientos y gustos conservando la aceptación del cliente como la aplicación de encuestas.

Se sugiere implementar el control de calidad por inspección de procesos la cual se basa en la revisión continua de las etapas del proceso productivo permitiendo detectar errores y corregirlos antes de pasar a la siguiente etapa, así como las capacitaciones al personal de manera periódica garantizando la eficiencia, minimizando errores no dejando de lado la calidad del producto.

Finalmente, se considera realizar controles continuos de indicadores financieros en tiempo presente como en futuros con la finalidad de aplicar estrategias correctivas antes de tiempo para garantizar una rentabilidad optima, maximizando su rentabilidad y facilitando la toma de decisiones estratégicas.

BIBLIOGRAFÍA

- Acebrón, O. M., Hernández, M. J., Pérez, I. M., Román, R. J., y Meseguer, G. P. (2021). *Contabilidad y fiscalidad* (Vol. 1). Macmillan Iberia S.A. <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/267818?page=8>
- Acosta, F. S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales . *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Acosta, O. C., Peñaranda, O. E., Monsalvo, L. J., y Hernández, S. I. (2024). Instrumento innovador para la Orientación Vocacional: Cuestionario de Habilidades enfocado a las Inteligencias Múltiples. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(3), 16. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/index>
- Álvarez, M. P., y Pizarro, A. S. (2022). Activo corriente en la rentabilidad de la empresa PROIMEC S.A del cantón Manta, 2019-2020. *Redalyc*, 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.46296/yc.v6i11.0190>
- Álvarez, N. (2021). Metodología, diseño, población y muestra: del manejo de los residuos orgánicos en actividades agropecuarias. *AMBIENTIS OCCIDENTALES*, 3, 5. <http://revistas.unellez.edu.ve/index.php/ambientis/article/view/1259>
- Alvarez, P. V. (2022). *Localización optima de centros de consolidación de productos agropecuarios considerando elección discreta: Caso de estudio del departamento del Atlántico*. Universidad del Norte. <https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/10898/1140872851.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrada, N. (2022). Canales cortos de comercialización de los productores familiares del partido de La Plata: El caso de las ferias y paseos de la Universidad Nacional de La Plata. *Repositorio Universidad Nacional de la Plata*, 24. <https://doi.org/https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.5457/pm.5457.pdf>
- Andrade, Á. C., Daquilema, R. D., Carrillo, P. W., y Esparza, P. F. (2022). Estudio de mercado, estrategia para la creación microempresas de ecoturismo. *Neque*, 5(13), 17. <https://revistaneque.org/index.php/revistaneque/article/view/119/450>

- Años plateados* . (2024). https://www.facebook.com/APlateadosUio/?locale=zh_HK
- Arancibia, C. J. (2021). Modelo de interacción social y Extensión Universitaria para la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la USFX. *Multidisciplinar*, 5(1), 18. <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/314/408>
- Arellana, O. J., Cantillo, M. V., y Otero, P. C. (2022). Caso práctico de localización óptima de centros logísticos para agro-productores. *Revista Tecnológica ESPOL*, 19. <https://rte.espol.edu.ec/index.php/tecnologica/article/view/940/631>
- Arellano, P. J., Solar, G. R., Nieva, G. O., y Canedo, I. S. (2022). Compilador e intérprete en línea de diagramas de flujo con fines didácticos. *SEICTT*, 15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8652899>
- Arévalo, C. L. (2023). *Plan de comunicación de la empresa Yanzamcorp S.A.* Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/21758/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-272.pdf>
- Arias, G. J. (2021). Estilos de liderazgo y engagement laboral en analistas de crédito del sector financiero en Arequipa. *DESAFÍOS*, 12(1), 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.256>
- Arias, G. J., y Covinos, G. M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa, Perú: Enfoques consulting EIRL. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Balan, H. R., Hernandez, M. G., y Delgado, C. G. (2021). Uso del punto de equilibrio en las PYMES en el sector de las tortillerías. *Dialnet*, 6(6), 12. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8292895.pdf&ved=2ahUKEwiyiauQkc-NAxW3QjABHQGBM70QFnoECBUQAQ&usg=AOvVaw0dMsO7lib28TSfpvzS0w6Q>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (22 de Mayo de 2025). <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/indicadores/general/RiesgoPais.html>
- Banco Central del Ecuador. (2025). *Banco Central del Ecuador*. <https://www.bce.fin.ec/>

- Banco Pichincha. (2025). https://micuenta.pichincha.com/flexible/autogestion?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ahFlex&utm_content=SEM_Generico&gad_source=1&gad_campaignid=19829520887&gclid=CjwKCAjw9anCBhAWEiwAqBJ-c1PokiqlPzCcdOXDWdhXsEEzRqr2BQ45YKGmJ_3VZip9rkt8jO6xUho
- Barajas, A. C. (2024). *Calzado para dama estilo retro-nostálgico con características de confort, colores de temporada y storytelling*. Repositorio Institucional CIATEC. https://ciatec.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1019/254/1/Carolina%20Barajas_repositorio.pdf
- Barcia, V. F., y Bermeo, C. G. (2024). Control de inventario y su impacto en la salud financiera de las empresas. *Dialnet*, 11. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9734623.pdf&ved=2ahUKEwiI__Chnc6NAxVQgIQIHLaL3MPoQFnoECBgQAQ&usg=AOvVaw1tiL5TGaSWkOvkZ01niq_p
- Bastidas, M. N., y De la Torre, T. M. (2022). *Impacto económico por covid-19 en el sector de papelería y útiles escolares en la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/17926/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-649.pdf>
- Bayona, B. N., Tami, N. D., y Bayona, M. N. (2023). *Análisis de los procesos administrativos y contables en la creación de valor a través del Control Interno y la Responsabilidad Social en microempresas de calzado en Bucaramanga en el 2023*. Unidades Tecnológicas de Santander. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/16099>
- Bazar y Papelería Carlitos. (2025). https://ecuadornegocios.com/info/bazar-y-libreria-carlitos-08C21111DE742B9B#google_vignette
- Becerra, M. E., Ojeda, O. R., Lituma, Y. M., y Carrasco, R. T. (2023). Análisis de estados financieros, como herramienta útil para la gestión económica tras la pandemia COVID 19. *Sicelo*, 15(3), 8.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202023000300263

- Bernard, L. K. (2021). *Adulto mayor en Cartagena- Estrato 3: Necesidades, gustos y preferencias por el calzado*, [Tesis de Licenciatura, Universidad de Cartagena]. Repositorio institucional, Cartagena de Indias. <https://repositorio.unicartagena.edu.co/server/api/core/bitstreams/d78ab4ac-3c87-4883-93fd-5973f043acfa/content>
- Bonilla, J. D. (2024). Las tecnologías de la información y la comunicación de los ERP para la gestión empresarial. Un análisis bibliométrico. *Redalyc*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511678733004>
- Bonilla, M. J., Guzmán, H. T., y Gutiérrez, C. D. (2022). Análisis costo-beneficio del aprovechamiento y la recirculación de los residuos en un sistema productivo de cacao: estudio de caso. *Redalyc*, 35(1), 6. <https://www.redalyc.org/journal/6998/699872860014/html/>
- Bonilla, P. A., Martínez, S. K., y Roza, C. X. (2023). *Determinación de acciones para el diseño, implementación y mantenimiento del sistema de gestión y seguridad y salud en el trabajo (SG-SST) en Proaincol SAS*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/6813c912-4471-41de-bb91-d957e425cf94/content>
- Bueno, D. L., y Sarmiento, P. J. (2024). *Elaboración de planeación estratégica de la escuela de entrenamiento para colaboradores en una empresa audiovisuales en la ciudad de Cuenca*. Universidad del Azuay, Cuenca. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/14762/1/20279.pdf>
- Cadena, M. E., Mediiavilla, G. E., Paladines, M. A., Rodriguez, R. N., y Velasco, A. D. (2021). Análisis de la aplicación del muestreo aleatorio en diferentes casos de estudio, una revisión de literatura. *Revista electrónica TAMBARA*, 12. https://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/MuestreoAleatorio_Rodriguez-et-al.pdf
- Caicedo, A. J., Moreira, S. M., y Urgiles, S. A. (2022). Análisis del impacto económico de la reducción de precios del sector cacaotero, La Concordia 2019-2021. *Journal of*

Economic and Social Science Research, 17.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v2/n1/43>

Calle, G. A., y Pico, V. E. (2024). Gestión de cuentas por cobrar y la situación financiera de la empresa TRAVINAD S.A. *Dialnet*, 12.
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9734744.pdf&ved=2ahUKEwjklbvaueyNAxV6QjABHVG9HEIQFnoECBUQAQ&usg=AOvVaw0EYkJaRjj6cFfzCNpmdP52>

Calle, M. C., y Erazo, Á. J. (2021). Gestión de propiedad, planta & equipo para la Corporación Electrica del Ecuador. *Redalyc*, 6(12), 23.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/5768/576868967001/576868967001.pdf>

Carreño, D. D., Salazar, S. H., y Mesa, M. J. (2021). Aproximación al comportamiento del flujo de efectivo con Dinámica de Sistemas. *Redalyc*, 26(3), 17.
<https://www.redalyc.org/journal/4988/498870156002/498870156002.pdf>

Carrillo, P. E., Ramones, V. G., y Arteaga, B. G. (2022). Determinación de la demanda insatisfecha para la implementación de un emprendimiento de producción y comercialización de pollitos criollos. *Dialnet*, 7(8), 15.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9042758>

Carrión, A. R., Lopez, C., Castro, S. D., y Gallegos, V. M. (2023). La inversión Pública del Ecuador y su Impacto en el Presupuesto General del Estado. *Dialnet*, 11.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9124352.pdf&ved=2ahUKEwjKp4WOju2NAXXEmLAFHdeFIO0QFnoECBgQAQ&usg=AOvVaw2He_lg_RNgkbzytHB0LYZb

Cartolab . (2025).
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://cartolab.ec/categoria-producto/cajas-para-zapatos/&ved=2ahUKEwjx2r2z9vONAxWQSTABHY4kC1sQFnoECCgQAQ&usg=AOvVaw0L5IJ2IRB6hGBPPwnR36Jc>

- Casanova, V. C., Macias, L. J., Proaño, G. E., y Ruiz, L. S. (2023). La contabilidad de costos y su incidencia en la rentabilidad de las PYMES. *Journal of Economic and Social Science Research*, 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v3/n1/59>
- Cea, A. M. (2022). Calidad, confianza y participación en encuestas. *UAB*, 107(4). <https://doi.org/10.5565/rev/papers.3074>
- Cedeño, C. A. (2022). *Factores asociados al desarrollo de pie diabético en adultos mayores, consulta externa del hospital Verdi Cevallos Balda [Tesis de magister, Universidad Estatal de Milagro]*. Repositorio institucional, Portoviejo. [http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/6828/1/CEDE%
c3%91O%20CASANOVA%20AGUSTINA%20-%20TESIS.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/6828/1/CEDE%c3%91O%20CASANOVA%20AGUSTINA%20-%20TESIS.pdf)
- Cevallos, S. M. (2022). *Estudio de mercado para plan de negocios de Eco-Hotel [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal de Santa Elena]*. Repositorio institucional. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8984>
- Chango, G. a., Cárdenas, P. A., Benavides, E. I., Espinosa, J. M., y Gallo, B. D. (2024). Los activos intangibles y su valoración razonable factor clave en la preparación de estados financieros. *Dialnet*, 14. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9850557.pdf&ved=2ahUKEwj-roTns86NAxWiRzABHXiWCSAQFnoECB8QAQ&usg=AOvVaw0Zwv-jqGoFeWKvW2cHNf7b>
- Chicaiza, L. N., Chicaiza, L. B., Velasco, G. A., y Mena, G. N. (2022). Diagnóstico de la gestión administrativa en la Compañía de Transporte “Rutas Salcedenses” a través de herramienta de análisis FODA. *Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*, 7(3), 18. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3781/8733>
- Cleanerpro Salcedo. (2025). https://www.construex.com.ec/exhibidores/cleanerpro_salcedo/productos
- Clipart. (2023). https://es.pngtree.com/freepng/cute-cartoon-factory-clipart_5747345.html

- Comercial Aulestia. (2025). <https://www.nexdu.com/ec/ambato-t/empresa/comercial-aulestia-41510>
- COMPUTRON. (2025). <https://www.computron.com.ec/producto-categoria/computadoras/laptops/?srsltid=AfmBOooQrJ-VVnatjbTjLKRHDZGaimaZSaGwyRgTbFLWIHN7Mu27Mz0M>
- Contreras, M. C., López, R. K., Tapia, d. l., y Ortiz, M. A. (2022). *Madurez de los equipos de producción de una planta de proceso de alimentos*. Universidad del Desarrollo Facultad de Psicología. <https://repositorio.udd.cl/server/api/core/bitstreams/e466125e-9dce-4c16-84bd-bcc24e07b4b2/content>
- Contreras, P. O., Pirazán, P. A., y Villareal, P. M. (2020). ¿Son la Misión y Visión Verdaderos Promotores de Ventaja Competitiva e Innovación? *INNODOCT*, 9. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4995/INN2020.2020.11828>
- Cordero, T. B., y Riofrío, R. N. (2025). Una Revisión Cuantitativa y Cualitativa a Modelos de Análisis Financieros de Banco del Pacífico y la CFN: Estudio de Caso Aplicado a la Exportación de Camarones. *Revista ECONOMÍA Y POLITICA*(41), 19. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rep/n41/2477-9075-rep-41-00033.pdf>
- Cristancho, T. G., Arley, N. H., Cancino, G. Y., Alfonso, O. L., y Elías, O. D. (2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. 12. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=609967056005>
- Cubo, P. S., Bernadich, M. M., y Sarda, X. (2022). mpacto del personal de contacto en la experiencia y satisfacción del cliente en el e-commerce. *Dialnet*, 9(2), 29. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8477230.pdf&ved=2ahUKEwiGl9u0meeNAxWZSjABHQtkA08QFnoECBcQAQ&usg=AOvVaw33sgfE55Is9BCFNU2vBDMU>
- Curo, P. J., y Zapata, G. F. (2023). Diseño de edificio bioclimático para la sede del Ministerio Público del distrito fiscal de Sullana - 2023. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UPAO_fd8f57a7202b84bfd61b4f3814fb94f5/Description#tabnav

- De Freitas, D. (2021). Valoración de activos intangibles basados en la metodología de opciones reales para evaluar inversiones tecnológicas. *Redalyc*(42), 60. <https://www.redalyc.org/journal/257/25767348003/25767348003.pdf>
- Delgado, S. Z., Valenzuela, V. C., y Portilla, C. Y. (2024). Estructura Organizacional de una empresa de producción gráfica. *Scielo*, 5(4), 9. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2665-01692023000400073
- Díaz, O. N., y Eslava, Z. R. (2023). Gestión del capital de trabajo y rentabilidad en empresas del sector manufactura colombiano. *International Journal of professional*, 13. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9091570.pdf&ved=2ahUKEwi3r-LozM6NAXXOgIQIHQztCccQFnoECB8QAQ&usg=AOvVaw30Gmzps94WBmjryCIxhTB_
- Díaz, P. M., y Colorado, A. B. (2020). Estudio para realizar la acción tutorial a través de un sistema de gestión de aprendizaje en el nivel de Secundaria . *Multi Lingual Scientific Journals*, 4(1), 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.29314/mlser.v4i1.260>
- Díaz, R. V. (2020). Utilización conjunta de encuestas administradas y autoadministradas. ¿Proporcionan resultados similares? *RES*, 30(1), 6. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.09>
- Distribuidora DIMAR . (2025). <https://www.nexdu.com/ec/ambato-t/empresa/distribuidora-dimar-42358>
- Echheverría, K. L., Pinto, J., y Mosquera, M. M. (2021). Inversión en actividades de ciencia, tecnología e innovación: el caso de Colombia y Ecuador. *Redalyc*, 7(14), 8. <https://www.redalyc.org/journal/6381/638166672008/html/>
- Fernández, R. C. (2020). La relevancia del discurso gerencial para los estudios organizacionales: reflexiones durante un evento pandémico. *Scielo*, 30(78), 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.15446/innovar.v30n78.90313>
- Flamarique, S. (2025). *Manual de gestión de almacenes*. ICG. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ayNIEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=P>

P3&dq=que+es+manual+de+funciones&ots=N510PXTeEg&sig=43spb4N0ziVzkoyEnMStxXu3504#v=onepage&q=que%20es%20manual%20de%20funciones&f=false

Fonseca, S. O., y Hernández, C. D. (2023). Influencia de la liquidez y solvencia en la productividad de las medianas empresas comerciales. *ECNO HUMANISMO*, 4(1), 43.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9862392.pdf&ved=2ahUKEwj5ezvus-NAXWlmIQIHQINhtEQFnoECCMQAQ&usg=AOvVaw34jfRq2IaXku3T0Hn8tnzq>

GAD Municipal Salcedo. (2025). <https://www.salcedo.gob.ec/>

Gamboa, O. L., y Álvarez, B. M. (2022). Impacto de los canales de comunicación corporativa en los resultados de instituciones públicas. *RECIAMUC*, 8. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(3\).julio.2022.55-62](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.55-62)

García, G. J., y Osma, P. G. (2023). Dimensionamiento y análisis de sensibilidad de una microrred aislada usando HOMER Pro. *Redalyc*, 48. <https://www.redalyc.org/journal/3442/344273557008/>

García, G. M. (2022). Comportamientos del personal de contacto y su influencia en la efectividad organizativa hotelera. 15. <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00021.pdf>

Gómez, R. E., Demera, B. V., Rivera, L. J., Maldonado, R. G., y Ponce, A. J. (Febrero de 2024). Riesgo de pie diabético en la persona mayor. *Cencia Latina Internacional*, 8(1), 22. https://pdfs.semanticscholar.org/b25c/74613c85cf662641c7b76d7ec2b04e641009.pdf?_gl=1*m6v2xs*_gcl_au*NDQ2NTIyMjU4LjE3MzM2MTAxNzc.*_ga*M TI4OTQ3MjkzMC4xNzMzNjEwMTc3*_ga_H7P4ZT52H5*MTczMzYxMDE3Ny4xLjEuMTczMzYxMDE5OC4zOS4wLjA

Gómez, W., y Rodríguez, Á. (2023). Modelo de control de gestión financiera para mejorar la rentabilidad de las MYPES sector calzado. *SCIENDO*, 26(2), 11. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/5269>

- Google Maps. (2025). *Google Maps*. https://www.google.com/maps/@-1.0334092,-78.5915206,1074m/data=!3m1!1e3?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI1MDUxMy4xIKXMDS0ASAFQAw%3D%3D
- Guasco, A. C., y Luna, A. K. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral para las PYMES en el Cantón Cañar. *Dialnet*, 8(1), 19.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383501.pdf&ved=2ahUKEwjpczqxtCNAXXqTDABHbPNBEw4ChAWegQIKhAB&usg=AOvVaw3vfsBL9_SaSe9JGBiTTLxR
- Guaytán, C. J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Scielo*, 6.
<https://www.redalyc.org/journal/5718/571864273008/571864273008.pdf>
- Guerrero, T. (2022). Enfoque cuantitativo: taxonomía desde el nivel de profundidad de la búsqueda del conocimiento. *Llalliq*, 2(1), 13.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32911/llalliq.2022.v2.n1.936>
- Guim, B. P., Martillo, M. O., Guerrero, C. V., y Carillo, P. F. (2023). Los estados financieros y las tomas de decisiones empresariales. *Dialnet*.
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8995434.pdf&ved=2ahUKEwjgy66H8c6NAXWhQzABHQVyLFYQFnoECB8QAQ&usg=AOvVaw08NUTMGdiCfuZCeExYPW6N>
- Hidalgo, E. M. (2025). *Diseño de procedimientos operativos para el cultivo de Delphinium en una florícola de Cotopaxi, Ecuador*. Universidad Politécnica Salesiana, Quito.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/30045/1/TTQ2080.pdf>
- Hormas Bolaños. (2025). <https://ecuatornegocios.com/info/hormas-bolanos-3C7B812C9BC3DB2D>
- INEC. (12 de 2024). *Boletín Técnico N° 12-2024-IPC*.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2024/Diciembre/Boletin_tecnico_12-2024-IPC.pdf

- INEC. (1 de 11 de 2025). *Censo Ecuador*.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Calendario_Estadistico/Calendario_estadistico_2025/
- Inga, S. K., Coyla, C. S., y Montoya, C. G. (2022). Metodología 5S: Una Revisión Bibliográfica y Futuras Líneas de Investigación. *Revista de Investigación Científica y Tecnológica*, 2(1), 23. https://www.researchgate.net/profile/Gustavo-Montoya-Cardenas/publication/361094870_Metodologia_5S_Una_Revision_Bibliografica_y_Futuras_Lineas_de_Investigacion/links/62b271ea6ec05339cc98f174/Metodologia-5S-Una-Revision-Bibliografica-y-Futuras-Lineas-de-In
- JM Distribuciones. (2025).
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://jmpdistribuciones.com/&ved=2ahUKEwjZyKaS9vONAXXiSTABHaP5Ne4QFnoECCQQAQ&usg=AOvVaw0cKW3l9TIW3UowpzX45xdf>
- Lara, C. E., y Chávez, T. L. (2021). Investigación cuantitativa: buscando la estandarización de un esquema taxonómico. *Scielo*, 149(9), 5. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872021000901382>
- Larico, Q. B. (2022). Calidad del servicio en restaurantes de Cañete - Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 17. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8890693.pdf&ved=2ahUKEwjL65ejkeeNAXUxRjABHRieGcwQFnoECBgQAQ&usg=AOvVaw2vcZDHPF4b5ln1UOkxRRvC>
- Liccioni, E. (2022). Politología y netnografía: Una alternativa para la investigación online en la educación superior. *JURÍDICAS CUC*, 8(1), 24. <https://revistascientificas.cuc.edu.co/juridicascuc/article/view/4134/4108>
- LOGO MAKER. (2025). AI Logo Generator: <https://app.logomakr.com/?activity=make-a-logo&name=FlexiSlep#/wizard/description>
- Londoño, A. E., Navas, R. M., y Pérez, R. W. (30 de Julio de 2021). Adulto mayor en Cartagena de Indias- Colombia- necesidades, gustos y preferenciaspor el calzado. *ESPACIOS*, 15. <https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n14p06>

- Loor, Z. H., Santistevan, N. J., Ureta, Z. M., y Mera, M. R. (2023). Análisis de indicadores de desempeño financiero de la empresa ecuatoriana de balanceados Coprobalan S. A. *Scielo*, 1(54), 9.
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072023000200128
- Loor, Z. H., Santistevan, N. J., y Mera, M. R. (2023). Análisis de indicadores de desempeño financiero de la empresa ecuatoriana de balanceados Coprobalan S.A. *Scielo*.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/v1n54/2528-7907-rsan-1-54-00128.pdf&ved=2ahUKEwje_J_5ws6NAXUIRTABHajBAfkQFnoECB4QAQ&usg=AOvVaw2gySBWfuMKFnx1oWT4AOiE
- Ludeña, P. A., Serdán, V. K., y Romero, H. O. (2022). Estudio de Oferta y Demanda para una Asociación de Producción Textil y Costura. *Redalyc*, 31.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29019/eyn.v13i1.917>
- Macías, L. F., y Delgado, S. M. (2023). Indicadores financieros y su relación con la toma decisiones. *Dialnet*, 8(2), 25.
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9152110.pdf&ved=2ahUKEwj9scjbtM-NAXXySTABHfoJGIoQFnoECBcQAQ&usg=AOvVaw1opC7ZR-HgdM2J1XkQ5cY9>
- Madrid, R. R. (2023). *Plan de negocios para diversificar los actuales servicios de capacitación y asistencia técnica de la Universidad Técnica Federico Santa María*. Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/195375>
- Mantilla, M. P., y Larrea, S. A. (2024). Los estereotipos y su afectación en la definición del buyer persona. *Dialnet*, 19.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9978749.pdf&ved=2ahUKEwi_3rX56_ONAXUJtYQIHgBNWUQFnoECBgQAQ&usg=AOvVaw3X6vBWzDM2RWBKw5hpdrss

- Marcillo, C. C., Aguilar, G. C., y Gutiérrez, J. N. (2021). Análisis financiero una herramienta clave para la toma de decisiones de gerencia. *Dialnet*, 6(3), 7. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7896330>
- Marino, N. A., Chávez, Y. H., y Robalino, P. E. (2021). Identidad visual corporativa para una plataforma tecnológica de negocios del sector calzado de Tungurahua. *Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 8(2), 15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8298210>
- Martínez, O. C. (2022). Normativa jurídica e influencia del nivel directivo en la autonomía de entidades de seguridad complementaria. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 6(3), 19. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2510/3719>
- Martínez, R. B., Lima, L. C., Vera, P. Y., Medinas, A. A., Ferrer, G. M., y León, G. J. (2021). Afecciones podológicas en adultos mayores atendidos en la Consulta de Podología general. *Scielo*, 5(2), 15. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2709-79272021000200297
- Maya, R. A. (08 de Junio de 2020). El diseño para adultos mayores: un enfoque centrado en la persona. *Google Scholar*, 20. <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/2605/2407>
- Mejía, R. Y., y Correa, G. J. (2023). *Propuesta de mejora del proceso de almacenamiento de materias primas e insumos y producto terminado para optimizar la gestión de inventarios en la empresa Lácteos Diefres de la ciudad de Valledupar*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/56681/ylmejia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mendoza, S. A., Rey, A. L., y Ospina, N. D. (2021). *Aplicación del Modelo de Planeación Estratégica para la Mipyme DONDE JAIRO LAS MEJORES AREPAS*. Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/50199602-918e-4f18-b4c5-6bb2754fccdb/content>

- Mesa, M. O., Moreno, Z. J., y García, R. M. (2023). Posicionamiento de marca a través de canales d distribución. *RETO*, 9. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/119006929/030-5715_Moreno_-_Mesa_-_Garc_C3_ADa.pdf_filename_UTF-8030-5715_Moreno_-_Mesa_-_Garc_C3_ADa-libre.pdf?1729345497=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPosicionamiento_de_marca_a_traves_de_c an.pd
- Ministerio del Trabajo. (2025). *República del Ecuador*. <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2024/12/Salarios-Minimos-Sectoriales-y-Tarifas-2025.pdf>
- Mogro, R. F., Mendoza, P. K., y Cantos, B. V. (2023). El control financiero y su incidencia en los resultados económicos. Período 2017-2019. Caso: Jardema S.A. *Redalyc*, 11. <https://www.redalyc.org/journal/5885/588575261007/588575261007.pdf>
- Mojica, S. A., Suárez, P. H., y Pulido, A. P. (2022). *Plan de Marketing Estratégico para la empresa Transporte de Materiales Mojica ubicada en Miranda, Santander para el año 2025*. Unidades Tecnológicas de Santander. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/18710>
- Muñoz, C. E., y Solís, T. P. (2021). Enfoque Cualitativo y Cuantitativo de la Evaluación Formativa. *Scielo*, 6(3), 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.5512591>
- Navarro, D. G. (2020). *Consideraciones para el diseño de calzado urbano para adultos mayores en Cuba [Tesis de diploma, Instituto Superior de Diseño-UH]*. Repositorio institucional. <https://ftp.isdi.co.cu/Biblioteca/BIBLIOTECA%20UNIVERSITARIA%20DEL%20ISDI/COLECCION%20DIGITAL%20DE%20TESIS%20DE%20DIPLOMA/2019/T-1660/T-1660.pdf>
- Nierto, D. W., Caminos, M. W., y Guevara, C. V. (11 de 05 de 2022). Importancia de la Implantación del Proceso Contable en una Microempresa Ferretera. *Dialnet*, 16. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9042616.pdf&ved=2ahUKEwiw54KX_-aNAxVKibAFHUAFBYsQFnoECB8QAQ&usg=AOvVaw1g7QMS5sK_zv0EL5EYqSEf

- Organización Mundial de la Salud. (01 de Octubre de 2024). Envejecimiento y salud: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>
- Ortiz, N. E., y Zuñiga, V. A. (2022). *Distribución de planta y sus factores: Incidencia en el mejoramiento de la productividad*. Universidad Técnica de Manabí. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Riemat/article/download/4840/4740&ved=2ahUKewj37uzZpueNAXXhSzABHcyDIjYQFnoECBgQAQ&usg=AOvVaw2pbQBPiNueWOBkNQoHXQUI>
- Otero, L. M., Ballesteros, M. M., García, Á. M., Otero, L. A., y Pérez, M. S. (2021). Moda y salud en personas mayores. Revisión bibliográfica enfermería. *Psicología*, 2, 8.
- Ozamiz, E. N., Santamaria, M. D., Picaza, G. M., y Idoiga, M. N. (2021). Niveles de estrés, ansiedad y depresión en la primera fase del brote del COVID-19 en una muestra recogida en el norte de España. *Scielo*, 36(4), 10. <https://www.scielo.org/pdf/csp/v36n4/1678-4464-csp-36-04-e00054020.pdf>
- Paredes, G. H., y Espinoza, C. M. (2014). Relación del resultado neto del ejercicio con otros ingresos y otros gastos de una Caja Municipal de Ahorro y Crédito, 2018-2022. *Redalyc*, 6(6), 10. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=749780131017>
- Pazmiño, M. R., Valverde, A. P., Pazmiño, M. B., y Díaz, H. Y. (2022). Metodología para la generación estadística de indicadores: Una revisión sistemática inicial. *Polo del Conocimiento*, 9(7), 8. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/4622>
- Peña, C. Á. (2022). *Depreciación y amortización*. Universidad Nacional de Asunción. https://www.agr.una.py/ecorural/otras_publicaciones/depreciacion_y_amortizacion.pdf
- Peñaherrera, L. F., Acosta, R. M., Suárez, L. S., y Vanegas, R. V. (2021). Analisis del punto de equilibrio en las empresas agricolas. *Revista Inclusiones*, 6, 13. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/2710>
- Perdigón, L. R. (2022). Herramientas de software libre como solución de infraestructura de red para PYMES cubanas. *Dialnet*, 15(9), 12. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8955503.pdf&ved=2ahUKEwiBguqA-->

aNAX3QzABHdfvOcgQFnoECEIQAQ&usg=AOvVaw0V8XG5aVUc4eBM3i
PClrWw

- Pérez, G. (2021). Impactos sociales de los caminos rurales en Mesoamérica. *CEPAL*, 58. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/035e66d7-39c6-4040-be03-a4e00535a1a4/content>
- Pérez, H. L., Díaz, T. C., Pérez, C. T., y Ramos, G. R. (2021). Enfoque jerárquico para la gestión de operaciones aeroportuarias. *Scielo*, 42(2), 10. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362021000200147&script=sci_arttext&tlng=pt
- Perez, L. C. (2022). *Planeación estratégica Cerpec empresa porcina de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander*. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. https://www.researchgate.net/profile/Camilo-Perez-Leon/publication/361161121_PLANEACION_ESTRATEGICA_CERPEC_EMPRESA_PORCINA_DE_LA_CIUDDAD_DE_OCANA_NORTE_DE_SANTANDER/links/62a002ca55273755ebdbffd6/PLANEACION-ESTRATEGICA-CERPEC-EMPRESA-PORCINA-DE-LA-CIUDDAD-D
- Quevedo, A. N., García, A. N., y Cañizares, G. F. (2022). Incidencia grupal en la formación ética profesional desde el eje transversal investigativo. *Scielo*, 18(85), 6. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442022000200037&script=sci_arttext&tlng=pt
- Ramírez, V. A., y Procel, R. L. (2023). Estrategias de Internacionalización para la oferta exportable de las MIPYMES en el Oro, Ecuador. *Dialnet*, 8(2), 24. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9152090>
- Reyes, A. A. (2024). *Factores de riesgo asociados al estado nutricional de los adultos mayores. Centro de salud progreso [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena]*. Repositorio institucional. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/11565/1/UPSE-TEN-2024-0027.pdf>
- Rivera, C. I., Rodríguez, P. J., y Cabrera, C. L. (2021). Procedimiento para priorizar las inversiones en la Sucursal CIMEX de Pinar del Río. *Redalyc*, 23(3), 10. <https://www.redalyc.org/journal/6378/637869395001/637869395001.pdf>

- Rodríguez, B. A., y León, P. C. (2024). El proceso de depreciación de activos fijos y su incidencia en la situación financiera del GAD Municipal del cantón Isidro Ayora. *Dialnet*, 12. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9816443.pdf&ved=2ahUKEwiBgP22rs6NAXWSTTABHdsYPSwQFnoECBgQAQ&usg=AOvVaw3qfIBpKzuC_NmQ7CmW2cRt
- Rodríguez, N. D., Mosquera, C. X., y Vega, G. A. (2022). Análisis de la aplicación del modelo de economía circular en las empresas del Ecuador. *Revista Metropolitana*, 11. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/360/358>
- Rojas, R. F., y Lopera, L. G. (2022). Costos, volumen y utilidades: Incidencia en el desempeño financiero de los negocios de comestibles en una universidad colombiana. *Revista Unicaratagena*, 15. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/download/4209/3354&ved=2ahUKEwih4b61IM-NAXXnSjABHX_QIz04ChAWegQIJBAB&usg=AOvVaw2V1lkSCRyUMQBTAZ6OYhtf
- Romero, M. L. (2021). *La segmentacion de mercado y su incidencia en el posicionamiento del restaurante "El residente" [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal de Milagro]*. Repositorio institucional, Milagro. <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5886/1/LUIS%20ANTONIO%20ROMERO%20MORENO.pdf>
- Romero, S. (2023). Segmentación de mercado. *RAI*, 5(1), 5. <https://rai.usam.ac.cr/index.php/raiusam/article/view/106>
- Sánchez, A. A. (2022). El análisis financiero: Un instrumento de evaluación financiera en la empresa La Fabril. *Multidisciplinar*, 5(10), 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.56124/sapientiae.v5i10.0050>
- Sánchez, J. (2021). Segmentación de mercado basada en las preferencias: aplicación de las Escalas de Máximas Diferencias y las Clases Latentes como estrategia para predecir el comportamiento del mercado. Una aplicación al Marketing de bebidas

- no alcohólicas. *Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 9(1), 8. <https://doi.org/https://upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/6106>
- Sandoval, F. E. (2022). El trabajo de campo en la investigación social en tiempos de pandemia. *Scielo*, 31(3), 12. <https://doi.org/http://orcid.org/0000-0003-1659-7588>
- Sarmiento, M. L., Mejía, M. S., Pinos, L. L., y Proaño, R. B. (2024). Análisis de los ingresos operacionales y gastos financieros para las empresas de construcción ecuatorianas. *Dialnet*, 20. <https://doi.org/https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9966125.pdf&ved=2ahUKEwjw6qeMjM6NAXU9goQIHZAEIRkQFnoECBYQAAQ&usg=AOvVaw0V4dYE NS6bbAEZH4kH954Z>
- Saucedo, C. A. (2023). *Patologías podológicas en el adulto mayorizado institucionalizado en la Gran Resistencia Chaco [Tesis de licenciatura]*. Repositorio institucional digital UGR. <https://hdl.handle.net/20.500.14125/559>
- Serna, M. A., y Pinzón, O. M. (2023). *Plan de marketing estratégico a la empresa HYN. S.A.S del municipio de Giron para el año 2023*. Unidades Tecnológicas de Santander. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/12798>
- Servicio de Rentas Internas. (2025). *Impuesto a la Renta*. <https://www.sri.gob.ec/impuesto-renta>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2025). <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/preguntas-frecuentes-propiedad-industrial/>
- Solorzano, J. C., y Parrales, M. (2021). Branding: posicionamiento de marca en el mercado ecuatoriano. *Espacios*, 42(12), 13. https://www.researchgate.net/profile/Maria-Poveda-9/publication/353563123_Branding_posicionamiento_de_marca_en_el_mercado_ecuatoriano/links/670552c77d49be5c483e6e6b/Branding-posicionamiento-de-marca-en-el-mercado-ecuatoriano.pdf
- Sosa, Z. K., y Sabando, P. L. (2022). actores que limitan la conversión de operadores de maquinaria pesada en agentes de mantenimiento autónomo. *Dialnet*, 7(1), 18. [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.researchgate.net/profile/Maria-Poveda-9/publication/353563123_Branding_posicionamiento_de_marca_en_el_mercado_ecuatoriano/links/670552c77d49be5c483e6e6b/Branding-posicionamiento-de-marca-en-el-mercado-ecuatoriano.pdf)

://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8331461.pdf&ved=2ahUKEwiVuqCZ8-
WNAxUISDABHch6DDQQFnoECB4QAQ&usg=AOvVaw2KgFvv5d8D-
L2XWsNcxQBa

- Soto, C. M. (2023). Coeficiente V de Aiken: diferencias en los juicios de validez de contenido. *Scielo*, 20(1), 8. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-097X2023000100023
- Stecher, A., Valenzuela, B. A., y Soto, R. Á. (2023). Análisis crítico del discurso y estudios organizacionales. *JSTOR*, 33(90), 8. <https://doi.org/https://www.jstor.org/stable/27301049>
- Sucari, W., Yucra, R., Arias, Y., Saavedra, S., y Carhuas, L. (2024). Diseño y validación del Cuestionario PERCOPA: instrumento para evaluar la percepción de adolescentes sobre el control parental. *Revista científica en ciencias sociales*. <https://doi.org/10.53732/rccsociales/e601105>
- Sumba, B. R., y Moreno, G. P. (2022). Lima Organizacional como Factor del Desempeño Laboral en las Mipymes en Ecuador. *Dialnet*, 8(1), 28. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2569>
- Tomalá, T. W. (2023). Apalancamiento financiero para el sector agrícola de la provincia de Santa Elena, año 2021. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 7(3), 7. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.6564
- Torres, D. G., Narváez, E. M., Cortez, A. A., y Serrano, S. L. (2024). El Flujo de Caja en la Gestión de las Microempresas de la Ciudad de Machala. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 8(4), 6. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12506
- Trinidad, M. F. (2022). *Diseño de Libro de Marca para el taller de artesanías José Flores*. Universidad Ctaólica Redentorios Mater. <http://repositorio.unica.edu.ni/id/eprint/88>
- Ugando, P. M., Villalón, P. A., Sabando, G. Á., Celi, P. D., Pilay, T. F., y Racines, C. A. (2021). Modelización financiera aplicada en empresas del sector manufacturero en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador. *Dialnet*, 12(34), 22. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https>

://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8810023.pdf&ved=2ahUKEwiOl_rF7s6N
AxXlibAFHe04CiEQFnoECB4QAQ&usg=AOvVaw3DPpF4ZMuYzajcbMBv-
YTK

- Valenzuela, L. (2021). Aproximación a las principales dificultades para la elaboración de tesis de grado y el perfil del Asesor. *Multidisciplinar*, 5(5), 15. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/923/1257>
- Varón, R. J., Gutierrez, P. F., Gallego, C. L., y Hernandez, A. L. (2023). Propuesta de un modelo de Branding como estrategia de sostenibilidad empresarial para el sector cooperativo en Colombia. *Economía y Polotica*(38), 24. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rep/n38/2477-9075-rep-38-00146.pdf>
- Vásquez, V. C., Terry, P. O., Huaman, T. M., y Cerna, C. C. (2021). Ratios de liquidez y cuentas por cobrar: análisis comparativo de las empresas del sector lácteo que cotizan en la bolsa de valores de Lima. *Redalyc*, 25(2), 7. <https://doi.org/https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.25.02R.006.es>
- Vázquez, G. J., Yopihua, C. Á., y Aguirre, H. F. (2024). Diseño e implementación de un plan estratégico integral para la empresa Boutique Nueva Imagen. *Revista Latinoamericana de ciencias sociales y humanidades*, 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3176>
- Velandia, d. R., y Trejo, O. J. (2023). *Costos para microempresarios. Enfoque financiero: ¿Cómo Costear?* Sello Editorial Universidad del Tolima. <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/232957?page=3>
- Velásquez, V. M., Mora, C. E., y Pérez, R. J. (2022). Modelo conceptual e instrumento sobre las funciones de la oficina de gestión de proyectos en ámbitos educativos. *Scielo*, 30(2), 8. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-33052022000200321&script=sci_arttext&tlng=en
- Vélez, A. D. (2021). Las políticas nacionales oceánicas y costeras en la gobernabilidad marítima de Ecuador. *Scielo*, 2(13), 9. https://doi.org/https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v2.n13.2021.226
- Vera, S. C., Gutiérrez, M. M., y Ordóñez, P. J. (2023). Gestión administrativa financiera del régimen simplificado para negocios populares en Cuenca. *Dialnet*, 7(2), 16. <https://doi.org/https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v7i2.1216>

- Vidal, G. T. (2022). Enfoque cuantitativo: Taxonomía desde el nivel de profundidad de la búsqueda del conocimiento. *ORCID*, 8. <https://doi.org/10.4067/S0719-26812020000300037>
- Vivar, A. M., y Rojas, B. A. (2022). Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de una bebida a base de cascarilla. *Dialnet*, 7(8), 22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9042744>
- Vizcaíno, Z. P., Cedeño, C. R., y Maldonado, P. I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Multidisciplinar*, 12. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11620>
- Vizoso, G. C. (2022). Teoría de las Demandas y los Recursos Laborales y bienestar del profesorado. Una revisión sistemática. *Repositorio Universidad de León*, 51(3), 10. <https://reunido.uniovi.es/index.php/AA/article/view/17592/15323>
- Yunis, I. (2020). ¿Cuál es el calzado ideal para un adulto mayor? *Vitapp*, 3.
- Zambrano, F. F., Sánchez, P. M., y Correa, S. S. (2021). Análisis de rentabilidad, endeudamiento y liquidez de microempresas en Ecuador. *SCIELO*, 11(22). <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.03>
- Zurita, M. (31 de Octubre de 2023). ¿Emplear solo a adultos mayores? ¿Emplear solo a adultos mayores? Esta marca de alpargatas lo está haciendo en Perú y Ecuador y planea aterrizar en Colombia. <https://forbes.pe/negocios/2023-10-31/emplear-solo-a-adultos-mayores-esta-marca-de-alpargatas-lo-esta-haciendo-en-peru-y-ecuador-y-planea-aterizar-en-colombia>

ANEXOS

Anexo A

Validaciones




FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del instrumento
		Cuestionario	Lisbeth Dayana Peralta Larcos

Tema del emprendimiento:
 "Plan de negocios para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi"

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimado Dr. (Mg.), por favor ayúdenos completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Si en el cantón Salcedo se fabricaría una línea exclusiva de calzado para el adulto mayor, ¿usted estaría interesado/a en adquirir este producto?	✓		✓		✓		
2	¿Conoce alguna empresa que se dedique a la fabricación o producción de calzado para adultos mayores?	✓		✓		✓		
3	¿Cuál es su principal preocupación al elegir zapatos para adultos mayores?	✓		✓		✓		

IFSO/2024

Proyecto de emprendimiento



4	¿Con qué frecuencia adquiriría anualmente esta nueva línea de calzado?								
5	¿Qué aspectos considera más importante al momento de adquirir calzado?								
6	¿Cuánto estaría dispuesto/a, a pagar por esta nueva línea de calzado?								
7	¿Cuáles de los puntos de venta le resulta más conveniente para adquirir un par de zapatos?								
8	¿Por la compra de un par de zapatos, qué tipo de beneficios o promociones le gustaría recibir?								
9	¿Qué materiales preferiría que se utilicen en los zapatos para adultos mayores?								
10	¿Qué tipo de sistema de ajuste de calzado prefiere en su calzado?								
11	¿Qué tipo de estilo prefiere para el calzado?								
12	¿Para qué ocasiones adquiriría el producto?								
13	¿Qué colores considera más adecuados para el calzado?								
14	¿Qué tipo de calzado considera que ofrece mayor soporte?								

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No Aplicable []

Apellidos y Nombres del experto validador, Dr./Mg: Leonardo García Salazar López

CI: 1802453629

Especialidad del experto validador: Marketing

Firma del Experto Validador

IFSO/2024

Proyecto de emprendimiento



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del instrumento
		Cuestionario	Lisbeth Dayana Peralta Larco
Tema del emprendimiento: "Plan de negocios para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo provincia de Cotacachi"			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimado Dr. (Mg.), por favor ayúdenos completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Si en el cantón Salcedo se fabricaría una línea exclusiva de calzado para el adulto mayor, ¿usted estaría interesado/a en adquirir este producto?							
2	¿Conoce alguna empresa que se dedique a la fabricación o producción de calzado para adultos mayores?							Redacción
3	¿Cuál es su principal preocupación al elegir zapatos para adultos mayores?							

IFSQ/2024

Proyecto de emprendimiento

Escaneado con CamScanner



4	¿Con qué frecuencia adquiriría anualmente esta nueva línea de calzado?							
5	¿Qué aspectos considera más importante al momento de adquirir calzado?							
6	¿Cuánto estaría dispuesto/a, a pagar por esta nueva línea de calzado?							
7	¿Cuáles de los puntos de venta le resulta más conveniente para adquirir un par de zapatos?							
8	¿Por la compra de un par de zapatos, qué tipo de beneficios o promociones le gustaría recibir?							Reducción
9	¿Qué materiales preferiría que se utilicen en los zapatos para adultos mayores?							
10	¿Qué tipo de sistema de ajuste de calzado prefiere en su calzado?							
11	¿Qué tipo de estilo prefiere para el calzado?							
12	¿Para qué ocasiones adquiriría el producto?							
13	¿Qué colores considera más adecuados para el calzado?							
14	¿Qué tipo de calzado considera que ofrece mayor soporte?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No Aplicable []

Apellidos y Nombres del experto validador. Dr./Mg: Manuel Merced

Ci: 1803549219

Especialidad del experto validador: FCM - MT.

Firma del Experto Validador

IFSQ/2024

Proyecto de emprendimiento

Escaneado con CamScanner



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO



I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del instrumento
MINISTERIO DE AGRICULTURA	DIRECTOR	Cuestionario	Lisbeth Dayana Peralta Larcos
Tema del emprendimiento: Plan de negocios para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi.			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ÍTEM

Estimado Dr. (Mg.), por favor ayúdenos completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE _____

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente. Las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Si la empresa de calzado PL de la ciudad de Salcedo fabricara una línea exclusiva de calzado para el adulto mayor, ¿usted estaría interesado/a en adquirir este producto?	X		X		X		Revisar Redacción
2	¿Conoce alguna empresa que se dedique a la fabricación o producción de calzado para adultos mayores?	X		X		X		-

IFSO/2024

Proyecto de emprendimiento

Escaneado con CamScanner



		Si	No	Si	No	Si	No	
3	¿Con qué frecuencia adquiriría anualmente calzado diseñado especialmente para el adulto mayor?	X		X		X		
4	¿Qué aspectos considera más importante al momento de adquirir un calzado para adultos mayores?	X		X		X		Uno o todos?
5	¿Cuánto estaría dispuesto/a, a pagar por un par de zapatos diseñados específicamente para adultos mayores?	X		X		X		
6	¿Cuáles de los puntos de venta le resulta más conveniente para adquirir un par de zapatos para adultos mayores?	X		X		X		
7	¿Por la compra de un par de zapatos, qué tipo de beneficios o promociones le gustaría recibir?	X		X		X		
8	¿Qué materiales preferiría que se utilicen en los zapatos para adultos mayores?	X		X		X		
9	¿Qué tipo de sistema de ajuste de calzado prefiere en su calzado?	X		X		X		
10	¿Qué estilo prefiere para el calzado?	X		X				
11	¿Para qué ocasiones adquiriría calzado para adultos mayores?	X				X		
12	¿Cuál es su principal preocupación al elegir zapatos para adultos mayores?	X		X		X		
13	¿Qué colores considera más adecuados para el calzado de adultos mayores?	X		X		X		
14	¿Qué tipo de calzado considera que ofrece mayor soporte para adultos mayores?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Tener cuidado en las preguntas de S/no.



Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir ☒ No Aplicable []

Apellidos y Nombres del experto validador, Dr./Mg: Luz Arturo Montenegro R.

Ci: 1803841381

Especialidad del experto validador: Producción.


Firma del Experto Validador

IFSO/2024

Proyecto de emprendimiento

Escaneado con CamScanner

Anexo B



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TEMA: “Plan de negocios para el desarrollo de una línea de calzado para el adulto mayor en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi”

OBJETIVO: Determinar las necesidades, preferencias y hábitos de compra de los adultos mayores en la línea de calzado que se adapte a sus requerimientos en términos de comodidad, funcionalidad, diseño y ajuste.

INSTRUCTIVO: La información obtenida será tratada con confidencialidad, responda honestamente.

Información general

¿Cuál es su género?

- A. Masculino
- B. Femenino
- C. Prefiero no responder

¿En qué rango de edad se encuentra usted?

- A. 65-70 años
- B. 71-75 años
- C. 76-80 años
- D. Más de 80 años

Información específica

1. ¿Si en el cantón Salcedo se fabricaría una línea exclusiva de calzado para el adulto mayor, ¿usted estaría interesado/a en adquirir este producto?

☐ Sí

☐ No

2. ¿Conoce alguna empresa que se dedique a la fabricación o producción de calzado para adultos mayores?

☐ Sí

☐ No

3. ¿Cuál es su principal preocupación al elegir zapatos para adultos mayores?

☐ Dolor en los pies

☐ Resbalones o caídas

☐ Durabilidad del producto

4. ¿Anualmente cuantos pares de calzado adquiriría?

☐ 1

☐ 2

☐ 3 o más

5. ¿Qué aspectos considera más importante al momento de adquirir calzado?

☐ Comodidad y ajuste adecuado

☐ Seguridad (como suelas antideslizantes)

☐ Durabilidad y calidad de los materiales

☐ Precio accesible

☐ Todas las opciones

6. ¿Cuánto estaría dispuesto/a, a pagar por esta nueva línea de calzado?

☐ Menos de \$40

☐ Entre \$40 y \$60

☐ Más de \$60

7. ¿Cuáles de los puntos de venta le resulta más conveniente para adquirir un par de zapatos?

☐ Tiendas físicas especializadas en calzado para adultos mayores

☐ Tiendas de calzado común

☐ Punto de venta propio

8. ¿Qué tipo de promociones lo incentivan a comprar un par de zapatos?

☐ Descuento en futuras compras

- ☐ Regalo de productos adicionales (como plantillas ortopédicas)
- ☐ Envío gratuito o entrega a domicilio sin costo
- ☐ Programas de puntos o recompensas de fidelidad
- ☐ Bolsas para guardar los zapatos.

9. ¿Qué materiales preferiría que se utilicen en los zapatos para adultos mayores?

- ☐ Cuero
- ☐ Gamuza
- ☐ Malla o tejido transpirable
- ☐ Sintéticos de alta calidad
- ☐ Lona

10. ¿Qué tipo de sistema de ajuste preferiría en su calzado?

- ☐ Cordones
- ☐ Velcro
- ☐ Elástico
- ☐ Zippers
- ☐ Sin cierre

11. ¿Qué tipo de estilo prefiere para el calzado?

- ☐ Deportivo
- ☐ Formal
- ☐ Sandalias

12. ¿Para qué ocasiones adquiriría el producto?

- ☐ Uso diario
- ☐ Caminatas o ejercicio ligero
- ☐ Eventos sociales
- ☐ Trabajo o actividades profesionales
- ☐ Necesidades médicas

13. ¿Qué colores considera más adecuados para el calzado?

- ☐ Colores neutros (blanco, negro, beige, marrón)
- ☐ Colores vivos (azul, rojo, verde)
- ☐ Colores suaves (blanco, celeste, rosa pastel, lavanda)

14. ¿Qué tipo de calzado considera que ofrece mayor soporte?

- ☐ Caña alta
- ☐ Caña baja
- ☐ Indiferente

Anexo C

Inflación Acumulada Anual

Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual
mar-24	112,28	0,29%	1,66%
abr-24	113,71	1,27%	2,75%
may-24	113,58	-0,12%	2,53%
jun-24	112,49	-0,95%	1,18%
jul-24	113,54	0,93%	1,57%
ago-24	113,79	0,22%	1,28%
sept-24	113,99	0,18%	1,42%
oct-24	113,72	-0,24%	1,36%
nov-24	113,42	-0,26%	1,51%
dic-24	112,31	-0,99%	0,53%
ene-25	112,14	-0,15%	0,26%
feb-25	112,24	0,09%	0,25%
mar-25	112,63	0,35%	0,31%
Total		0,62%	1,38%

Anexo D

Sueldos Administrativos

			INGRESOS												EGRESOS				Ingresos - Egresos		
Nº	Empleado	Cargo	Sueldo	Nº. Días trabajados	Sueldo real	Nº Horas Supl. Mes.	Nº. Horas Extraor.	HORAS EXTRAS \$		Comisión	Bonificaciones	ALCANCE (Sueldo Real + Horas Extas + Comisiones)	Alcance/12	470/12	Alcance/12		Alcance * 9.45%	Aportes Asociación	Préstamos	Total Egresos	Líquido a recibir
								SUPL.	EXTRA ORDINARIO.				Fondo de reserva	XIV	XIII	Total ingresos	Aporte Personal IESS				
1		Gerente	\$ 470	20	\$ 427,27	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 427,27	\$ 35,59	\$ 39,17	\$ 35,61	\$ 537,64	\$ 50,81			\$ 50,81	\$ 486,83

			INGRESOS														EGRESOS				Ingresos - Egresos
N°	Empleado	Cargo	Sueldo	N°. Días trabajados	Sueldo real	N° Horas Supl. Mes.	N°. Horas Extraor.	HORAS EXTRAS \$		Comisión	Bonificaciones	ALCANCE (Sueldo Real + Horas Extras + Comisiones)	Alcance/12	470/12	Alcance/12		Alcance * 9.45%	Aportes Asociación	Préstamos	Total Egresos	Líquido a recibir
								SUPL.	EXTRA ORDINARIO.				Fondo de reserva	XIV	XIII	Total ingresos	Aporte Personal IESS				
1		Contador	\$ 470	8	\$ 170,91	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 170,91	\$ 14,24	\$ 39,17	\$ 14,24	\$ 238,55	\$ 22,54			\$ 22,54	\$ 216,01

Anexo E

Sueldos de Personal Directo

			INGRESOS												EGRESOS				Ingresos - Egresos		
Nº	Empleado	Cargo	Sueldo	Nº. Días trabajados	Sueldo real	Nº Horas Supl. Mes.	Nº. Horas Extraor.	HORAS EXTRAS \$		Comisión	Bonificaciones	ALCANCE (Sueldo Real + Horas Extas + Comisiones)	Alcance/12	470/12	Alcance/12		Alcance * 9.45%	Aportes Asociación	Préstamos	Total Egresos	Líquido a recibir
								SUPL.	EXTRA ORDI.				Fondo de reserva	XIV	XIII	Total ingresos	Aporte Personal IESS				
2		Armador	\$470,00	20	\$ 470,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 470,00	\$ 39,15	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 587,48	\$ 55,52			\$ 55,52	\$ 531,97

			INGRESOS												EGRESOS				Ingresos - Egresos		
Nº	Empleado	Cargo	Sueldo	Nº. Días trabajados	Sueldo real	Nº Horas Supl. Mes.	Nº. Horas Extraor.	HORAS EXTRAS \$		Comisión	Bonificaciones	ALCANCE (Sueldo Real + Horas Extas + Comisiones)	Alcance/12	470/12	Alcance/12		Alcance * 9.45%	Aportes Asociación	Préstamos	Total Egresos	Líquido a recibir
								SUPL.	EXTRA ORDI.				Fondo de reserva	XIV	XIII	Total ingresos	Aporte Personal IESS				
1		Armador	\$ 532	20	\$ 532	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 532	\$ 44,31	\$ 39,17	\$ 44,33	\$ 659,78	\$ 62,35			\$ 62,35	\$ 597,43

			INGRESOS													EGRESOS				Ingresos - Egresos	
Nº	Empleado	Cargo	Sueldo	Nº. Días trabajados	Sueldo real	Nº Horas Supl. Mes.	Nº. Horas Extraor.	HORAS EXTRAS \$		Comisión	Bonificaciones	ALCANCE (Sueldo Real + Horas Extas + Comisiones)	Alcance/12	470/12	Alcance/12		Alcance * 9.45%	Aportes Asociación	Préstamos	Total Egresos	Ingresos - Egresos
								SUPL.	EXTRA ORDI.				Fondo de reserva	XIV	XIII	Total ingresos	Aporte Personal IESS				Líquido a recibir
1		Directo	\$ 470	4	\$ 94	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 94	\$ 7,83	\$ 39,17	\$ 7,83	\$ 148,83	\$ 14,06			\$ 14,06	\$ 134,77

			INGRESOS												EGRESOS				Ingresos - Egresos		
N°	Empleado	Cargo	Sueldo	N°. Días trabajados	Sueldo real	N° Horas Supl. Mes.	N°. Horas Extraor.	HORAS EXTRAS \$		Comisión	Bonificac iones	ALCANCE (Sueldo Real + Horas Extas + Comisiones)	Alcance/12	470/12	Alcance/12		Alcance * 9,45%	Aportes Asociació n	Préstam os	Total Egresos	Ingresos - Egresos
								SUPL.	EXTRA ORDI.				Fondo de reserva	XIV	XIII	Total ingresos	Aporte Personal IESS				Líquido a recibir
1		Cortador	\$ 470	\$ 12	\$ 282	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 282	\$ 23,49	\$ 39,17	\$ 23,50	\$ 368,16	\$ 34,79			\$ 34,79	\$ 333,37

Anexo F

Sueldo de Personal Indirecto

			INGRESOS												EGRESOS				Ingresos - Egresos		
Nº	Empleado	Cargo	Sueldo	Nº. Días trabajados	Sueldo real	Nº Horas Supl. Mes.	Nº. Horas Extraor.	HORAS EXTRAS \$		Comisión	Bonificaciones	ALCANCE (Sueldo Real + Horas Extas + Comisiones)	Alcance/12	470/12	Alcance/12		Alcance * 9,45%	Aportes		Préstamos	Total
								SUPL.	EXTRA ORDI.				Fondo de reserva	XIV	XIII	Total ingresos	Aporte Personal IESS	Asociación	Egresos		
1		Tecnico de	\$471,66	6	\$ 78,61	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 78,61					\$ -			\$ -	\$ 78,61

Anexo G

Precio del producto

Precio		
Materia prima directa	34.560,00	
Mano de obra directa	18.384,80	
CIF	30.655,12	
Costo de producción	83.599,92	
Costo unitario de producción	9,68	
Costo de venta	-	
Presupuesto de administración	12.216,10	
Costo de producir y vender	95.816,02	
Costo unitario de producir y vender	11,09	11,09
Utilidad 30%	3,33	3,33
Precio de venta		14,42
Iva 15%	2,16	2,16
Precio de venta al público		16,58

Anexo H

Flujo de caja (+10%)

FLEXISLEP						
FLUJO DE CAJA						
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales	\$ 78.226	\$160.949	\$164.400	\$167.926	\$171.527	\$175.206
(+) Recursos Propios	\$ 78.226	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Ingresos por ventas	\$ -	\$160.949	\$164.400	\$167.926	\$171.527	\$175.206
(-) Egresos Operacionales	\$ -	\$115.227	\$116.822	\$118.439	\$120.079	\$121.741
(+) Compra de materia prima e insumos	\$ 68.476,32	\$ 69.424,15	\$ 70.385,09	\$ 71.359,34	\$ 72.347,07	\$ 73.335,19
(+) Gastos Operativos	\$ -	\$46.751	\$ 47.398,24	\$ 48.054,31	\$ 48.719,46	\$ 49.393,82
(+) Gastos Administrativos	\$ -	\$12.216	\$ 12.385,20	\$ 12.556,63	\$ 12.730,43	\$ 12.906,64
(+) Gastos de Depreciación Acumulada	\$ 3.836,60	\$ 3.889,70	\$ 3.943,54	\$ 3.998,13	\$ 4.053,47	\$ 4.108,31
(+) Gastos de Mantenimiento	\$ 1.990,00	\$ 2.017,54	\$ 2.045,47	\$ 2.073,78	\$ 2.102,49	\$ 2.131,27
Impuestos	\$ 10.323,63	\$ 10.667,50	\$ 10.819,75	\$ 10.974,11	\$ 11.130,61	\$ 11.287,14
Sueldos	\$ 18.384,80	\$ 18.639,27	\$ 18.897,27	\$ 19.158,84	\$ 19.424,03	\$ 19.689,81
(=) Flujo Operacional	\$ 78.226	\$45.721	\$47.578	\$49.486	\$51.448	\$53.465
(=) Flujo Neto operacional	\$ 78.226	\$45.721	\$47.578	\$49.486	\$51.448	\$53.465

Anexo I

VAN 1 (+10%)

$$VAN 1 = \frac{(-Inversión Inicial) + \frac{FNE 1 + FNE 2 + FNE 3 + FNE 4 + FNE 5}{(1+i)^1 + (1+i)^2 + (1+i)^3 + (1+i)^4 + (1+i)^5}}{1,38\%}$$

VAN >=0
i= TMAR 1

$$VAN = \$ 78.226 + \frac{\$45.721}{1,1015} + \frac{\$47.578}{1,2134} + \frac{\$49.486}{1,3366} + \frac{\$51.448}{1,4723} + \frac{\$53.465}{1,6218}$$

$$VAN = \$ 78.226 + 41506,65 + 39210,80 + 37024,39 + 34944,04405 + \$ 32.966,26$$

$$VAN = \$ 78.226 + \$ 185.652,14$$

$$VAN = \$ 107.426,18$$

Anexo J

VAN 2 (+10%)

$$VAN\ 2 = \text{Inversión Inicial} + \frac{\text{FNE 1} + \text{FNE 2} + \text{FNE 3} + \text{FNE 4} + \text{FNE 5}}{(1+i)^1 + (1+i)^2 + (1+i)^3 + (1+i)^4 + (1+i)^5}$$

$VAN \geq 0$
 $i = TMAR\ 2$

$$VAN\ 2 = -\$78.225,96 + \frac{\$45.721}{1,2746} + \frac{\$47.578}{1,2746} + \frac{\$49.486}{1,4391} + \frac{\$51.448}{1,6247} + \frac{\$53.465}{1,8343}$$

$$VAN\ 2 = -\$78.225,96 + 35869,83 + 37326,46 + 34387,81 + 31666,1549 + \$29.147,24$$

$$VAN\ 2 = -\$78.225,96 + \$168.397,49$$

VAN \$ 90.171,52

Anexo K

Tasa Interna de Retorno (TIR +10%)

$$TIR = Tmar\ 1 + (Tmar\ 2 - Tmar\ 1) \frac{VAN\ 1}{VAN1 - VAN\ 2} \quad TIR \geq Tmar$$

$$TIR = 0,1015 \quad 0,1290 \quad 0,1015 \frac{\$ \quad 107.426,18}{\$ \quad 107.426,18 \quad \$ \quad 90.171,52}$$

$$TIR = 0,1015 \quad 0,0275 \frac{\$ \quad 107.426,18}{\$ \quad 17.254,66}$$

$$TIR = 0,1290 \quad \$ \quad 6,23$$

$$TIR = 0,80$$

$$TIR = 80 \%$$

Anexo L

Relación Beneficio Costo (+10%)

Relación beneficio / costo

$$\frac{RB}{C} = \frac{\text{Sumatorio Ingresos Brutos (Suma los 5 años)}}{\text{Sumatoria Costos Totales del Proyecto}}$$

$$\frac{RB}{C} = \frac{\$840.007}{\$99.724}$$

$$\frac{RB}{C} = \$ \quad 8,42$$

Anexo M

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI +10%)

PRI =		<div>Inversión inicial</div> <div>Sumatoria FNE (Flujo neto de efectivo)</div> <div>Número de años</div>
PRI	=	\$ 78.225,96
		\$ 325.924,41
		5
PRI	=	\$ 78.225,96
		\$ 65.184,88
PRI	=	1,2
Años		1,2
Meses		2,40
Días		12,00

Anexo N

Flujo de caja (-10%)

FLEXISLEP							
FLUJO DE CAJA							
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025							
		0	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales	\$	78.226	\$131.685	\$134.509	\$137.394	\$140.340	\$143.350
(+) Recursos Propios	\$	78.226	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	-
(+) Ingresos por ventas	\$	-	\$131.685	\$134.509	\$137.394	\$140.340	\$143.350
(-) Egresos Operacionales	\$	-	\$102.777	\$104.200	\$105.642	\$107.104	\$108.587
(+) Compra de materia prima e insumos	\$		\$56.026,08	\$56.801,57	\$57.587,80	\$58.384,91	\$59.193,06
(+) Gastos Operativos	\$	-	\$46.751	\$47.398,24	\$48.054,31	\$48.719,46	\$49.393,82
(+) Gastos Administrativos	\$	-	\$12.216	\$12.385,20	\$12.556,63	\$12.730,43	\$12.906,64
(+) Gastosde Depreciación Acumulada	\$		\$3.836,60	\$3.889,70	\$3.943,54	\$3.998,13	\$4.053,47
(+) Gastos de Mantenimiento	\$		\$1.990,00	\$2.017,54	\$2.045,47	\$2.073,78	\$2.102,49
Impuestos	\$		\$10.323,63	\$10.667,50	\$10.819,75	\$10.974,11	\$11.130,61
Sueldos	\$		\$18.384,80	\$18.639,27	\$18.897,27	\$19.158,84	\$19.424,03
(=) Flujo Operacional	\$	78.226	\$28.908	\$30.309	\$31.752	\$33.236	\$34.763
(=) Flujo Neto operacional	\$	78.226	\$28.908	\$30.309	\$31.752	\$33.236	\$34.763

Anexo O

VAN 1 (-10%)

VAN 1 =

FNE 1 + FNE 2 + FNE 3 + FNE 4 + FNE 5

1,38%

1,38

(-Inversión Inicial)+

$(1+i)^1 + (1+i)^2 + (1+i)^3 + (1+i)^4 + (1+i)^5$

VAN >= 0

i = TMAR 1

VAN =

\$

78.226

+

\$28.908

1,1015

+

\$30.309

1,2134

+

\$31.752

1,3366

+

\$33.236

1,4723

+

\$34.763

1,6218

VAN =

\$

78.226

+

26243,32

+

24979,24

+

23755,79

+

22574,11024

+

\$ 21.434,91

VAN =

\$

78.226

+

\$ 118.987,37

VAN \$ 40.761,40

Anexo P

VAN 2 (-10%)

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

$VAN \geq 0$
 $i = TMAR\ 2$

$$VAN\ 2 = -\$78.225,96 + \frac{\$28.908}{1,2746} + \frac{\$30.309}{1,2746} + \frac{\$31.752}{1,4391} + \frac{\$33.236}{1,6247} + \frac{\$34.763}{1,8343}$$

$$VAN\ 2 = -\$78.225,96 + 22679,34 + 23778,82 + 22064,10 + 20456,57 + \$18.951,75$$

$$VAN\ 2 = -\$78.225,96 + \$107.930,57$$

VAN \$ 29.704,61

Anexo Q

TIR (-10%)

$$TIR = Tmar 1 + (Tmar 2 - Tmar 1)$$

VAN 1
VAN1 - VAN 2

TIR > = TMAR

TIR =	0,1015	0,1290	0,1015 \$	40.761,40	
			\$	40.761,40	\$ 29.704,61
TIR =	0,1015	0,0275	\$	40.761,40	
			\$	11.056,80	
TIR =	0,1290	\$	3,69		
TIR =	0,48				
TIR =	48 %				

Anexo R

Tasa Beneficio Costo (-10%)

Relación beneficio / costo

$$RB/C = \frac{\text{Sumatorio Ingresos Brutos (Suma los 5 años)}}{\text{Sumatoria Costos Totales del Proyecto}}$$

$\frac{RB}{C}$	=	$\frac{\$687.279}{\$99.724}$
$\frac{RB}{C}$	=	\$ 6,89

Anexo S

PRI -10%

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\frac{\text{Sumatoria FNE (Flujo neto de efectivo)}}{\text{Número de años}}}$$

PRI	=	$\frac{\$ 78.225,96}{\$ 237.194,34}$
		5

$$\text{PRI} = \frac{\$ 78.225,96}{\$ 47.438,87}$$

PRI = 1,65

Años	1,6
Meses	7,80
Días	24