



# **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 Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios.**

**TEMA: “Creación de una nueva línea de calzado masculino urbano con capelladas intercambiables en la empresa Calzado Family de la ciudad de Ambato”**

**AUTOR: Christian Gerardo Montesdeoca Guayasamín**

**TUTOR: Ing. Mg. César Maximiliano Calvache Vargas**

**AMBATO – ECUADOR**  
**Julio 2017**



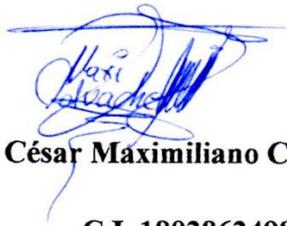
## **APROBACION DEL TUTOR**

**Ing. Mg. César Maximiliano Calvache Vargas**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“Creación de una nueva línea de calzado masculino urbano con capelladas intercambiables en la empresa Calzado Family de la ciudad de Ambato”** presentado por el señor **Christian Gerardo Montesdeoca Guayasamín**, para optar por el Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios. **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 08 de junio del 2017



**Ing. Mg. César Maximiliano Calvache Vargas**

**C.I. 1802862498**

**DOCENTE - TUTOR**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

**Atentamente,**



**Christian Gerardo Montesdeoca Guayasamín**  
**C.I. 1804643771**

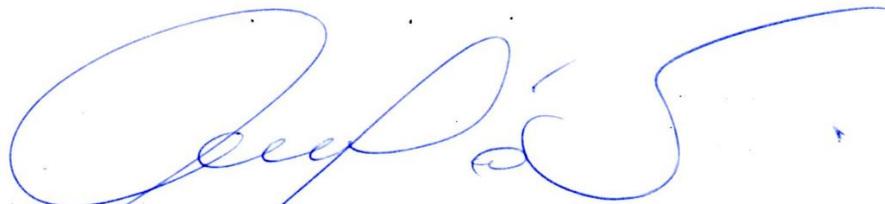
## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

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. MBA. Washington Marcelo Gallardo Medina**

**C.I. 1803415015**



**Ing. Mg. Carlos Vinicio Mejía Vayas**

**C.I. 0400730693**

Ambato, 10 de julio del 2017

## **DERECHO DE AUTOR**

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

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

**Atentamente,**



**Christian Gerardo Montesdeoca Guayasamín**  
**C.I. 1804643771**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento primordial a Dios por guiarme en mi carrera y vida estudiantil, por ser la fortaleza que necesito en momentos en la que mi vida necesita y darme la oportunidad de culminar todo este largo proceso con excelentes resultados.

A mis queridas autoridades de la Facultad de Ciencias Administrativas y a todos sus docentes, los que impartieron sus conocimientos y experiencias para forjarme como un profesional de calidad esto me obligará a superarme como ellos, en el futuro de mi vida.

Agradezco la confianza, paciencia, apoyo y tiempo de mis docentes: Maximiliano Calvache, Marcelo Gallardo y Vinicio Mejía, que con sus recomendaciones y consejos me ayudan a forjar un mejor futuro profesional.

Agradezco a la Empresa “Calzado Family” por haberme extendido la mano y ayudando a realizar este trabajo, de igual manera a CALTU quien fue la entidad vinculante en este emprendimiento.

**Gracias infinitas!**

**Christian Montesdeoca**

## **DEDICATORIA**

Mi dedicatoria siempre será ante Dios por ayudarme todos los días de mi vida, brindándome salud y sabiduría en todas las tapas de mi vida.

A Mariana Guayasamín, mi madre quien con su esfuerzo día tras día me brinda cariño, conocimientos y ganas de superarme como una buena persona.

A Gerardo Montesdeoca, mi padre hombre de esfuerzo y coraje que me brindo todos los recursos necesarios durante esta etapa universitaria para forjarme como un buen profesional.

A mis hermanos y amigos por la confianza, otorgándome darme oídos cuando necesitaba desahogar mis problemas.

**¡Donde quiera que vayas serás grande!**

**Christian Gerardo Montesdeoca Guayasamín**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACION DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHO DE AUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE ECUACIONES .....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xix
ABSTRACT .....	xx
CAPITULO I.....	21
Planteamiento del problema .....	21
1.1 Definición del problema .....	21
1.2 Análisis de involucrados .....	23
1.3 Árbol de problema.....	27
1.4 Árbol de objetivos .....	29
CAPITULO II .....	31
Descripción del emprendimiento.....	31
2.1 Nombre del emprendimiento.....	31
2.2 Localización geográfica .....	31
2.3 Justificación.....	32
2.3.1 Antecedentes Generales .....	33
2.3.2 Antecedentes en América Latina.....	33
2.3.3 Antecedentes en Ecuador .....	34
2.4 Objetivos .....	38
2.4.1 Objetivo general .....	38

2.4.2 Objetivos específicos.....	38
2.5 Beneficiarios.....	38
2.6 Resultados a alcanzar .....	40
CAPITULO III.....	41
Estudio de mercado .....	41
3.1. Descripción de producto, características y usos .....	41
3.1.1 Descripción de producto.....	41
3.1.2 Características del producto .....	42
3.1.3 Usos del producto.....	44
3.2 Segmentación de mercado.....	46
3.2.1 Población .....	46
3.2.2 Muestra.....	50
3.2.3 Método de investigación .....	52
3.2.4 Herramienta de investigación.....	52
3.2.5 Resultado de las encuestas .....	53
3.3 Estudio de la demanda.....	64
3.3.1 Estudio de la demanda en personas .....	64
3.3.2 Estudio de la demanda en productos .....	67
3.4 Estudio de la oferta.....	69
3.4.1 Estudio de la oferta en personas .....	69
3.4.2 Estudio de la oferta en productos .....	71
3.5 Mercado potencial para el proyecto .....	73
3.6 Precios .....	75
3.7 Canales de comercialización .....	76
3.8 Canales de distribución .....	79
3.9 Estrategias de comercialización .....	82
3.9.1 Análisis entorno interno de la empresa. ....	83
3.9.2 Análisis entorno externo de la empresa.....	84
3.9.3 Ponderación de matrices PCI y POAM.....	85
3.9.4 Matriz de estrategias FODA.....	90

3.9.3 Plan de acción.....	91
CAPITULO IV .....	93
Estudio Técnico.....	93
4.1 Tamaño del emprendimiento.....	93
4.1.1 Factores determinantes del tamaño .....	94
4.1.2 Tamaño óptimo.....	95
4.2 Localización .....	97
4.2.1 Macro localización .....	97
4.2.1 Micro localización .....	98
4.3 Ingeniería del proyecto .....	101
4.3.1 Producto – Proceso.....	102
4.3.2 Balance de materiales.....	104
4.3.3 Periodo operacional estimado para la planta .....	111
4.3.4 Capacidad de producción .....	112
4.3.5 Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out).....	113
CAPITULO V .....	121
Estudio Organizacional .....	121
5.1 Aspectos generales .....	121
5.2 Diseño Organizacional .....	122
5.2.1 Niveles jerárquicos .....	122
5.2.2 Misión.....	123
5.2.3 Visión .....	124
5.2.4 Valores y principios empresariales.....	126
5.3 Estructura organizativa.....	128
5.4 Estructura funcional .....	129
5.5 Manual de funciones .....	130
CAPITULO VI.....	135
Estudio financiero.....	135
6.1 Inversiones en activos fijos tangibles .....	135
6.2 Inversiones en activos intangibles .....	138

6.3 Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo.....	138
6.4 Resumen de las inversiones.....	143
6.5 Financiamiento .....	143
6.6 Plan de Inversiones.....	145
6.7 Presupuesto de costo e ingresos .....	146
6.7.1 Situación financiera actual .....	158
6.7.2 Situación financiera proyectada .....	160
6.7.3 Presupuesto de ingresos.....	161
6.7.4 Estado de resultados proyectado .....	161
6.7.5 Flujo de caja .....	163
6.8 Punto de equilibrio .....	164
6.8.1 Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	165
6.8.2 Punto de equilibrio en unidades físicas .....	166
6.9 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.....	167
6.9.1 Cálculo de la Tmar 1 sin financiamiento.....	168
6.9.2 Cálculo de la Tmar 2 sin financiamiento.....	168
6.9.3 Tmar1 global mixto con financiamiento .....	169
6.9.4 Tmar 2 global mixta con financiamiento .....	170
6.10 Valor presente neto o valor actual neto (Van).....	170
6.10.1 Cálculo del valor actual neto 1 (Van1).....	170
6.10.2 Cálculo del valor actual neto 2 (Van2).....	171
6.11 Indicadores financieros.....	172
6.12 Tasa beneficio - costo.....	174
6.13 Periodo de recuperación de la inversión.....	175
6.14 Tasa interna de retorno (TIR) .....	175
6.15 Análisis de sensibilidad .....	176
6.15.1 Escenario pesimista (- 8%).....	178
6.15.2 Escenario optimista (+8%) .....	183
6.15.3 Cuadro comparativo de sensibilidad (Actual, pesimista, optimista) .....	187
CAPITULO VII .....	188

Conclusiones y recomendaciones.....	188
7.1 Conclusiones .....	188
7.2 Recomendaciones .....	190
CAPITULO VIII .....	191
Referencias bibliográficas .....	191

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Árbol de problemas.....	27
Ilustración 2 Árbol de objetivos.....	29
Ilustración 3 Localización Geográfica .....	31
Ilustración 4 Partes del calzado urbano.....	44
Ilustración 5 Pregunta N.-1 .....	53
Ilustración 6 Pregunta N.-2 .....	54
Ilustración 7 Pregunta N.- 3 .....	55
Ilustración 8 Pregunta N.-4 .....	56
Ilustración 9 Pregunta N.- 5 .....	57
Ilustración 10 Pregunta N.- 6 .....	58
Ilustración 11 Pregunta N.- 7 .....	59
Ilustración 12 Pregunta N.- 8 .....	60
Ilustración 13 Pregunta N.- 9 .....	61
Ilustración 14 Pregunta N.- 10 .....	62
Ilustración 15 Pregunta N.- 11 .....	63
Ilustración 16 Proyección demanda en personas .....	66
Ilustración 17 Proyección demanda en productos.....	68
Ilustración 18 Proyección de oferta en personas.....	70
Ilustración 19 Proyección de la oferta en productos .....	72
Ilustración 20 Demanda Potencial Insatisfecha .....	74
Ilustración 21 Proyección de precio .....	76
Ilustración 22 Canal directo de distribución .....	81
Ilustración 23 Canal Indirecto- Corto de distribución.....	81

Ilustración 24 Proyección de la demanda potencial insatisfecha real .....	96
Ilustración 25 Macro localización .....	97
Ilustración 26 Micro localización .....	98
Ilustración 27 Distribución Lay-out de la empresa “Calzado Family” .....	120
Ilustración 28 Organigrama estructural de la empresa "Calzado Family" .....	128
Ilustración 29 Organigrama funcional de la empresa "Calzado Family" .....	129
Ilustración 30 Punto de equilibrio del proyecto en la empresa "Calzado Family" .....	167

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro análisis de involucrados .....	23
Tabla 2 Características del calzado Latinoamericano .....	34
Tabla 3 Producción nacional de calzado .....	36
Tabla 4 Beneficiarios .....	39
Tabla 5 Distintivos del calzado urbano .....	42
Tabla 6 Partes del calzado urbano .....	43
Tabla 7 Ventajas del producto .....	45
Tabla 8 Segmentación de mercados .....	47
Tabla 9 Nivel socioeconómico del Ecuador .....	48
Tabla 10 Proyección tasa de crecimiento poblacional año 2010-2016 .....	50
Tabla 11 Pregunta N.-1 .....	53
Tabla 12 Pregunta N.-2 .....	54
Tabla 13 Pregunta N.- 3 .....	55
Tabla 14 Pregunta N.-4 .....	56
Tabla 15 Pregunta N.- 5 .....	57
Tabla 16 Pregunta N.- 6 .....	58
Tabla 17 Pregunta N.- 7 .....	59
Tabla 18 Pregunta N.- 8 .....	60
Tabla 19 Pregunta N.- 9 .....	61
Tabla 20 Pregunta N.- 10 .....	62

Tabla 21 Pregunta N.- 11 .....	63
Tabla 22 Cálculo demanda en personas .....	64
Tabla 23 Proyección demanda en personas .....	65
Tabla 24 Cálculo demanda en productos .....	67
Tabla 25 Proyección demanda en productos.....	68
Tabla 26 Calculo de oferta en personas .....	69
Tabla 27 Proyección de oferta en personas.....	70
Tabla 28 Cálculo de la oferta en productos.....	71
Tabla 29 Proyección de la oferta en productos .....	72
Tabla 30 Calculo de la DPI.....	74
Tabla 31 Cálculo y proyección de precio.....	75
Tabla 32 Características de la prensa .....	78
Tabla 33 Características del internet .....	79
Tabla 34 Tipos de canales de distribución .....	80
Tabla 35 Análisis entorno interno de la empresa .....	83
Tabla 36 Análisis entorno externo de la empresa .....	84
Tabla 37 Escala de valores para matrices PCI y POAM.....	85
Tabla 38 Matriz Perfil de Capacidad Interna (PCI) .....	85
Tabla 39 Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM).....	88
Tabla 40 Matriz de estrategias FODA .....	90
Tabla 41 Plan de acción .....	91
Tabla 42 Demanda potencial insatisfecha real.....	96
Tabla 43 Tabla de valoración de impacto .....	99
Tabla 44 Ponderación área de preparación y corte .....	99
Tabla 45 Ponderación del área de montaje .....	100
Tabla 46 Ponderación del área de terminado y almacenamiento .....	101
Tabla 47 Proceso de producción de calzado .....	102
Tabla 48 Materia Prima.....	105
Tabla 49 Cálculo de la materia prima cuero .....	106
Tabla 50 Materiales indirectos .....	106
Tabla 51 Insumos .....	107

Tabla 52 Simbología normativa ASME.....	109
Tabla 53 Diagrama de flujo proceso de producción Empresa "Calzado Family" .....	110
Tabla 54 Capacidad de producción empresa "Calzado Family" .....	112
Tabla 55 Maquinaria .....	113
Tabla 56 Equipos y software.....	115
Tabla 57 Herramientas .....	116
Tabla 58 Muebles y enseres .....	117
Tabla 59 Requerimiento de mano de obra .....	118
Tabla 60 Simbología distribución Lay-out .....	119
Tabla 61 Niveles jerárquicos empresariales.....	122
Tabla 62 Nivel jerárquico de la empresa "Calzado Family" .....	123
Tabla 63 Formulación de la misión para la empresa "Calzado Family" .....	123
Tabla 64 Formulación de la visión para la empresa "Calzado Family" .....	124
Tabla 65 Matriz Axiológica de la empresa ""Calzado Family" .....	126
Tabla 66 Manual de funciones Gerente General.....	130
Tabla 67 Manual de funciones Jefe de Producción.....	131
Tabla 68 Manual de funciones Jefe Comercial .....	132
Tabla 69 Manual de funciones Operarios .....	133
Tabla 70 Manual de funciones Secretaria .....	134
Tabla 71 Inversión en maquinaria.....	135
Tabla 72 Inversión en equipos de cómputo.....	136
Tabla 73 Inversión en herramientas .....	136
Tabla 74 Inversión en muebles y enseres.....	136
Tabla 75 Inversión en vehículo .....	137
Tabla 76 Resumen de inversión activo tangible .....	137
Tabla 77 Inversión en activos intangibles .....	138
Tabla 78 Resumen de inversiones en activos circulantes .....	141
Tabla 79 Resumen de las inversiones .....	143
Tabla 80 Financiamiento del proyecto .....	144
Tabla 81 Financiamiento instituciones financieras locales.....	144
Tabla 82 Plan de inversiones del emprendimiento .....	145

Tabla 83 Inversión en Materia prima .....	146
Tabla 84 Inversión en materiales indirectos.....	147
Tabla 85 Inversión en insumos .....	147
Tabla 86 Cálculo del cargo a depreciación y amortización de activos anual.....	150
Tabla 87 Mantenimiento de maquinaria y equipos de cómputo .....	151
Tabla 88 Mano de obra .....	152
Tabla 89 Resumen de los costos de producción.....	152
Tabla 90 Inversión en materiales de oficina .....	153
Tabla 91 Sueldos administrativos .....	153
Tabla 92 Servicios básicos .....	154
Tabla 93 Resumen de los costos administrativos.....	154
Tabla 94 Salarios.....	155
Tabla 95 Movilización .....	155
Tabla 96 Resumen costos de venta .....	155
Tabla 97 Costo financiero .....	156
Tabla 98 Interés anual .....	157
Tabla 99 Balance general de la empresa "Calzado Family" .....	159
Tabla 100 Situación financiera proyectada empresa "Calzado Family" .....	160
Tabla 101 Presupuesto de ingreso de la empresa "Calzado Family" .....	161
Tabla 102 Estado de resultados o balance de pérdidas y ganancias proyectadas en la empresa "Calzado Family" .....	162
Tabla 103 Flujo de caja empresa "Calzado Family" .....	163
Tabla 104 Clasificación de los costos fijos y variables del proyecto.....	164
Tabla 105 Punto de equilibrio en unidades monetarias de la empresa "Calzado Family" .....	165
Tabla 106 Punto de equilibrio en unidades físicas o en número de productos .....	166
Tabla 107 Cálculo de la Tmar1 sin financiamiento .....	168
Tabla 108 Cálculo de la Tmar2 sin financiamiento .....	168
Tabla 109 Cálculo de la Tmar1 global mixta con financiamiento .....	169
Tabla 110 Cálculo de la Tmar2 global mixta con financiamiento .....	170
Tabla 111 Flujo de caja escenario negativo (-8%).....	178

Tabla 112 Flujo de caja escenario optimista +8% .....	183
Tabla 113 Cuadro comparativo de resultados .....	187

## ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1 Ecuación finita de la muestra .....	51
Ecuación 2 Solución de la muestra finita .....	51
Ecuación 3 Lote económico .....	140
Ecuación 4 Inventario .....	140
Ecuación 5 Cuentas por cobrar .....	141
Ecuación 6 Pasivo corriente circulante .....	142
Ecuación 7 Capital de trabajo .....	143
Ecuación 8 Método lineal .....	150
Ecuación 9 Punto de equilibrio en unidades monetarias .....	165
Ecuación 10 Punto de equilibrio en unidades físicas .....	166
Ecuación 11 Tmar1 sin financiamiento .....	168
Ecuación 12 Tmar2 sin financiamiento .....	169
Ecuación 13 Valor actual neto 1 .....	171
Ecuación 14 Valor actual neto 2 .....	171
Ecuación 15 indicador de solvencia .....	172
Ecuación 16 Indicador de liquidez .....	172
Ecuación 17 Indicador de endeudamiento .....	173
Ecuación 18 Indicador de rentabilidad del activo .....	173
Ecuación 19 Relación beneficio – costo .....	174
Ecuación 20 Periodo de recuperación de la inversión .....	175
Ecuación 21 Tasa interna de retorno .....	176
Ecuación 22 Valor actual neto1 escenario pesimista .....	179
Ecuación 23 Valor actual neto 2 escenario pesimista .....	179
Ecuación 24 Tasa beneficio - costo escenario pesimista .....	180
Ecuación 25 Periodo de recuperación de la inversión escenario pesimista .....	180

Ecuación 26 TIR escenario pesimista .....	181
Ecuación 27 Valor actual neto 1 escenario optimista .....	184
Ecuación 28 Valor actual neto 2 escenario optimista .....	184
Ecuación 29 Tasa beneficio - costo escenario optimista.....	185
Ecuación 30 Periodo de recuperación escenario optimista.....	185
Ecuación 31 Tasa interna de retorno escenario optimista.....	186

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La empresa “Calzado Family” se dedica a la creación y comercialización de calzado masculino formal, esta empresa creada en el año 2002 toma el nombre gracias al apoyo de toda su familia, cristalizando el sueño de tener su propia empresa, durante este trascurso la empresa ha logrado hasta el día consolidarse en el mercado ambateño con sus productos de gran calidad y es por eso que en estos tiempos la empresa es muy importante dentro del sector calzado.

Por esta razón este trabajo de emprendimiento se enfoca a realizar una nueva línea de calzado masculino innovador ya que con esto nos llevará a realizar un estudio de mercado, comprobar la factibilidad técnica y los estudios financieros para que el proyecto pueda desarrollarse correctamente.

Los datos arrojados en el emprendimiento con nuestro público objetivo ayudaron a crear estrategias de publicidad y promoción de este nuevo producto, así como también pudimos encontrar nuestra demanda potencial insatisfecha, como este proyecto tiene una vida útil de 5 años todas las proyecciones y afectaciones se lo realizo para ese tiempo propuesto, se realizó el estudio organizacional para conocer la estructura empresarial y el estudio económico financiero en donde constan ingresos, costos, inventarios y utilidades generando flujos positivos para el emprendimiento planteado.

Este nuevo tipo de calzado masculino con capelladas intercambiables ayudará a generar mayor ventaja competitiva dentro del sector, el potenciar nuevos productos con alto valor agregado es algo fundamental para un cambio de la matriz productiva de nuestro país.

**PALABRAS CLAVES:** Emprendimiento, Calzado Family, Industria Del Calzado

## **ABSTRACT**

The company "Calzado Family" is dedicated to the creation and commercialization of formal men's footwear, this company created in 2002 takes its name thanks to the support of all his family, crystallizing the dream of having his own company, during this course the company Has managed to consolidate itself in the market with its high quality products to the day and that is why in these times the company is very important within the footwear sector.

For this reason, this entrepreneurship work focuses on making a new line of innovative men's footwear as this will lead us to conduct a market study, check the technical feasibility and financial studies so that the project can develop properly.

The data on the entrepreneurship with our target audience helped us to create strategies for advertising and promotion of this new product, as well as we were able to find our potential demand unsatisfied, as this project has a useful life of 5 years all the projections and affectations are The organizational study was conducted to know the business structure and the economic economic study where income, costs, inventories and profits are recorded, generating positive flows for the entrepreneurship proposed.

This new type of men's footwear with interchangeable chapels will help generate greater competitive advantage within the sector, promoting new products with high added value is fundamental for a change in the productive matrix of our country.

**KEYWORDS:** Entrepreneurship, Family Footwear, Footwear Industry

## CAPITULO I

### Planteamiento del problema

#### 1.1 Definición del problema

Esta idea de emprendimiento nace con la necesidad de brindar un nuevo producto al mercado con alto valor agregado, actual mente en el mercado nacional toda la fabricación de calzado se la realiza de una forma tradicional y es allí en donde se ubica este emprendimiento ya que al momento de realizar un calzado modular con capelladas intercambiables el estilo de calzado y la vida útil del producto duraría mucho más tiempo.

En la actualidad los jóvenes adquieren diferentes tipos de calzado ya sea por la moda o por diferentes gustos para combinar en su cotidiano vivir, comprar varios tipos de calzados resulta caro y en la actualidad por la situación económica del país no se pueden dar esos gustos tan a menudo, además que en el calzado convencional la falta de ventilación es muy baja, el depósito de polvo, la humedad y el calor ayuda a la proliferación de enfermedades ya sea esta hongos o alergias a diferente materiales que pueden tener los pies, es por ello que esta idea de emprendimiento puede ser aplicable.

Este nuevo producto también ayuda a las personas que le gusta salir muy a menudo de viaje ya que un calzado modular con capelladas intercambiables les ayudaría mucho, viajarían mucho más ligeros y tendrían a disposición varios modelos en los cuales podrían lucir en cualquier ocasión.

Al hablar de emprendimiento estamos abarcando muchas posibilidades y justamente para el autor (Caicedo, 2013), menciona que el emprendimiento es más que una moda sino que se trata de una representación de vida y durante todo el trascurso vamos a perseguir sin descanso una oportunidad de añadir valor a los demás y alcanzar satisfacción personal. La forma más dinámica es la de emprender y se lo realiza por medio de un negocio pero este no es la única forma porque también existen emprendimientos vinculados a la parte social, deportiva, cultura y muchas más en donde las personas tengan visión de alcanzar algo grande.

Los emprendedores dentro de la economía nacional son muy necesarios y es por ello que, Ecuador es el país líder en América Latina en lo que tiene que ver con actividades emprendedoras, pero lo que prima de este país es la de generar su visión para desarrollar diversos planes y programas inmiscuidos en actividades económicas de gestión, el país Ecuador registro en el año 2013 dos mil nuevas actividades económicas, por lo cual está en la cabeza de países de Latinoamérica con el mayor índice de actividad emprendedora con el 36 por ciento(...), el pilar más atractivo en el análisis de las nuevas actividades económicas son fundamentalmente por las motivaciones. La investigación demuestra que los emprendedores ecuatorianos que buscan una oportunidad de mercado doblan a aquellos que emprenden por necesidad; de este segmento, más de la mitad busca mayor independencia y el incremento de ingresos. (Lasio, 2014).

La industria del calzado tiene un gran desarrollo en materia de diseño, variedad y especialización, en el Ecuador existe diversa fabricación de calzado para diferentes necesidades. Esta industria de calzado se halla introducida en procesos de innovación cada vez más amplios y avanzados, existe un gran desarrollo de esta industria importantemente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas, el Gobierno de Ecuador se está invirtiendo USD 1.5 millones en las bases productivas del sector cuero y calzado, concebida como bienes y servicios públicos especializados a nivel sectorial y territorial, como la construcción del Centro de Diseño de Cuero y Calzado en la provincia de Tungurahua al frente de este proceso con CALTU y diversos centros de investigación y laboratorios de producción a nivel nacional.(PROECUADOR, 2013)

La aplicación práctica del desarrollo económico sostenible debe priorizar la prevención a la de recuperar el ambientes por eso es indispensable primero en cuidar que destruir el ambiente, de este modo el uso eficiente y sostenible de los recursos naturales, la prevención de impactos ambientales, la innovación y la compromiso social han de estar, cada día más presentes en todas las políticas y en particular en el aparato productivo ecuatoriano que se asocian con las empresas. (País Productivo, 2012)

## 1.2 Análisis de involucrados

*Tabla 1 Cuadro análisis de involucrados*

<b>Grupo de interés</b>	<b>Interés</b>	<b>Nombre del documento legal</b>	<b>Artículo</b>
Emprendedores y creadores de empresas	Este artículo nos hace referencia a que todas las personas podemos planificar y desarrollar planes o programas de emprendimiento y a la creación de nuevos productos y empresas.	Constitución de la República del Ecuador	Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado: 5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.(Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 16)
Empresas públicas y privadas	Desarrollar productos amigables con el ambiente y así ganar competitividad a nivel nacional y tendencias internacionales.	Constitución de la República del Ecuador	Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 24)

Emprendedores y creadores de empresas	Este artículo de la constitución nos menciona que todas las personas podemos desarrollar actividades económicas en beneficio de nuestro país	Constitución de la República del Ecuador	Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.(Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 49)
Empresas productoras	La creatividad y la innovación son actividades fundamentales para llegar a generar productos con alto valor y agrado para los consumidores.	Agenda de cambio para la matriz productiva	2. Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables.(Transformación de la Matriz Productiva, 2012, p. 16)

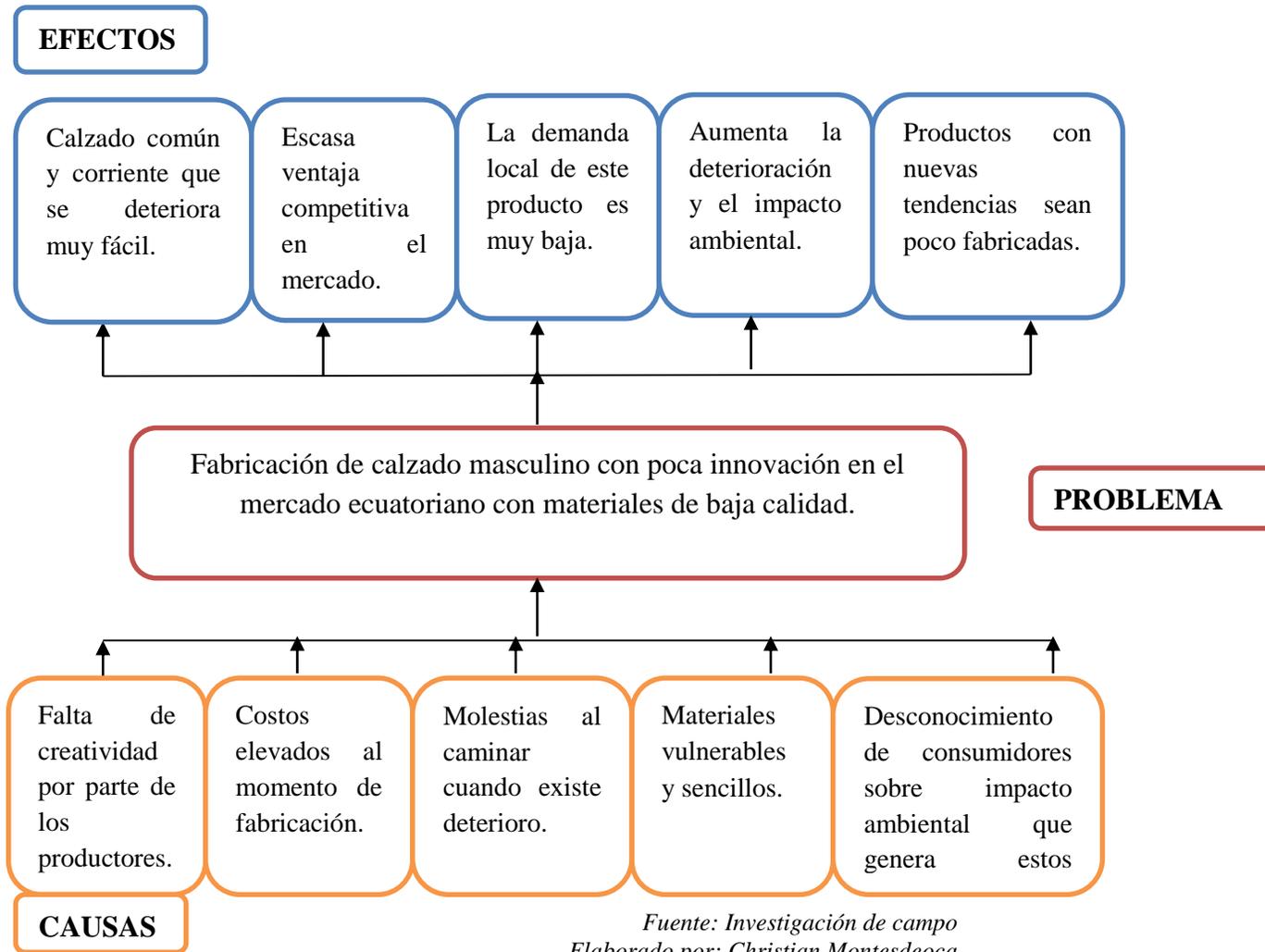
<p>Empresas innovadoras</p>	<p>Con los nuevos avances de la industria nacional podemos realizar una nueva línea de productos que sean atractivos en diferentes países y poder exportarlos.</p>	<p>Agenda de cambio para la matriz productiva</p>	<p>4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos - particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado - alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos.(Transformación de la Matriz Productiva, 2012, p. 16)</p>
<p>Empresas y personas emprendedoras con ideas de innovación</p>	<p>Este objetivo nos habla que la revolución de los sectores estratégicos en específico la industria es muy importante para el desarrollo económico de nuestro país y se</p>	<p>Plan Nacional Del Buen Vivir 2013-2017</p>	<p>En el Objetivo 11 nos habla sobre asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica...El Ecuador tiene una oportunidad histórica para ejercer soberanamente la gestión económica, industrial y científica, de sus sectores</p>

	<p>genera todas las ayudas necesarias para la formación de ideas y empresas que generen valor agregado y motiven a la fabricación de productos nacionales.</p>		<p>estratégicos. Esto permitirá generar riqueza y elevar en forma general el nivel de vida de nuestra población. Para el Gobierno de la Revolución Ciudadana, convertir la gestión de los sectores estratégicos en la punta de lanza de la transformación tecnológica e industrial del país, constituye un elemento central de ruptura con el pasado.(Plan Nacional Del Buen Vivir, 2013, p. 313)</p>
--	--	--	---

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### 1.3 Árbol de problema

Ilustración 1 Árbol de problemas



## **Análisis:**

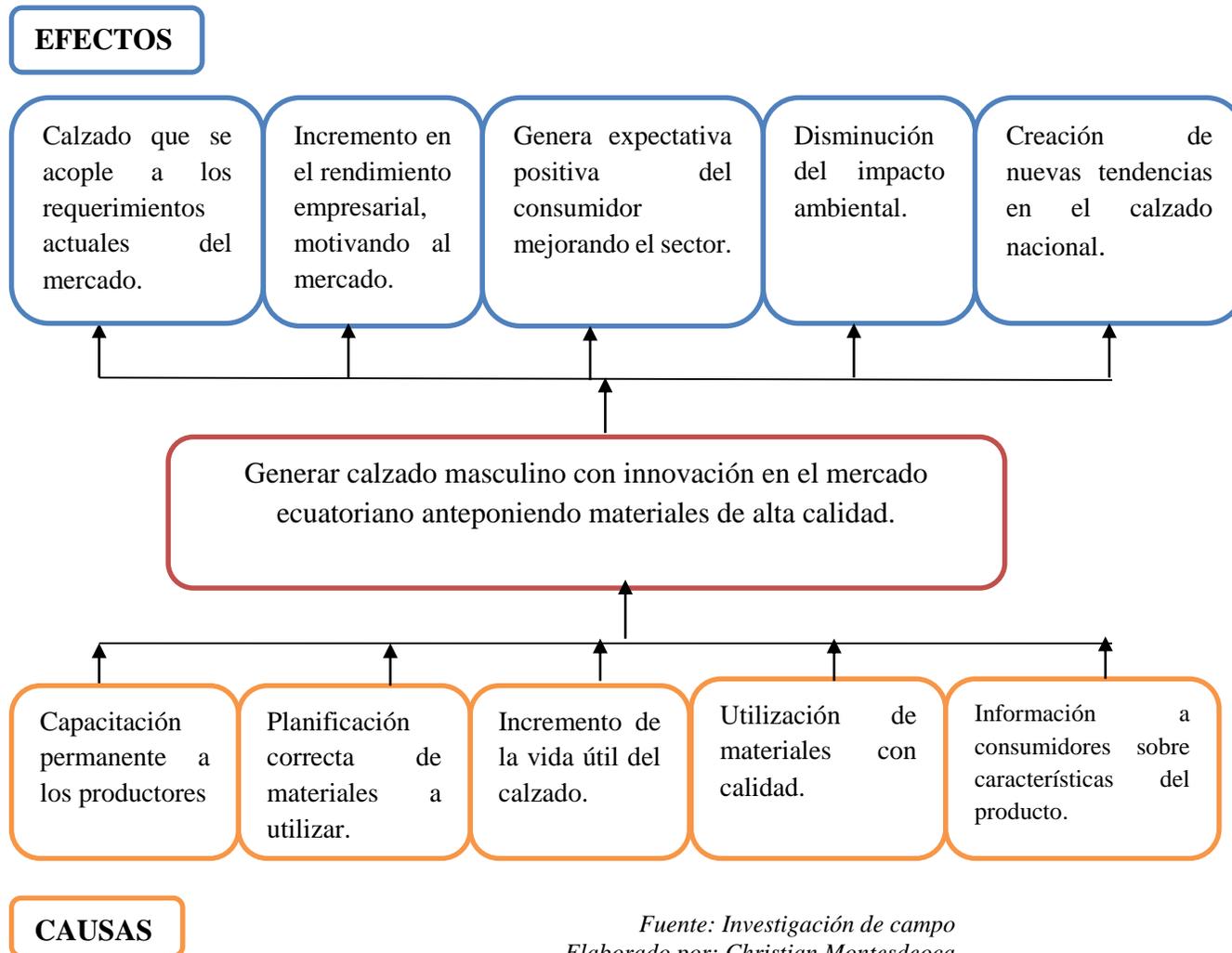
En este punto vamos a realizar un análisis del árbol e problemas, tenemos como factor clave en el centro, que el calzado masculino que se realiza por parte de la empresa ecuatoriana posee muy poca innovación y también utilizan productos con una vida duradera muy corta.

Como causas a esta problemática tenemos que las empresas ecuatorianas poseen muy poca creatividad, existen costos elevados al momento de producir, también tienen características como que al momento de caminar existen molestias y deterioro del producto, esto puede ocurrir por los materiales sencillos o vulnerables que se utilizan en su fabricación, pero las causas a más de ser un factor importante tenemos que tener en cuenta que todo esto planteado por un mal manejo de este producto en el sector genera un impacto ambiental negativo.

Todas las causas anteriormente mencionadas producen efectos negativos hacia el sector productivo de calzado en el país, como por ejemplo con falta de innovación y creatividad tenemos un calzado e industria que realiza algo común y eso conlleva a una baja en la competitividad internacional y local, con eso esto conlleva a que la demanda empiece a reducir y la industria sea afectada, pero si la industria empieza a verse afectada los nuevos productos con tendencias nuevas no se podrán fabricar o lo realizarán con baja calidad por tener una incertidumbre en el mercado y con ello regresaríamos a que los productos sean fabricados con poca calidad así perdiendo muchas oportunidades en mercados mundiales que requieren productos extraordinarios.

## 1.4 Árbol de objetivos

Ilustración 2 Árbol de objetivos



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

**Análisis:**

En este caso analizaremos el árbol de objetivos planteado, es justamente donde este proceso donde entra en acción ya que plantearemos soluciones positivas para nuestro proyecto.

Como parte central podemos ubicar que la solución es la creación de calzado masculino con innovación en el mercado ecuatoriano anteponiendo materiales de alta calidad, ya que justamente esto es indispensable para motivar al mercado local y más a la industria del sector calzado, esto se lo puede realizar con acciones inmediatas y positivas como la de la capacitación a productores que a su vez conllevara una buena planificación de todas sus actividades y más de sus procesos teniendo como punto focal un incremento en la vida útil del calzado conllevando a utilizar materiales de calidad, pero posterior es bueno también informar al consumidor sobre los posibles características y usos que pueden realizar con este producto y así dando confianza al sector productivo y motivando al sector.

Con todo lo anterior mente expuesto podemos encontrar efectos positivos como generar un calzado que se acople a los requerimientos actuales del mercado y con esto generando un incremento en el rendimiento empresarial motivando al mercado interno y con expectativas positivas de expandirse al exterior y generar clientes fieles y contentos con estos productos, todo esto en conjunto también podremos generar un bajo impacto ambiental de contaminación y lo más importante crear nuevas tendencias en el mercado.

## CAPITULO II

### Descripción del emprendimiento

#### 2.1 Nombre del emprendimiento

“Creación de una nueva línea de calzado masculino urbano con capellada intercambiables en la empresa Calzado Family de la ciudad de Ambato”

#### 2.2 Localización geográfica

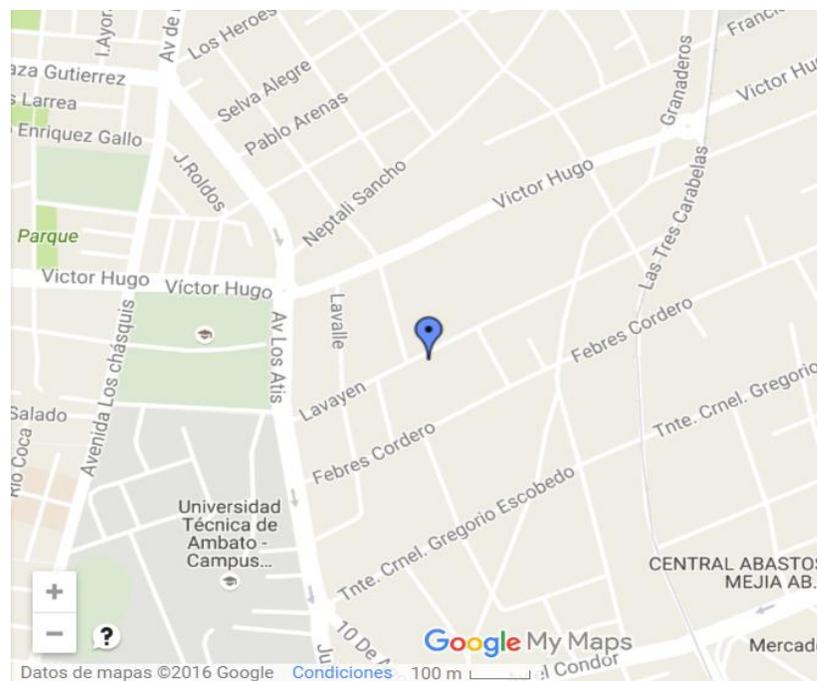
País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Calles: Lavayen entre Antonio Ante y los Atis

*Ilustración 3 Localización Geográfica*



*Fuente: Google Maps, 2016  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **2.3 Justificación**

La importancia para crear nuevos productos y en esta caso un calzado modular con capelladas intercambiables en la empresa “Calzado Family” de la ciudad de Ambato, debe nacer desde todos los sectores industriales, ya que con ello lograremos ser innovadores y creadores multidisciplinarios de patentes, imagen y lo más importante prestigio a nivel nacional e internacional, dejando en lo más alto la industria nacional, generar nuevos paradigmas e inquietudes sobre nuestro modo de hacer industria.

Si partimos de este contexto lo más novedoso que podemos encontrar en este nuevo tipo de calzado, son sus capelladas (la parte superior del calzado) intercambiables, lo hace novedoso ya que existirán repuestos o lo que mucha gente requiere variedad y calidad.

El mayor aporte que queremos realizar con este emprendimiento es realizar un nuevo tipo de calzado que rompa paradigmas en el sector industrial, nuestra visión como emprendedores es incentivar al sector a generar nuevas ideas y generar una buena competitividad ya que con ello podremos evolucionar los diferentes sectores productivos nacionales y también tecnológicos llegando a estar con la vanguardia de mercados internacionales y con productos que ofrezcan sensaciones diferentes al consumidor.

También podemos decir que dentro de este emprendimiento los principales beneficiarios podemos clasificarlos en tres categorías, la empresa, nuestros clientes y el autor de este trabajo, con ello se satisfecerán varias necesidades en las categorías anteriormente mencionadas y se profundizaran posterior en el punto correspondiente.

Y como aspecto social dentro de este trabajo de emprendimiento tenemos como punto principal la iniciativa de generar una visión de cambio personal y empresarial ya que gracias a esto generaremos nuevas ideas, nuevas costumbres y lanzaremos al mercado una nueva forma de ser innovadores y creadores, capaces de cambiar el rumbo de nuestro país gracias a los emprendimientos realizados.

### **2.3.1 Antecedentes Generales**

Durante la última década sus principales componentes han generado grandes cambios forjados por el libre comercio, la internacionalización de la economía, el mercado y sus bloqueos, con esto han conducido a la creación de muchas empresas ecuatorianas dedicadas a la industria y con ello se motiva el diseño de nuevas estrategias de competitividad y productividad, así como implementar nuevos desarrollos tecnológicos y creativos en todos los sectores económicos.

El calzado durante muchas generaciones y a través del tiempo a primado fuertemente dentro de todas las clases sociales, teniendo un impacto tanto para el hombre rico, como para el pobre, cuyos modelos de calzado se distinguieron por sus diseños, estos eran decorados con diversos artilugios, como en algunos casos podían ser de oro, otros plumas, cuando trascurría el siglo XX y en su transcurso apareció la máquina de coser y es allí donde la producción de calzado empieza a incrementar, también en la evolución y avances de la industria del caucho, plásticos y cueros sintéticos ha permitido diseñar y modelar calzados que se distinguen de las técnicas tradicionales.(FAO, 2005,).

### **2.3.2 Antecedentes en América Latina**

Dentro del octavo foro de cámaras del calzado de América Latina realizado en el país Perú el autor López (2014) menciona que el calzado de América Latina ha evolucionado gracias a diversos acuerdos y cooperación aprovechados por bloques de esta región, para realizar un alto a las importaciones de calzado provenientes del continente Asiático que representaban un 80% de la producción y comercialización mundial, el resto del mundo solo podía pelear con un 20 %, además menciona que la voluntad política de los gobiernos es muy importante ya que con ello se puede progresar en el tema de la competitividad y en el combate a las prácticas desleales de comercio, se debe generar una revisión efectiva en las aduanas para erradicar el contrabando que hace tanto daño a nuestros sectores productivos.(p. 2).

*Tabla 2 Características del calzado Latinoamericano*

América del sur produce apenas el 2 %, del calzado de esta región y tiene las siguientes observaciones. (FAICA, 2010)
<ul style="list-style-type: none"><li>• La industria de calzado no es igual.</li><li>• Escasa comercialización en comercio mundial con el 5 %.</li><li>• El 25% de materia prima es cuero natural.</li><li>• Mano de obra barata.</li><li>• Bajo tipo de tecnología.</li></ul>

*Fuente: (FAICA, 2010)*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

Dentro del contexto de creatividad e invención podemos mencionar el desarrollo tanto en tecnología y en procesos de producción de calzado los países son los siguientes: Argentina, Colombia, Brasil, Perú y Chile, estos países mencionados son los que más producen y generan tendencias, es decir crean nuevos diseños, con materia prima de excelente calidad, se debe tomar en cuenta que existen grandes oportunidades de desarrollo y crecimiento para la industria del calzado en América Latina con respecto a otras regiones en el mundo y también teniendo importancia en la elección de puntos de inversión, es por eso que el futuro de la industria del calzado es llegar a crear un producto innovador, otorgar calidad, buen servicio, una promoción agresiva y rápida respuesta a las demandas. (LederPiel, 2013).

### **2.3.3 Antecedentes en Ecuador**

Dentro de Ecuador el principal impacto empresarial para el sector calzado empezó a partir de la implementación del modelo de sustitución de importaciones, que su función primordial consistía en reemplazar los productos importados por productos hechos en Ecuador. En la década de los cincuenta, el principal objetivo para proteger la industria nacional fue la utilización de los aranceles. En la década de los sesenta, el país se caracterizó por alcanzar un excelente nivel artesanal, y en la ciudad de Ambato fu donde se desarrolla la producción en especialmente de calzado. (LOS ANDES, 2013).

El sector productor del calzado en el Ecuador ha tenido un importante apoyo por parte del gobierno en especial durante los últimos años. Dentro de este tipo de ayudas del estado se encuentran políticas productivas y comerciales que son impulsadas por el Ministerio de Coordinación de Productividad, Empleo y Competitividad, y el Ministerio de Industrias y Productividad. (MIPRO, 2010).

Desde la implementación de las medidas arancelarias al inicio del año 2009, la industria del calzado ha generado un incremento significativo en su producción, este incremento significativo es gracias al cambio de la matriz productiva, la misma que busca incentivar la producción de los bienes implantando un alto valor agregado. (LOS ANDES, 2016).

Dentro del tejido empresarial ecuatoriano las micro, pequeñas y medianas empresas MIPyME tienen un gran aporte económico y dinamismo de los sectores, según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de MIPyME, esto demuestra que la tendencia en aspectos económicos productivos nacionales se convierte en un dato duro al momento que se habla sobre la importancia que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas a la hora de contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional. (MIPRO, 2010).

En la revista publicada por el ministerio de industrias y productividad nos menciona que la realidad productiva del Ecuador presenta una estructura concentrada en un 55,9% en el sector agroindustrial y alimenticio; en un 14,3% en el sector textil, confecciones y calzado; en un 9,7% en el sector metalmecánico; en un 9,4% en el sector madera y muebles; en un 6,7% en el sector químico y plástico; y en un 4% concentrada en el sector software, farmacéutico y otro, la industria nacional ha tenido que diseñar un mecanismo que permite mitigar, compensar y reducir el impacto generado y por generar, que es un valor agregado en las industrias que lo aplican y difunde. (País Productivo, 2012, p. 15).

Uno de los principales sectores económicos que crecen en el Ecuador es la industria de calzado, en el año 2011 dentro del sector calzado se produjeron 28'875.000 pares, lo que generó 318'000.000 de dólares, en el año 2012 se proyecta vender más de 30'000.000 de pares de calzado, gracias a ello el calzado ecuatoriano se exporta a varios países de

América y Europa, siendo Colombia el principal destino, en el año 2011 el monto de ventas ascendió a 30'608.470,89 de dólares.(País Productivo, 2012).

La industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009, datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU), señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008 se incrementó a 28,8 millones en el 2011, es decir en un periodo de tres años el nivel de manufacturación se incrementó en un 154% según el Ministerio de Industrias, de igual manera para Lillia Villavicencio, presidenta de CALTU, recuerda que en el 2008 en el país existían alrededor de 600 empresas dedicadas a producir calzado y ellas estuvieron a punto de quebrar, pero gracias a las medidas implantadas por el gobierno nacional se dinamizó este sector.(REVISTA LIDERES, 2015).

Dentro de la industria de calzado la producción es muy diversa y las provincias con más impacto de producción son las que se detallan en el siguiente cuadro:

*Tabla 3 Producción nacional de calzado*

<b>POVINCIAS</b>	<b>PORCENTEJE DE PRODUCCION</b>
Tungurahua	50%
Guayas	18%
Pichincha	15%
Azuay	12%
El Oro	3%
Otros	2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cámara de calzado CALTU  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

El Ministerio de Industrias y Productividad dentro de nuestro país posee una visión de construir un sistema productivo con igualdad de oportunidades que aparte las desigualdades de gestión, operación y mercado, por esta razón impulsa un cambio de la matriz productiva. Este proceso afirma un decidido apoyo al aparato productivo nacional y en especial a las micro, pequeñas y medianas empresas, quienes juegan un rol decisivo en esta visión, mientras tanto la política productiva busca una gestión incluyente,

articulada y participativa y su principal objetivo tiene la de permitir que el sector industrial y fundamentalmente las MIPyMES desarrollen el tejido empresarial ecuatoriano. (Abril & Guajala, 2013).

Según la agenda de transformación productiva de la provincia de Tungurahua nos dice que al conjunto de empresas que se las conoce como MIPyME tienen una importancia estratégica en el crecimiento de la economía local y es indispensable para mejor posición competitiva del país y lograr una transformación del aparato productivo nacional, además este conjunto de crecimientos empresariales contribuyen a reducir la inequidad y la pobreza, gracias a ello esto se convierte en alternativas de generación de empleo e ingresos y se caracterizan por tener diversidad de activos, lo que les permite valorizar recursos únicos. (Agenda Para La Transformación Productiva Tungurahua, 2011).

Las medidas arancelarias adoptadas por el gobierno ecuatoriano en el año 2009 buscaron dinamizar ciertos sectores de la economía y promover la producción nacional mediante la sustitución de importaciones, este tema nos indica que es importante tomar medidas que protegen un sector en diferentes ramas productivas en este caso si no se hubieran utilizado dentro del sector calzado estaría en peligro de desaparecer lo que generaría graves consecuencias para toda la cadena productiva. (Fajardo, 2013)

En un artículo publicado por diario el comercio nos menciona el temor del sector calzado si se suprimían las protecciones hacia ellos, durante el 2009 las grandes empresas de cuero y calzado sufrían un gran impacto, puesto que el 30% de empleados desertarían de las compañías para ponerse pequeños negocios con sus familias. Hoy cada micro empresario crea alrededor de 30 fuentes incluidas directas e indirectas de empleo, los empresarios del sector y el mismo sector no se sienten preparados para que se retiren las salvaguardas y así poder competir internacionalmente por motivos que actualmente están comprando maquinaria y tecnología que les permita mejorar la calidad del producto y posicionar la marca de calzado ecuatoriano. (El Comercio, 2011).

## **2.4 Objetivos**

### **2.4.1 Objetivo general**

- Desarrollar una nueva línea de calzado masculino con capelladas intercambiables en el la empresa Calzado Family del cantón Ambato.

### **2.4.2 Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para conocer todos los aspectos que intervienen en la creación de una nueva línea de calzado en la empresa Calzado Family del cantón Ambato.
- Comprobar la factibilidad técnica para la creación de una nueva línea de calzado en la empresa Calzado Family del cantón Ambato.
- Elaborar un estudio financiero económico para conocer la factibilidad de creación de una nueva línea de calzado en la empresa Calzado Family del cantón Ambato.

## **2.5 Beneficiarios**

Para definir a los beneficiarios de un proyecto, muchos investigadores lo simplifican en dos grupos; beneficiario directo e indirecto. Los beneficiarios directos son los grupos o personas que participan directamente con el plan o proyecto, es decir se favorecen directamente con la ejecución del mismo, como por ejemplo clientes y empleados. (Cisneros, 2013).

En cambio los beneficiarios indirectos son aquellos que se favorecen en partes con el proyecto como tal, es decir las empresas ofertantes o incluso las personas que habitan donde se va a ejecutar el proyecto. (C. García, 2013).

Los principales beneficiados de este emprendimiento son la empresa Calzado Family del cantón Ambato que se va a dedicar a la fabricación de una nueva línea de calzado con capelladas intercambiables y también serán los jóvenes y adultos ya que se respaldarán con la confianza, comodidad, diseño y estabilidad de este nuevo producto que la empresa Calzado Family del cantón Ambato va a ofrecer, además la búsqueda de la exclusividad y comodidad son una de las principales motivaciones que existe en este emprendimiento.

En la actualidad todos los nuevos productos que se ofertan en el mercado deben ser fabricados con excelente calidad que ayuden a la salud ortopédica y garanticen que el producto tenga una vida útil larga y duradera y es allí donde esta nueva línea de calzado masculino con suelas intercambiables impacta en el mercado.

*Tabla 4 Beneficiarios*

<b>Involucrados</b>	<b>Intereses</b>	<b>Beneficio</b>
<b>Empresa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionamiento y reconocimiento de la empresa en el mercado.</li> <li>• Fabricación de productos de alta calidad e innovación.</li> <li>• Generar fuentes de empleo dentro del sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer rentabilidad económica.</li> <li>• Generar expansiones en línea de productos.</li> <li>• Producto apto para exportar a diferentes destinos.</li> </ul>
<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comodidad al momento de caminar y realizar sus labores cotidianas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos con larga vida útil con diseños acorde al mercado.</li> </ul>
<b>Promotor del emprendimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear, aprender e investigar todo lo necesario para realizar una nueva línea de calzado masculino para la empresa Calzado Family del cantón Ambato.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar al cambio de la matriz productiva de nuestro país.</li> <li>• Obtener el título de tercer nivel.</li> </ul>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

## **Análisis:**

Dentro del tema de beneficiarios de este proyecto podemos observar que existen tres grupos estos son, la empresa el cliente y el promotor, estos tres mencionados son los principales actores que desarrollaran todas las estrategias e investigaciones necesarias con el fin de sacar un producto al mercado con calidad innovación y altos estándares de calidad, además también entra un tema muy interesante que es el aporte económico y esto se lo vera con el resultado obtenido en los capitulos siguientes, toda empresa en el mercado quiere trascender a niveles importantes y generar motivaciones además también dinamismo dentro del mercado y ello se verá reflejado en este emprendimiento.

## **2.6 Resultados a alcanzar**

Los principales resultados a alcanzar en este emprendimiento es la creación de una nueva línea de calzado masculino urbano con capelladas intercambiables, además es muy importante identificar el tamaño de este emprendimiento y su alcance, poder conocer a todos los competidores directos del sector es muy importante ya que podemos desarrollar diversas estrategias para generar un mejor posicionamiento de la empresa y sus productos.

También es muy importante que dentro de este tema podamos definir todos los indicadores económicos que la empresa tiene que afrontar al momento de ingresar un nuevo producto al mercado, además apoyar con toda la documentación académica que es necesaria para que pueda operar sin ningún tipo de temores, y con todo esto mencionado también podemos decir que la innovación y creatividad es muy necesario en todas las empresas porque pueden crear fuentes de empleo y obtener utilidades para seguir invirtiendo y creciendo en el sector.

## **CAPITULO III**

### **Estudio de mercado**

#### **3.1. Descripción de producto, características y usos**

##### **3.1.1 Descripción de producto**

Un producto se puede definir que posee un conjunto de particularidades, atributos y características que pueden ser tangibles e intangibles, que al momento de adquirirlo el comprador lo acepta con el principal objetivo de llegar a satisfacer necesidades individuales o colectivas. (Málaga, 2014).

Para los autores (Belio & Sainz, 2013) dentro de conceptos de marketing, un producto es un objeto que se puede ofrecer a diversos actores y segmentos con la intención de satisfacer necesidades , proporcionando lo que se necesita o lo que se desea y así poder generar una ganancia económica, un lucro, un provecho o un fruto que se obtiene del comercio.

Este nuevo producto con la idea de proyecto de emprendimiento en la creación de calzado urbano con capelladas intercambiables es algo nuevo que la empresa Calzado Family de la ciudad de Ambato lo quiere implementar y así generar una ventaja competitiva y satisfacer varias necesidades a sus consumidores, generar varios beneficios dentro de su sector y generar exclusividad al momento de introducirlo al mercado local.

La industria de calzado en el Ecuador refleja un significativo progreso correspondiente a variedad y diseño del sector, la producción de calzado en el Ecuador brinda diferentes gamas y líneas de consumo y con esto se produce alrededor de 350 mil cueros solo para el uso en este sector muy importante en temas económicos, con el paso de los años la elaboración de calzado, materiales y técnicas han ido evolucionando. (Ministerio de Comercio Exterior, 2015).

### 3.1.2 Características del producto

Para la autora (Barretto, 2011) que realiza su investigación sobre calzado urbano define que durante el transcurso de nuestra historia el pie del ser humano ha desarrollado diferentes evoluciones por tal motivo tuvo que adaptarse a diferentes condiciones, terrenos, climas y sobre todo a las actividades que hemos ido desarrollando, dentro de este siglo la protección de los pies es fundamental y mucho más cuando se habla de la realización de distintas actividades en la sociedad, debido a la rugosidad del pavimento y condiciones urbanas, es necesario cubrir nuestros pies con calzado que nos proteja de los tipos de suelos, del clima, del tráfico.

Las rápidas transformaciones en lo últimos años con temas sociales y demográficos son resultantes de procesos englobados en la globalización y también en el auge de tecnologías que permiten intercambiar información e interacción en tiempo real, esto ha logrado permitir cambios en las formas de consumo e interacción entre los usuarios y los productos por lo que existen diferentes tipos de calzado urbano además de ser confortables, además esto debe permitir la normal función del pie y contribuir al mantenimiento de la salud de las personas, este tipo de calzado hoy en día es muy utilizado por todas las personas ya que genera un toque de elegancia y comodidad en la realización de las actividades diarias dentro de la sociedad. (Cardozo, John, Hernández, Ramírez, & Nélide, 2014)

*Tabla 5 Distintivos del calzado urbano*

<b>Distintivos</b>	
1.-	Adaptación del calzado a la forma y las dimensiones de los pies de la población a la que este destinado.
2.-	Adaptación del calzado a los movimientos fisiológicos del pie.
3.-	Capacidad de amortiguación de las cargas derivadas del contacto del pie con el suelo
4.-	Las características de rozamiento entre el calzado y la superficie de apoyo.

*Fuente: Calzado Family  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

Dentro de la investigación de la autora (Barretto, 2011) describe que el calzado urbano está compuesto de cinco partes importantes que se detalla en la siguiente tabla.

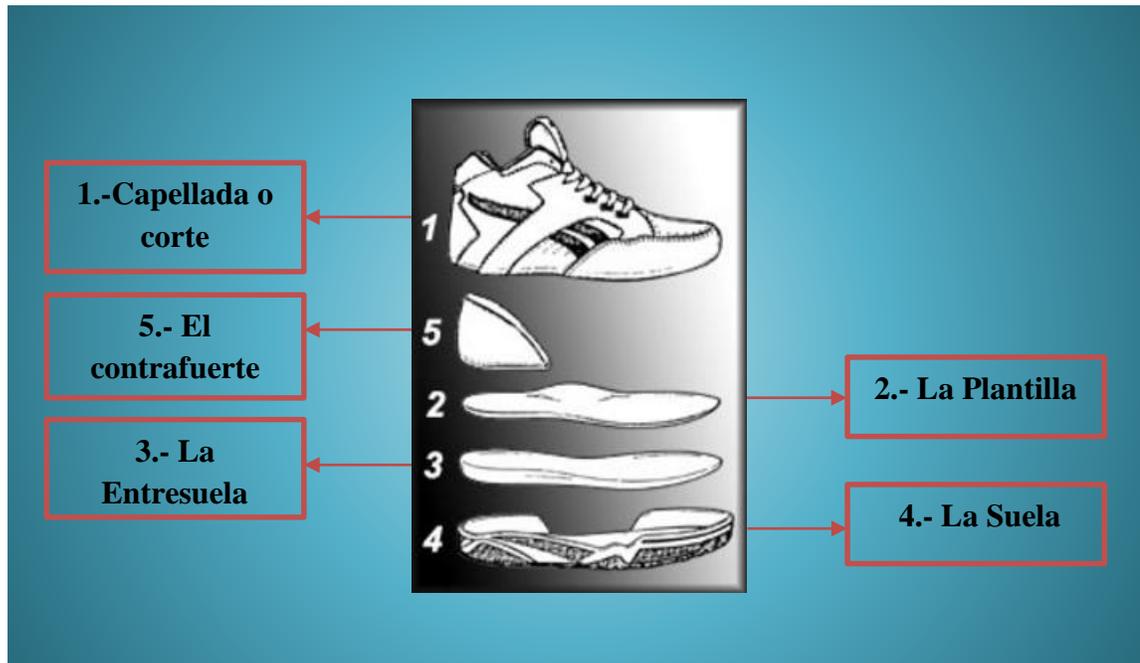
**Tabla 6 Partes del calzado urbano**

<b>Parte del calzado</b>	<b>Concepto</b>
Capellada O Corte	“Es la parte que cubre al pie. Influye en la comodidad del calzado, el soporte y la protección del pie y por último, define el estilo estético.” (Barretto, 2011, p. 239)
La Plantilla	“Es la parte inferior de la zapatilla o zapato en donde descansa el pie. Proporciona comodidad, amortiguación y soporte del arco. Suele ser removible. Influye en la marcha de la persona, y a largo plazo, en su postura física, ya que quien no camina bien, tampoco se para correctamente.” (Barretto, 2011, p. 239).
La Entresuela	“Está ubicada bajo la plantilla. Su función es absorber el nivel de impacto y mullir la amortiguación del pie. También sirve para el control de los movimientos de pie.” (Barretto, 2011, p. 239).
La Suela	“Es la parte inferior del calzado. Asegura tracción y durabilidad. Combinada con la entresuela determina factores como la flexibilidad, estabilidad y peso general del calzado.” (Barretto, 2011, p. 239)
El Contrafuerte	“Está localizado en el área del talón de la capellada, rodea al talón y permite mantener al pie centrado y estable.” (Barretto, 2011, p. 239)

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

“A continuación se muestra una ilustración identificando las partes anteriormente descritas sobre el calzado urbano, teniendo en cuenta que así mismo lo representa la autora.” (Barretto, 2011).

*Ilustración 4 Partes del calzado urbano*



*Fuente: Calzado Family  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **3.1.3 Usos del producto**

El tipo de calzado que usamos a diario nos ayuda a mejorar o disminuir nuestra vitalidad y salud, ya que al momento que caminamos utilizamos una gran cantidad de energía y es por ello que debemos saber elegir muy bien al momento de adquirir nuestro calzado pero es allí donde interviene este nuevo producto ya que al poder combinar varios tipos de capelladas con una sola suela podemos diseñar varios modelos y generar una expectativa positiva en la sociedad.

La principal característica de este nuevo producto es que la capellada es extraíble del resto del zapato, con ello solo necesitaríamos un zapato para poder viajar y realizar nuestras

actividades ya que existirían diferentes modelos para poder intercambiarlos y así poder estar acorde a diferentes situaciones diarias.

*Tabla 7 Ventajas del producto*

Ventajas	Atributos	Usos
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Fabricados con materiales de calidad.</b> El calzado tiene la misión de proteger el pie de las inclemencias del tiempo -frío, humedad, lluvia, de las irregularidades del terreno.</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Varios modelos y estilos</b> Poseer en catalogo varios modelos de nuestro producto nos ayuda como empresa y genera un valor al prestigio de la empresa.</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comodidad</li> <li>Versatilidad</li> <li>Prestigio</li> <li>Alternativa</li> <li>Resistencia</li> <li>Impermeabilidad</li> <li>Ortopedia</li> <li>Oxigenación</li> <li>Cremallera que permite intercambiar lo diferentes modelos de capelladas.</li> </ul>  	<p>Este producto tiene diferentes usos ya sea para estar en reuniones casuales con familia y amigos o al mismo tiempo con el cambio de capellada puede estar en algún juego deportivo sin la necesidad de complicarse.</p>  

Fuente: Calzado Family e investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

### **3.2 Segmentación de mercado**

La segmentación de mercado es un proceso de división y organización en el mercado con diferentes grupos que posean características y necesidades semejantes con el fin de poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos, esto nos permitirá optimizar recursos y utilizar efectivamente recursos generados para proyectos.(A. Talaya & Mondejar, 2013)

Tenemos que tomar en cuenta que este proceso es muy importante dentro de la investigación de mercados, debido al momento que realizamos la segmentación de mercado se convierte en un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños internamente homogéneos y con ello podremos tomar decisiones mucho más fáciles, la esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores.(B. López & Ruiz, 2014).

En este caso de investigación nosotros obtendremos una segmentación de mercado de la empresa “Calzado Family” ubicada en la ciudad de Ambato, justamente para poder encontrar todos los aspectos necesarios para este nuevo tipo de calzado masculino urbano con capelladas intercambiables.

#### **3.2.1 Población**

A continuación se identificara la población para este proyecto de emprendimiento, teniendo en cuenta que la población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen diversas características en ocasiones comunes y observables en un lugar y en un momento determinado, cuando existan investigaciones y estas se vayan a llevar a cabo se debe tener en cuenta algunos distintivos esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Sampieri, 2013).

A continuación se presenta un cuadro en donde se identifican todos los datos de segmentación poblacional utilizando datos de entidades del gobierno nacional para la creación de este emprendimiento.

*Tabla 8 Segmentación de mercados*

<b>VARIABLE DE SEGMENTACIÓN</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DATOS</b>	<b>FUENTE</b>
<b>Geográfica</b>	Población de Tungurahua	504.583	INEC FASCÍCULO PROVINCIAL TUNGURAHUA
<b>Geográfica</b>	Población del cantón Ambato (65,372%)	329.856	INEC FASCÍCULO PROVINCIAL TUNGURAHUA
<b>Demográfica</b>	Población Masculina (48,454%)	159.830	INEC FASCÍCULO PROVINCIAL TUNGURAHUA
<b>Demográfica</b>	<b>Edad comprendida ente 20 a 49 años (42,2%)</b> 20-24(9%) 25-29(8,4%) 30-34(7,4%) 35-39(6,5%) 40-44(5,7%) 45-49(5,2%)	67.448	INEC FASCÍCULO PROVINCIAL TUNGURAHUA
<b>Demográfica</b>	<b>Grupos socioeconómicos B y C+ (34%)</b> Estrato A (1,9%) Estrato B (11,2%) Estrato C+ (22,8%) Estrato C- (49,3%) Estrato D (14,9%)	22.932	INEC DIARIO EL TELEGRAFO (Ver tabla 9)

*Fuente:* INEC; Fascículo provincial Tungurahua; 2010

*Elaborado por:* Christian Montesdeoca

### **Análisis:**

En interpretación al cuadro anterior que trata sobre la segmentación de mercado, cabe aclarar que todos estos datos fueron tomados del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en su fascículo provincial para la provincia de Tungurahua publicado en el año 2010, en donde para este emprendimiento pudimos encontrar 2 variables de segmentación predominantes que son como primera la demográfica, en donde encontramos el total de población de Tungurahua que da un total de 504.583 personas, partiendo de ese dato el mismo fascículo nos da un porcentaje que representa a la población del cantón Ambato en un (65,372%) que nos arroja un resultado de 329.856 personas, de este resultado partimos con la próxima variable que se llama demográfica y comprende en agrupar al segmento masculino que representa el (48,454%) y nos da como resultado de 159.830 personas, continuamos con las edades comprendidas entre 20 a 49 años que suman un total porcentual de (42,2%) y esto nos refleja 67.448 personas, y como último punto pudimos ver que es de mucha importancia poder ubicar el estrato socioeconómico en su función de adquisición que el mismo INEC lo tiene publicado en su fascículo provincial y podemos agrupar al nivel B y C+ que representan al (34%) y nos da un total de 22.932 personas, estos datos son correspondientes al año 2010.

*Tabla 9 Nivel socioeconómico del Ecuador*

<b>Estrato nivel socioeconómico</b>	<b>Características económicas y de consumo</b>	<b>Porcentaje de incidencia</b>
<b>Nivel A</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El material predominante del piso de estas viviendas es de duela, parquet, tablón o piso flotante.</li><li>• En promedio los hogares de este estrato tienen dos televisiones a color.</li><li>• La mayoría de los hogares tiene computadora de escritorio y/o portátil.</li><li>• Los miembros de los hogares de estrato alto compran la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.</li><li>• Los hogares de este nivel utilizan internet.</li></ul>	1,9%
<b>Nivel B</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• En el 46% de los hogares, el material predominante del piso de la vivienda es de duela, parquet, tablón o piso flotante.</li><li>• En promedio los hogares tienen dos televisiones a color.</li><li>• El 81% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet y computadora de escritorio.</li><li>• Las personas de estos hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.</li></ul>	11,2%

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 98% de los hogares utiliza internet.</li> </ul>	
<b>Nivel C+</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El material predominante del piso de estas viviendas son de cerámica, baldosa, vinil o marmetón.</li> <li>• El 39% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet.</li> <li>• El 38% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.</li> <li>• El 90% de los hogares utiliza internet.</li> <li>• El 62% de los hogares tiene computadora de escritorio.</li> </ul>	22,8%
<b>Nivel C-</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El material predominante del piso de estas viviendas son ladrillo o cemento.</li> <li>• El 52% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.</li> <li>• El 11% de hogares tiene computadora de escritorio.</li> <li>• El 14% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.</li> <li>• El 43% de los hogares utiliza internet</li> </ul>	49,3%
<b>Nivel D</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El material predominante del piso de estas viviendas son de ladrillo o cemento, tabla sin tratar o tierra.</li> <li>• El 12% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.</li> <li>• El 9% de los hogares utiliza internet.</li> <li>• El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de primaria completa.</li> <li>• El 9% de los hogares ha leído libros diferentes a manuales de estudio.</li> </ul>	14,9%

*Fuente:* INEC; Estratificación del nivel socio económico del Ecuador; 2011  
*Elaborado por:* Christian Montesdeoca

Para tener datos actualizados hasta la presente fecha debemos realizar una proyección con los datos proporcionados por el INEC aplicando la tasa de crecimiento poblacional se proyecta el número de personas como el mercado meta del año 2010 para saber su número en el año 2015 siendo esta de 1.52%.

$$\text{TCP} = \text{tasa de natalidad} - \text{tasa de mortalidad} = 1.52\%$$

**Tabla 10 Proyección tasa de crecimiento poblacional año 2010-2016**

<b>AÑO</b>	<b>MERCADO</b>	
	<b>META</b>	<b>TCP</b>
<b>2010</b>	22.932	1,52%
<b>2011</b>	23.281	349
<b>2012</b>	23.634	354
<b>2013</b>	23.994	359
<b>2014</b>	24.358	365
<b>2015</b>	24.729	370
<b>2016</b>	25.105	376

*Fuente: INEC; Ecuador en cifras; 2010  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

En esta tabla podemos encontrar el crecimiento poblacional al año 2016 que en este caso da un total de 25.105 personas, este resultado salió tras aplicar una segmentación geográfica y demográfica tomando aspectos como habitantes del Cantón Ambato, sexo masculino, edad comprendida entre 20 a 49 años, grupos socio económicos B y C+, este dato se lo tomara en el siguiente paso que es la muestra.

### **3.2.2 Muestra**

Podemos definir en este tema que el muestreo es una herramienta muy importante dentro de la investigación científica, su función primordial es establecer que parte de una realidad en estudio debe examinarse y su principal finalidad es la de hacer conjeturas sobre dicha población, por lo tanto esta una herramienta de mucho valor para todas las investigaciones con lo que se logrará determinar que parte de una población se debe examinar y obtendrá datos sobre dicha población. (Talaya & Collado, 2014)

Dentro de temas estadísticos y partes de la administración y economía lo podemos definir en dos poblaciones primordiales para el cálculo del valor maestral, estas son la población finita que es el conjunto compuesto por una cantidad limitada de elementos y la población infinita que es el conjunto compuesto por una cantidad ilimitada de elementos. (Levin & Rubin, 2012).

Teniendo en cuenta los anteriores conceptos, para este caso tenemos que utilizar el cálculo de la muestra finita ya que si conocemos la cantidad de elementos a utilizar y serán los valores del año 2016 tomada de la proyección anteriormente realizada, la fórmula es la siguiente que se la detalla.

*Ecuación 1 Ecuación finita de la muestra*

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{Z^2 \times p \times q + N \times e^2}$$

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

A continuación se hace referencia el significado de cada una de las siglas de la formula.

- n:** tamaño de la muestra
- z:** nivel de confianza 1.96
- p:** probabilidad a favor 50%
- q:** probabilidad en contra 50%
- N:** población de universo
- e:** nivel de error 5%

*Ecuación 2 Solución de la muestra finita*

$$n = \frac{1.96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 25105}{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 + 25.105 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{24.110,842}{63,7229}$$

$$n = 378,37$$

$$n = 378$$

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

Como análisis podríamos interpretar que utilizando la fórmula de la muestra de población finita, con datos de la población proyectada al año 2016 en un total de 25.105 habitantes tenemos un resultado de 378 personas, este resultado se toma en cuenta para realizar el instrumento de investigación propuesto para este emprendimiento y que esta pueda ser aplicada.

### **3.2.3 Método de investigación**

En este caso el método de investigación que realizaremos en este proyecto de emprendimiento será el de la investigación de tipo descriptiva, este tipo de investigación tiene como característica fundamental trabajar sobre realidades de hechos, y en especial es la de presentar una interpretación correcta de criterios. Para la investigación descriptiva, su trascendental conjetura radica en revelar características esenciales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando diversos criterios metódicos que a la vez permitirán poner público su estructura o comportamiento, así se lograr obtener información y notas que determinen la realidad estudiada. (Malhotra, 2014)

### **3.2.4 Herramienta de investigación**

La herramienta que vamos a realizar en este emprendimiento va a ser la encuesta ya que tiene características únicas y muy fundamentales en el proceso de receptar información y es tan importante esta herramienta para investigar puesto que podemos mencionar la encuesta es una herramienta de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas o grupos encuestadas mediante el uso de técnicas especializadas como es la del cuestionario diseñado en forma previa para la obtención de información específica, como instrumento principal de la encuesta tenemos a la entrevista y el cuestionario y esto puede expresar algo más que datos certeros, logra dirigir un mensaje cotidiano y simple sobre el sentir y pensar de un colectivo social. (Yuni & Urbano, 2011).

### 3.2.5 Resultado de las encuestas

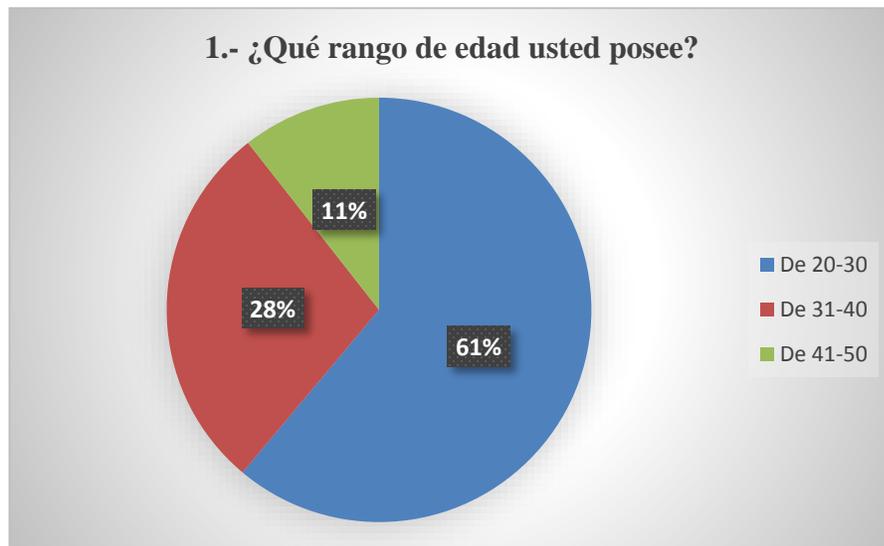
#### Pregunta N.-1 ¿Qué rango de edad usted posee?

Tabla 11 Pregunta N.-1

Alternativas	Respuestas Frecuencia Muestral	Frecuencia de Mercado	Porcentaje %
De 20-30	231	15.342	61%
De 31-40	107	7.106	28%
De 41-50	40	2.657	11%
TOTAL	<b>378</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

Ilustración 5 Pregunta N.-1



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

#### Análisis e interpretación de resultados

Dentro de la primera pregunta con el tema de edad se realizó un total de 378 encuestas obteniendo los siguientes datos, el 61 % correspondiente a 231 personas encuestadas y respondieron que poseen una edad entre 20-30 años, el 28% corresponde a 107 personas encuestadas y respondieron que poseen una edad entre 31-40 años, el 11% corresponde a 40 personas encuestadas y respondieron que poseen una edad comprendida entre los 41-50 años.

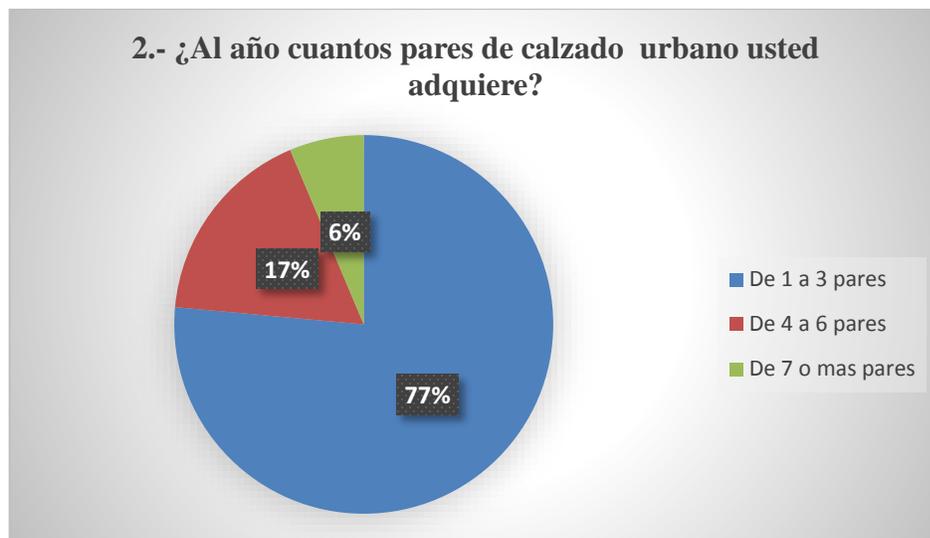
**Pregunta N.-2. ¿Al año cuantos pares de calzado urbano usted adquiere?**

*Tabla 12 Pregunta N.-2*

Alternativas	Respuestas Frecuencia Muestral	Frecuencia de Mercado	Porcentaje %
De 1 a 3 pares	289	19.331	77%
De 4 a 6 pares	65	4.317	17%
De 7 o más pares	24	1.594	6%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 6 Pregunta N.-2*



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis e interpretación de resultados**

La segunda pregunta se identificó sobre la frecuencia de compra, del total de 378 encuestas realizadas se obtuvieron los siguientes datos, el 77% corresponden a 289 personas encuestadas y respondieron de 1 a 3 pares, el 17% corresponden a 65 personas encuestadas y respondieron de 4 a 6 pares, el 6% corresponde a 24 personas encuestadas y respondieron de 7 o más pares.

**Pregunta N.- 3. ¿Alguna vez ha escuchado hablar sobre calzado con capelladas intercambiables?**

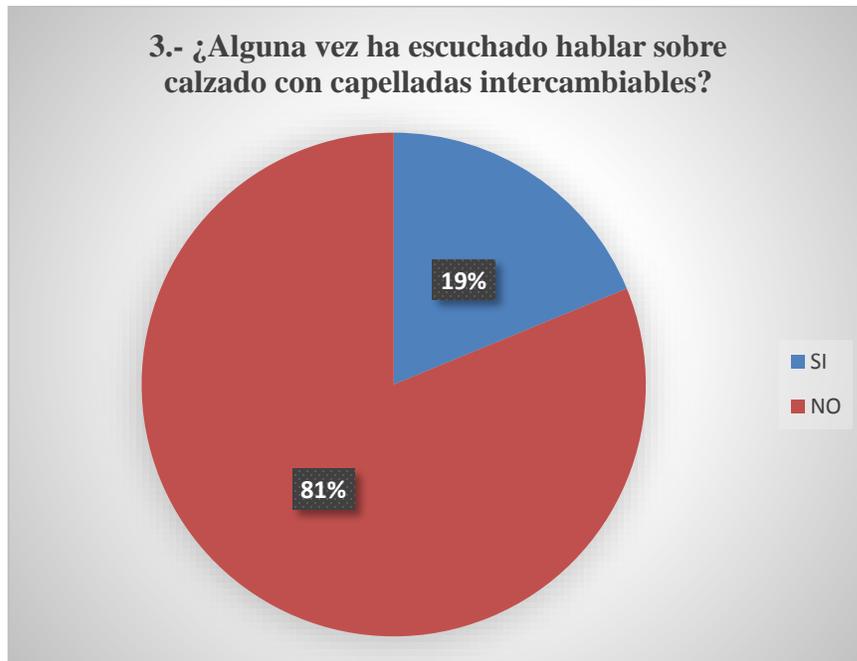
*Tabla 13 Pregunta N.- 3*

<b>Alternativas</b>	<b>Respuestas Frecuencia Muestral</b>	<b>Frecuencia de Mercado</b>	<b>Porcentaje %</b>
SI	71	4.715	19%
NO	307	20.390	81%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo*

*Ilustración 7 Pregunta N.- 3*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*



*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis e interpretación de resultados**

La tercera pregunta corresponde al conocimiento sobre calzados con capelladas intercambiables, de un total de 378 encuestas realizadas, el 81% corresponde a 307 personas encuestadas y respondieron que NO conocen dicho producto, el 19% corresponde a 71 personas encuestadas y respondieron que SI conocen dicho producto.

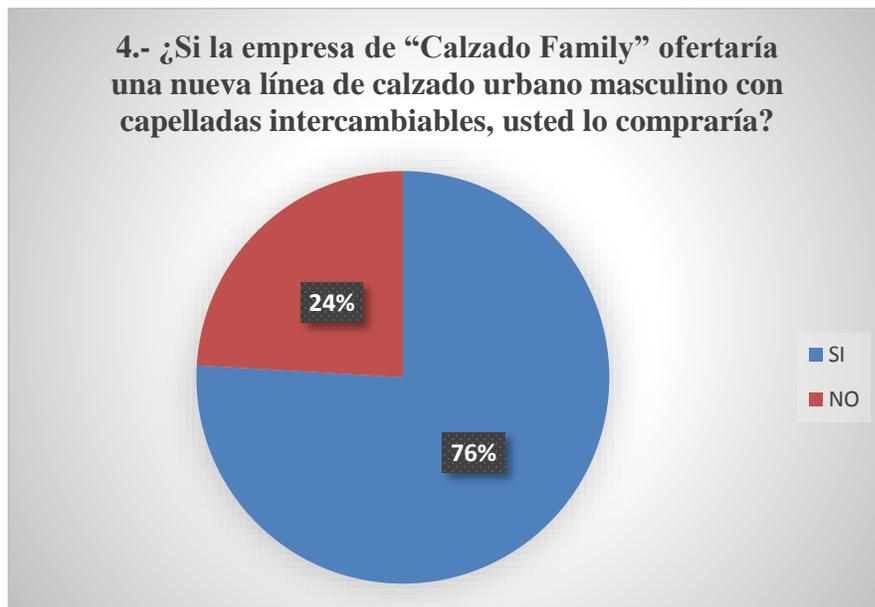
**Pregunta N.-4. ¿Si la empresa de “Calzado Family” ofertaría una nueva línea de calzado urbano masculino con capelladas intercambiables, usted lo compraría?**

*Tabla 14 Pregunta N.-4*

Alternativas	Respuestas Frecuencia Muestral	Frecuencia de Mercado	Porcentaje %
SI	287	19.061	76%
NO	91	6.044	24%
TOTAL	<b>378</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 8 Pregunta N.-4*



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis e interpretación de resultados**

La cuarta pregunta corresponde a saber si comprarían este nuevo tipo de calzado, de un total de 378 encuestas realizadas, el 76% corresponde a 287 personas encuestadas y respondieron que SI están interesadas en comprar, el 24% corresponde a 91 personas encuestadas y respondieron que NO están interesadas en adquirir dicho nuevo calzado.

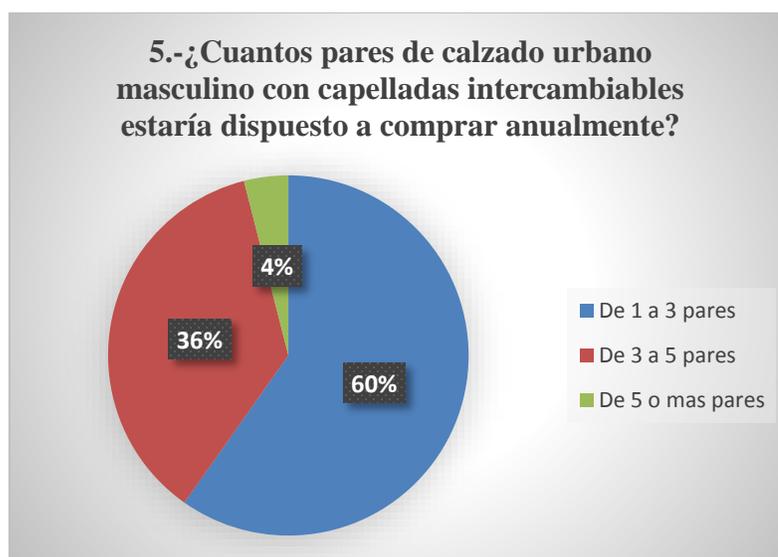
**Pregunta N.- 5. ¿Cuántos pares de calzado urbano masculino con capelladas intercambiables estaría dispuesto a comprar anualmente?**

*Tabla 15 Pregunta N.- 5*

<b>Alternativas</b>	<b>Respuestas Frecuencia Muestral</b>	<b>Frecuencia de Mercado</b>	<b>Porcentaje %</b>
De 1 a 3 pares	226	15.010	60%
De 3 a 5 pares	137	9.099	36%
De 5 o más pares	15	996	4%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 9 Pregunta N.- 5*



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis e interpretación de resultados**

La quinta pregunta corresponde a conocer cuántos pares de calzado anualmente estarían dispuestos a comprar, de un total de 378 encuestas realizadas, el 60% corresponde a 226 personas encuestadas y respondieron que estarían dispuestos a comprar de 1 a 3 pares anualmente, 36% corresponde a 137 personas encuestadas y respondieron que estarían dispuestas a comprar de 3 a 5 pares anualmente, 4% corresponde a 15 personas encuestadas y respondieron que estarían dispuestos a comprar de 5 o más pares anualmente.

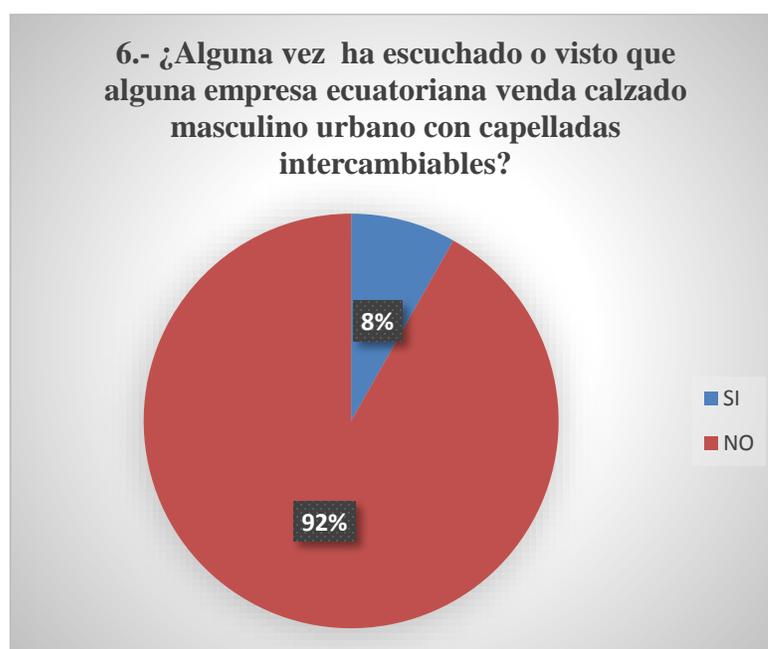
**Pregunta N.- 6. ¿Alguna vez ha escuchado o visto que alguna empresa ecuatoriana venda calzado masculino urbano con capelladas intercambiables?**

*Tabla 16 Pregunta N.- 6*

<b>Alternativas</b>	<b>Respuestas Frecuencia Muestral</b>	<b>Frecuencia de Mercado</b>	<b>Porcentaje %</b>
SI	31	2.059	8%
NO	347	23.046	92%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 10 Pregunta N.- 6*



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis e interpretación de resultados**

La sexta pregunta está estructurada con el fin de conocer si las personas conocen empresas que oferten este producto, de un total de 378 encuestas realizadas, el 8% corresponde a 31 personas que dicen SI conocer empresas que ofrezcan este producto, 92% corresponde a 347 personas que dicen NO conocer empresas que oferten este producto.

**Pregunta N.- 7. ¿Qué característica sería la primordial al momento de adquirir calzado urbano masculino con capelladas intercambiables?**

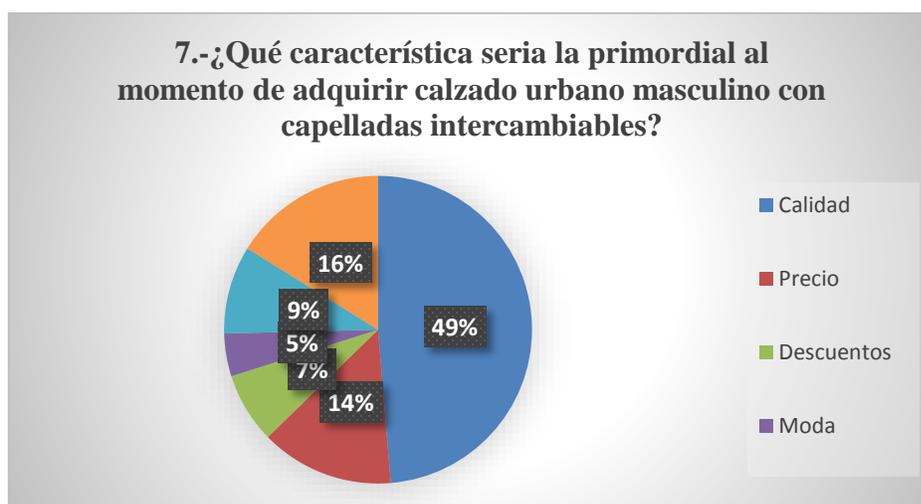
*Tabla 17 Pregunta N.- 7*

Alternativas	Respuestas Frecuencia Muestral	Frecuencia de Mercado	Porcentaje %
Calidad	184	12.220	49%
Precio	53	3.520	14%
Descuentos	28	1.860	7%
Moda	17	1.255	5%
Marca	35	2.325	9%
Material de fabricación	61	4.051	16%
TOTAL	<b>378</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 11 Pregunta N.- 7*



*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis e interpretación de resultados**

Con la séptima pregunta queremos conocer que características son las más fundamentales al momento de realizar calzado, de un total de 378 encuestas realizadas, el 49% corresponde a 184 personas encuestadas que prefieren la calidad, 14% corresponde a 53 personas encuestadas que prefieren el precio, el 7% corresponde a 28 personas encuestadas que prefieren los descuentos, el 5% corresponde a 17 personas que prefieren la moda, el 9% corresponde a 35 personas que prefieren la marca, el 16% corresponde a 61 personas que prefieren el material de fabricación,

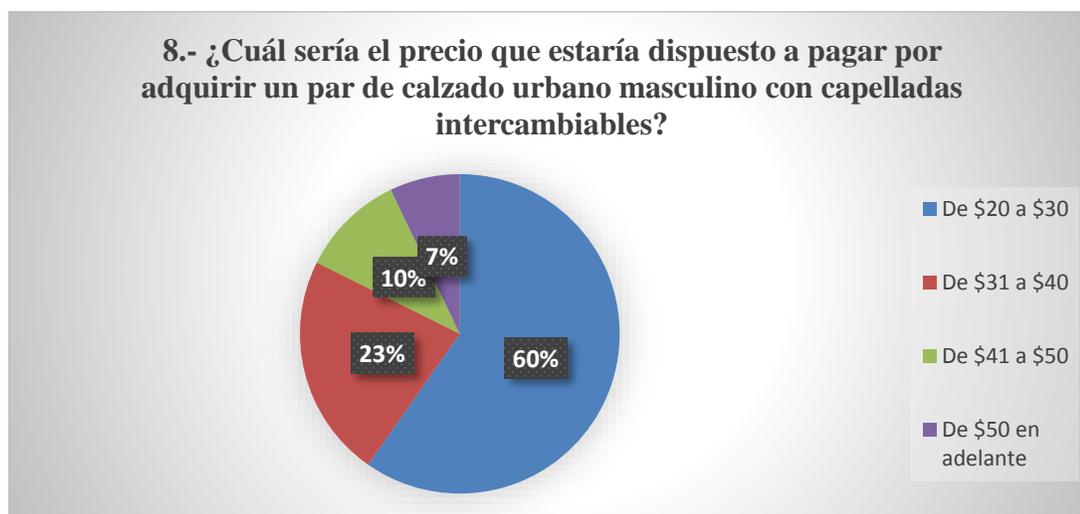
**Pregunta N.- 8.- ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por adquirir un par de calzado urbano masculino con capelladas intercambiables?**

*Tabla 18 Pregunta N.- 8*

<b>Alternativas</b>	<b>Respuestas Frecuencia Muestral</b>	<b>Frecuencia de Mercado</b>	<b>Porcentaje %</b>
De \$20 a \$30	227	14.997	60%
De \$31 a \$40	86	5.682	23%
De \$41 a \$50	40	2.511	10%
De \$50 en adelante	27	1.784	7%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 12 Pregunta N.- 8*



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis e interpretación de resultados**

En la octava pregunta se quiere conocer el precio que estaría dispuesto a pagar por este nuevo producto, de un total de 378 personas encuestadas, el 60% corresponde a 227 personas y respondieron que pagarían de \$20 a \$30, el 23% corresponde a 86 personas y respondieron que pagarían de \$31 a \$40, el 10% corresponde a 40 personas y respondieron que pagarían de \$41 a \$50, el 7% corresponde a 27 personas y respondieron que pagarían de \$50 en adelante.

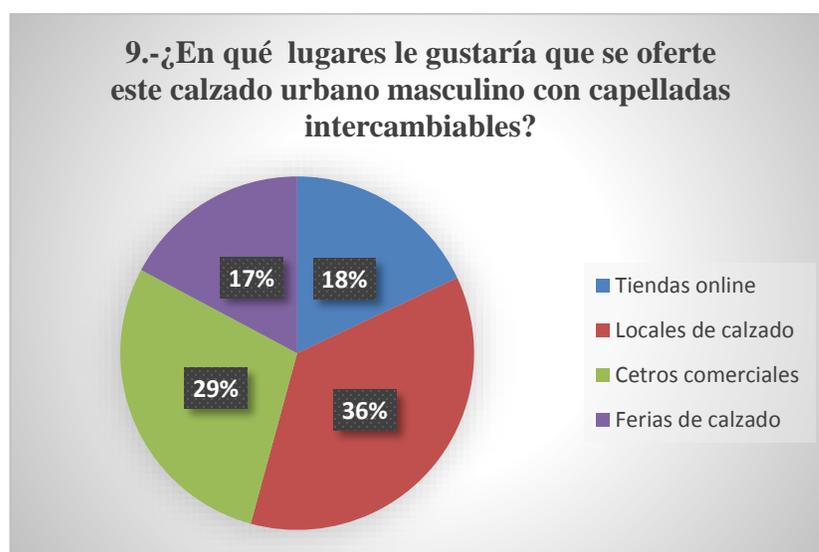
**Pregunta N.- 9. ¿En qué lugares le gustaría que se oferte este calzado urbano masculino con capelladas intercambiables?**

*Tabla 19 Pregunta N.- 9*

<b>Alternativas</b>	<b>Respuestas Frecuencia Muestral</b>	<b>Frecuencia de Mercado</b>	<b>Porcentaje %</b>
Tiendas online	68	4.516	18%
Locales de calzado	137	9.099	36%
Cetros comerciales	108	7.173	29%
Ferias de calzado	65	4.317	17%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 13 Pregunta N.- 9*



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis e interpretación de resultados**

En la novena pregunta queremos conocer que lugares les gustaría que este producto sea ofertado, de una total de 378 encuestas realizadas, el 18% corresponde a 68 personas y respondieron que les gustaría en tiendas virtuales, el 36% corresponde a 137 personas y respondieron que prefieren en locales de calzado, el 29% corresponde a 108 personas y respondieron que prefieren centros comerciales, el 17% corresponde a 65 personas y respondieron que prefieren en ferias de calzado.

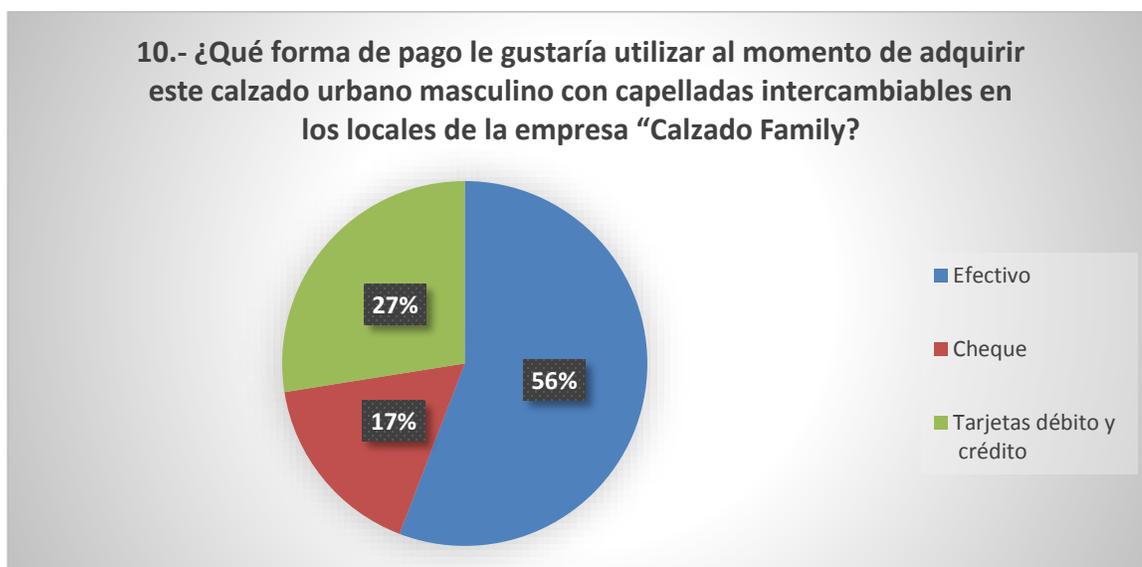
**Pregunta N.- 10.- ¿Qué forma de pago le gustaría utilizar al momento de adquirir este calzado urbano masculino con capelladas intercambiables en los locales de la empresa “Calzado Family”?**

*Tabla 20 Pregunta N.- 10*

<b>Alternativas</b>	<b>Respuestas Frecuencia Muestral</b>	<b>Frecuencia de Mercado</b>	<b>Porcentaje %</b>
Efectivo	211	14.014	56%
Cheque	63	4.184	17%
Tarjetas débito y crédito	104	6.778	27%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 14 Pregunta N.- 10*



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis e interpretación de resultados**

La décima pregunta corresponde a conocer la forma de pago del producto, de un total de 378 encuestas realizadas, el 56% corresponde a 211 personas y respondieron que les gustaría pagar en efectivo, el 17% corresponde a 63 personas y respondieron que les gustaría pagar en cheque, el 27% corresponde a 104 personas y respondieron que les gustaría pagar con Tarjetas débito y crédito.

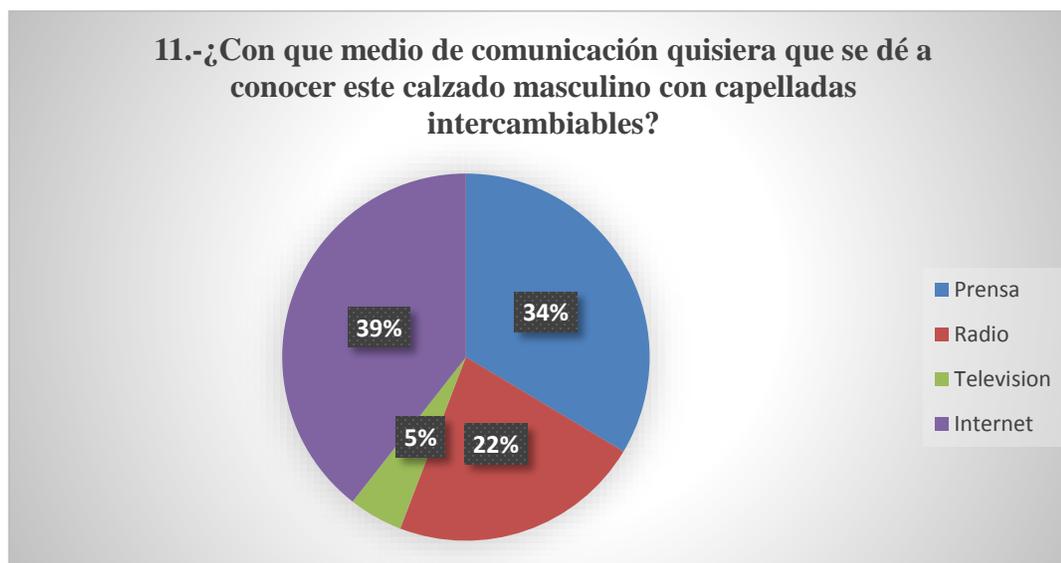
**Pregunta N.- 11. ¿Con que medio de comunicación quisiera que se dé a conocer este calzado masculino con capelladas intercambiables?**

*Tabla 21 Pregunta N.- 11*

<b>Alternativas</b>	<b>Respuestas Frecuencia Muestral</b>	<b>Frecuencia de Mercado</b>	<b>Porcentaje %</b>
Prensa	127	8.435	34%
Radio	84	5.579	22%
Televisión	18	1.195	5%
Internet	149	9.896	39%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>25.105</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 15 Pregunta N.- 11*



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis e interpretación de resultados**

En la décimo primer pregunta se desea conocer que medios de comunicación se deberían utilizar en la difusión de este nuevo producto, de una total de 378 personas encuestadas, el 34% corresponde a 127 personas y respondieron que la prensa será la mejor opción, el 22% corresponde a 84 personas y respondieron que sería la mejor opción la radio, el 5% corresponde a 18 personas y respondieron que sería la televisión, el 39% corresponde a 149 personas y respondieron que la mejor opción sería el internet.

### 3.3 Estudio de la demanda

En este punto vamos a analizar la demanda de nuestro emprendimiento, pero vamos a partir de un concepto que dice lo siguiente, el propósito principal que se persigue al momento de estudiar la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que realizan una afectación a los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como también determinar el suceso de participación de un producto dentro de un proyecto para determinar la correcta satisfacción de dicha demanda. (Burneo & Larios, 2015)

También otro autor menciona que la demanda es “la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.” (Sampieri, 2013, p. 221)

Con todos estos conceptos recolectados podemos entender que el estudio de la demanda nos ayuda a conocer las estimaciones en cantidades cuantificables de bienes o servicios que existen en el mercado con el fin de generar competitividad dentro de las empresas locales.

#### 3.3.1 Estudio de la demanda en personas

Este cálculo nos servirá para conocer nuestros posibles compradores de este nuevo tipo de calzado, es un valor periódico que se va a proyectar a futuro para tener datos con el cual sustentar la investigación.

*Tabla 22 Cálculo demanda en personas*

<sup>*(1)</sup> Año	<sup>*(2)</sup> Mercado Meta	<sup>*(3)</sup> Porcentaje De Aceptación	<sup>*(4)</sup> Demanda En Personas
2016	25.105	76%	19.080

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**\*(1).** Corresponde al año de proyección establecido.

**\*(2).** Valor del mercado meta proyectado anteriormente y establecido al año 2016.

**\*(3).** Porcentaje de aceptación en base a la pregunta número 4 de la encuesta, estructurada de la siguiente manera: ¿Si la empresa de “Calzado Family” ofertaría una nueva línea de calzado urbano masculino con capelladas intercambiables, usted lo compraría?, obteniendo como resultado un 76% de respuestas positivas a la interrogante.

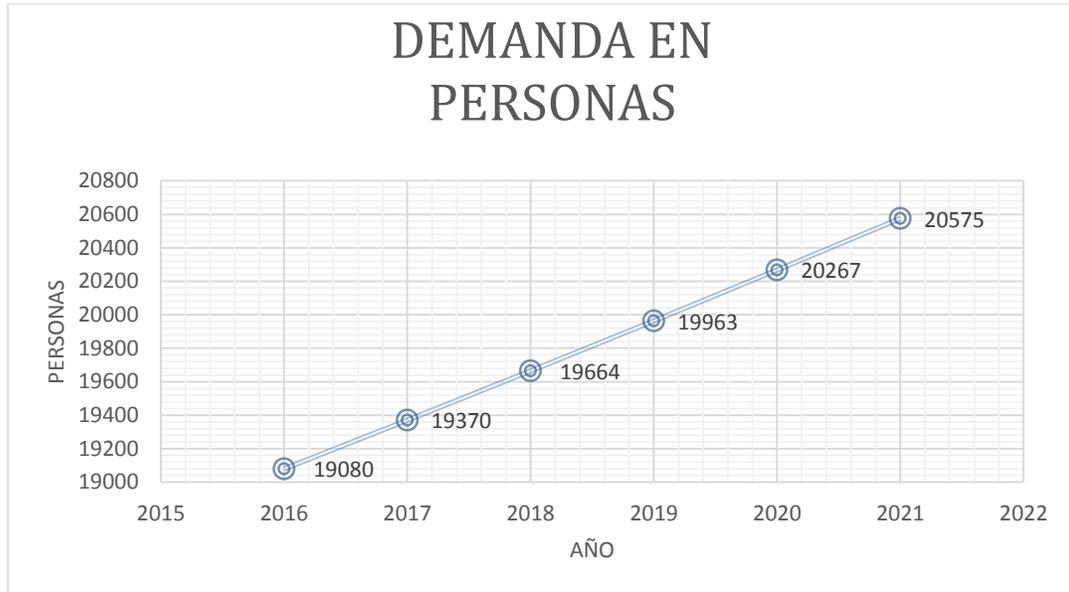
**\*(4).** Este dato demanda en personas al año 2016 es obtenido al multiplicar los valores del ítem **\*(2)** (25.105) personas por el ítem **\*(3)** (76%) de aceptación, obteniendo dicho resultado.

*Tabla 23 Proyección demanda en personas*

<b>Año</b>	<b>Demanda En Personas</b>	<b>TCP</b>
2016	19.080	1,52%
2017	19.370	290
2018	19.664	294
2019	19.963	299
2020	20.267	303
2021	20.575	308

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 16 Proyección demanda en personas*



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

Con estos datos proporcionados podemos sacar un análisis con respecto a la demanda en personas de nuestro producto, tomando en cuenta los valores del año 2016 podemos decir que existen 19.080 personas dispuestas en dicho año a adquirir nuestro nuevo calzado con capelladas intercambiables, de igual manera estos datos se los proyecta con la tasa de crecimiento poblacional proporcionada por el INEC y realizamos una proyección al año 2021 obtenido como resultado una demanda de 20.575 personas.

### 3.3.2 Estudio de la demanda en productos

Para realizar este paso en la investigación de mercado, tenemos que tomar en cuenta la pregunta número 2 de la encuesta realizada y sus respectivas respuestas, ¿Al año cuantos pares de calzado urbano usted adquiere?, en este paso se toma en cuenta el porcentaje de respuestas de cada una de las alternativas que se dio a elegir.

Como se muestra en la siguiente tabla se realiza el cálculo de la demanda en productos al año 2016.

*Tabla 24 Cálculo demanda en productos*

<b>* (1)</b>	<b>* (2)</b>	<b>* (3)</b>	<b>* (4)</b>	<b>* (5)</b>	<b>* (6)</b>	<b>* (7)</b>
<b>Demand a</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Total De La Muestr a</b>	<b>Porcentaj e</b>	<b>Població n</b>	<b>Cantidad Promedi o</b>	<b>Cantida d De Compra</b>
19.080	De 1 a 3 pares	378	77%	14.692	2	29.384
	De 4 a 6 pares		17%	3.244	5	16.220
	De 7 o más pares		6%	1.145	7	8.015
	<b>TOTAL AÑO 2016</b>		<b>100%</b>	<b>TOTAL AÑO 2016</b>	<b>53.619</b>	

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**\*(1).** Este valor es el resultado del cálculo de la demanda en personas.

**\*(2).** Estas alternativas es el resultado de la pregunta número 2 de la encuesta realizada.

**\*(3).** Este valor es el total de la muestra o también el número de encuestas que se realizaron para este emprendimiento.

**\*(4).** Estos porcentajes son tomados de los resultados en la encuesta de la pregunta número 2 respectivamente.

**\*(5).** Este valor es el resultado del ítem \*(1) al multiplicar por el porcentaje respectivo del ítem \*(4)

**\*(6).** Este valor es la cantidad promedio de cada una de las alternativas en el ítem \*(2).

\*(7). Es el resultado final y lo obtenemos al multiplicar el ítem \*(5) por el ítem \*(6), con esto al sumar todos los resultados correspondientes podemos conocer nuestra demanda en productos al año 2016.

**Tabla 25 Proyección demanda en productos**

<b>Año</b>	<b>Demanda en Productos</b>	<b>TCP</b>
2016	53.619	1,52%
2017	54.434	815
2018	55.261	827
2019	56.101	840
2020	56.954	853
2021	57.820	866

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Ilustración 17 Proyección demanda en productos**



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

Después de haber realizado el cálculo y la proyección de la demanda en productos podemos decir que para el año 2016 esta demanda tendrá una cifra de 53.619 productos en el mercado, los cuales la empresa “Calzado Family” tendrá la oportunidad de ubicar en el mercado este nuevo calzado urbano con capelladas intercambiables.

### 3.4 Estudio de la oferta

Dentro del contexto podemos definir a la oferta como las cantidades de bienes o servicios que se colocan a la disposición de clientes y consumidores en diversas cantidades, diferentes precios, innumerables tiempos y algunos lugares para que en función de éstas características las personas puedan adquirirlos, con el fin primordial de determinar si lo que se plantean instalar en el mercado desempeñan las características deseadas por los clientes y consumidores. (Camargo & Blanco, 2013).

La oferta también estudia las cantidades que pueden suministrar los productores de bienes y servicios y ubicarlos en el mercado, de igual manera se analizan las circunstancias de producción de las empresas más significativas, lo que facilita es hacer una referencia a la situación actual y futura en cantidades en la cual se deberá proporcionar las bases para pronosticar las posibilidades de ejecución de un proyecto además de las condiciones de competencia existentes. (D. Rodríguez, 2013)

Dentro del tema de la oferta, podemos concluir que la característica primordial es la de proveer productos y servicios en el mercado para que el público, clientes y consumidores puedan admirarlos y adquirirlos, pero siempre contando con características diferentes.

#### 3.4.1 Estudio de la oferta en personas

Para poder sacar este dato tenemos que realizar una proyección de mercado meta para el año 2016 como lo presentamos a continuación.

*Tabla 26 Calculo de oferta en personas*

<b>* (1)</b>	<b>* (2)</b>	<b>* (3)</b>	<b>* (4)</b>
<b>Año</b>	<b>Mercado Meta</b>	<b>Porcentaje de NO Aceptación</b>	<b>Oferta en Personas</b>
2016	25.105	24%	6.025

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

\*(1). Corresponde al año de proyección establecido.

\*(2). Representa el valor del mercado meta calculada anteriormente.

\*(3). Este dato se obtiene de la pregunta número 4 que fue estructurada en la encuesta, en este caso para la oferta se toma el porcentaje de las personas que dieron una respuesta negativa a la interrogante ¿Si la empresa “Calzado Family” ofertaría una nueva línea de calzado urbano masculino con capelladas intercambiables, usted lo compraría?. Siendo como resultado un 24% correspondiente a 91 personas encuestadas.

\*(4). Este valor de oferta en personas se obtiene al multiplicar el ítem \*(2) por el porcentaje del ítem \*(3), obteniendo dicho valor.

*Tabla 27 Proyección de oferta en personas*

<b>Año</b>	<b>Oferta en Personas</b>	<b>TCP</b>
2016	6.025	1,52%
2017	6.117	92
2018	6.210	93
2019	6.304	94
2020	6.400	96
2021	6.497	97

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ilustración 18 Proyección de oferta en personas*



*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

Con estos datos proporcionados podemos decir que la oferta en personas para el año 2016 es de 6.025 personas, a esto realizamos una proyección hasta el año 2021 con el porcentaje de la tasa de crecimiento poblacional establecida por el INEC en 1,52% y nos da como resultado al año 2021 de una oferta de 6.497 personas.

### **3.4.2 Estudio de la oferta en productos**

Este paso es algo similar al cálculo anteriormente realizado, de la misma forma que en la demanda, tomamos las alternativas y sus respectivas respuestas de la pregunta número 2 que plantea lo siguiente, ¿Al año cuantos pares de calzado urbano usted adquiere?, estos datos se lo realizaran en base al año 2016.

*Tabla 28 Cálculo de la oferta en productos*

<b>* (1)</b>	<b>* (2)</b>	<b>* (3)</b>	<b>* (4)</b>	<b>* (5)</b>	<b>* (6)</b>	<b>* (7)</b>
<b>Oferta</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Total De La Muestra</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Población</b>	<b>Cantidad Promedio</b>	<b>Cantidad De Compra</b>
6.025	De 1 a 3 pares	378	77%	4.639	2	9.279
	De 4 a 6 pares		17%	1.024	5	5.121
	De 7 o más pares		6%	362	7	2.531
	<b>TOTAL AÑO 2016</b>		<b>100%</b>	<b>TOTAL AÑO 2016</b>	<b>16.930</b>	

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**\*(1).** Este valor es el resultado del cálculo de la oferta en personas.

**\*(2).** Estas alternativas es el resultado de la pregunta número 2 de la encuesta realizada.

**\*(3).** Este valor es el total de la muestra o también el número de encuestas que se realizaron para este emprendimiento.

**\*(4).** Estos porcentajes son tomados de los resultados en la encuesta de la pregunta número 2 respectivamente.

**\*(5).** Este valor es el resultado del ítem \*(1) al multiplicar por el porcentaje respectivo del ítem \*(4)

**\*(6).** Este valor es la cantidad promedio de cada una de las alternativas en el ítem \*(2).

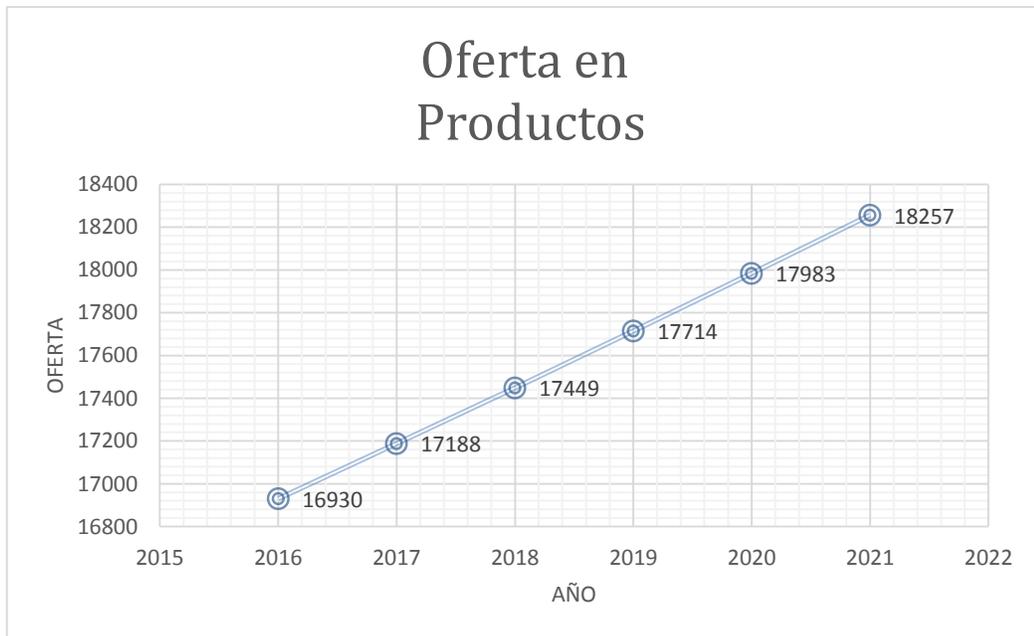
**\*(7).** Es el resultado final y lo obtenemos al multiplicar el ítem \*(5) por el ítem \*(6), con esto al sumar todos los resultados correspondientes podemos conocer nuestra demanda en productos al año 2016.

**Tabla 29 Proyección de la oferta en productos**

<b>Año</b>	<b>Oferta en Productos</b>	<b>TCP</b>
2016	16.930	1,52%
2017	17.188	257
2018	17.449	261
2019	17.714	265
2020	17.983	269
2021	18.257	273

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Ilustración 19 Proyección de la oferta en productos**



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

## **Análisis:**

Una vez realizado la proyección de la oferta en productos podemos definir que para el año 2016 existirá una oferta en el mercado de 16.930 pares de calzado, mientras que para el año 2021 realizada la proyección con TCP proporcionada por el INEC, tendremos 18.257 pares de calzado ofertados en el mercado.

### **3.5 Mercado potencial para el proyecto**

Podemos definir como demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que existen en posible probabilidad que el mercado consuma en años actuales y años futuros, sobre la cual se ha presumido que ningún productor en dicha actualidad podrá satisfacer si predominan las situaciones en las cuales se hizo el cálculo. (Hernández, 2013).

También se puede especificar que la demanda potencial insatisfecha es igual a la demanda no atendida y define que es aquella en donde un segmento de una población o un conjunto de establecimientos no reciben los productos o servicios que necesitan, por lo tanto cuando la demanda es mayor que la oferta existe una demanda no atendida y entonces es allí donde el proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada. (Andrade, 2013).

Para poder ejecutar el proceso de la demanda potencial insatisfecha se debe realizar un cálculo con los valores de la demanda y oferta anteriormente establecidos, pero estos cálculos también deben ser proyectados en diversos momentos a lo largo de la vida útil del proyecto. (Rosales, 2014)

Este parte del proyecto es muy importante ya que con ella vamos a identificar la cantidad probable de productos que puedan consumir en el presente año y años futuros nuestros clientes y consumidores, con el fin de satisfacer las necesidades del mercado.

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

**DPI= Demanda de productos – Oferta en productos**

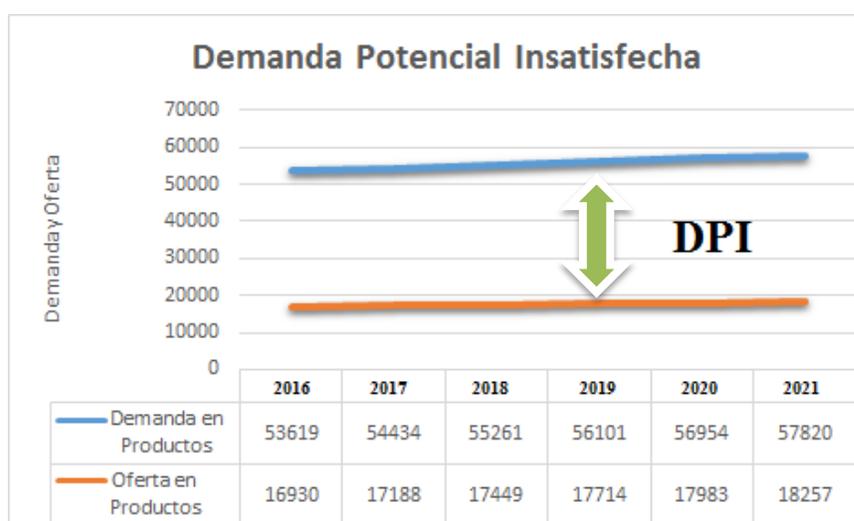
*Tabla 30 Calculo de la DPI*

<b>Año</b>	<b>Demanda en Productos</b>	<b>Oferta en Productos</b>	<b>DPI</b>
<b>2016</b>	53.619	16.930	36.689
<b>2017</b>	54.434	17.188	37.246
<b>2018</b>	55.261	17.449	37.812
<b>2019</b>	56.101	17.714	38.387
<b>2020</b>	56.954	17.983	38.971
<b>2021</b>	57.820	18.257	39.563

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Ilustración 20 Demanda Potencial Insatisfecha**



*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

Una vez realizado el cálculo y proyección de la demanda potencial insatisfecha, podemos identificar que para el año 2016 tendremos un número de 36.689 productos disponibles en el mercado para que la empresa “Calzado Family” pueda aprovecharlos de buena manera, igualmente una vez realizada la proyección hasta el año 2021 podemos decir que existe 39.563 productos disponibles en el mercado para que la empresa pueda aprovecharlos en buena manera.

### 3.6 Precios

Dentro de este tema podemos definir que el precio se conoce como la suma de los valores monetarios que los compradores intercambian por determinados bienes y servicios, de igual manera es una cierta cantidad de dinero que la colectividad debe dar a cambio de un bien o servicio que logrará satisfacer necesidades. (Aparicio, 2013).

El precio es aquello que se traspasa al momento que se adquiere un bien o servicio, que también corresponde a un valor monetario generalmente monedas que representen un intercambio justos con bienes y servicios y lo simbolice en características como , esfuerzo, tiempo, trabajo, materia prima, atención, utilidad, además de ser un aspecto muy estratégico para lograr alcanzar resultados económicos positivos. (Graciá & Sánchez, 2013).

El cálculo del precio en este proyecto de emprendimiento va a ser en base al “Método de Encuesta”, esto quiere decir que vamos a tomar la pregunta número 8 de la encuesta planteada a nuestro público encuestado y tomaremos el valor promedio de la respuesta con mayor nivel aceptación, calcularemos los datos al año 2016 y también su respectiva proyección hasta el año 2021.

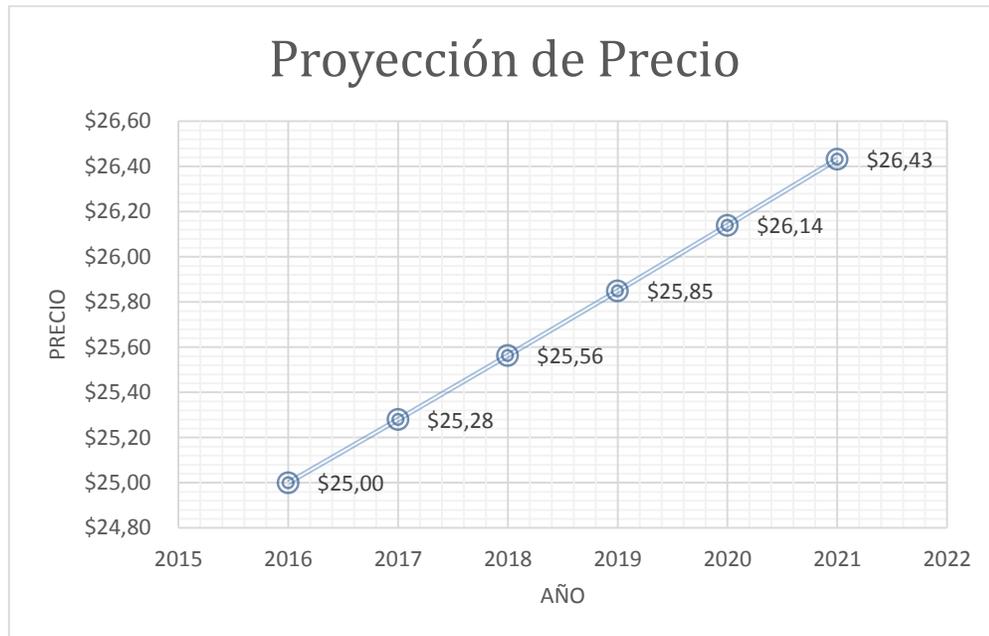
Tenemos que tomar en cuenta que para la proyección en el cálculo de los precios debemos tomar la tasa de inflación acumulada que para el año 2016 es de 1,12% según datos del Banco Central del Ecuador y confirmada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

*Tabla 31 Cálculo y proyección de precio*

<b>Año</b>	<b>Precio</b>	<b>Inflación</b>
<b>2016</b>	\$ 25,00	1,12%
<b>2017</b>	\$ 25,28	\$ 0,280
<b>2018</b>	\$ 25,56	\$ 0,283
<b>2019</b>	\$ 25,85	\$ 0,286
<b>2020</b>	\$ 26,14	\$ 0,290
<b>2021</b>	\$ 26,43	\$ 0,293

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### Ilustración 21 Proyección de precio



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

Después de haber realizado estos cálculos correspondientes al precio podemos analizar que el precio inicial para el año 2016 de este nuevo calzado urbano con capelladas intercambiables de la empresa “Calzado Family” es de \$25,00 dólares y con una proyección para el año 2021 el valor del calzado sería de \$26,43 dólares, obteniendo un aumento mínimo de \$1,43 dólares en relación al precio inicial.

### **3.7 Canales de comercialización**

Un artículo muy importante encontrado en medios digitales describe que los canales de comercialización son un distintivo de mucha importancia de las pequeñas y grandes empresas a que con esto estas empresas pueden beneficiarse del progreso de un canal de marketing vigoroso y este es el principal camino que un producto toma desde el fabricante hasta el consumidor, dentro de este artículo también implica una línea pequeña y amplia dependiendo el caso de responsabilidades en la que cada una es responsable de varias etapas y en especial en la mejora y la distribución del producto.(La voz de Huston, 2016).

Estos canales de comercialización se consideran que es una acumulación de circuitos mediante los cuales se establecen ciertas relaciones entre la elaboración y el consumo con el primordial objetivo de trasladar los productos ofertados a los clientes finales pero también se debe identificar correctamente ya que estos medios es por donde las empresas pueden ofertar nuestros productos y realizar las ventas, es por ello que debemos prestar mucha atención ya que dentro de las empresas pueden contribuir una ventaja comercial. (Ardura, 2013).

Después de encontrar estos conceptos de varios autores sobre la comercialización podemos definir que son canales muy importantes que deben tener todas las empresas, con ello la comercialización y los medios que se utilicen interna y externamente deberían ser efectivos con el objetivo de generar alta posición a la empresa y brindar facilidades en el mercado.

En este punto necesitamos tomar las alternativas de la pregunta número 11 de la encuesta anteriormente planteada, tomaremos las respuestas que más importancia dieron nuestras personas encuestadas y con ello plantearemos la mejor forma de comercializar nuestro nuevo producto; siendo de esta manera los ítems más puntuado fueron la prensa con un 34% de aceptación y el internet con un 39% de aceptación.

### **Prensa**

Este medio de difusión de información es muy importante ya que hoy en día son los que más influyen en la sociedad y se define que es de trascendental importancia puesto que este medio sigue los sucesos más relevantes día tras día, esto ayuda a recibir información cultural, enterarnos lo que la gente necesita, informarnos de eventos socioculturales de la región o incluso para aprender acerca de algo nuevo, con esto se asevera que la prensa de hoy en día es un medio sustancial para conservar informados a la población. (J. A. V. García, 2015).

A continuación se muestra una tabla con las ventajas y desventajas de utilizar este medio de comercialización.

*Tabla 32 Características de la prensa*

<b>Formatos de Prensa</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<b>Diarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selectividad geográfica.</li> <li>- Permite formular mensajes de forma completa y detallada.</li> <li>- Flexibilidad en la gestión de la publicidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No permite la segmentación socioeconómica y demográfica.</li> <li>- Poca calidad de reproducción.</li> <li>- Corta vida.</li> </ul>
<b>Revistas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fácil segmentación.</li> <li>- Alta calidad de impresión.</li> <li>- Permanencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Audiencia limitada.</li> <li>- Costes por impacto más elevados.</li> </ul>
<b>Publicaciones Gratuitas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carácter local.</li> <li>- Difusión alta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inexistencia de segmentación.</li> <li>- Baja calidad.</li> </ul>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

## **Internet**

Hoy en día este método de comercialización e información está tomando rumbos muy importantes y es así porque esta herramienta nos facilita conseguir información de todo tipo, es como que se tratara de una biblioteca gigantesca en la que se obtuviere cualquier tipo de información que se pueda pensar y desear, el internet es una herramienta que está disponible las 24 horas del día todos los días del año en cualquier país del mundo y se puede encontrar de todo, con esto todas las empresas ya pueden ser grandes o pequeñas poseen más formas de indagar sobre temas de interés, localizando todo tipo de noticias e instrumentos en páginas ubicadas en web de acceso público legal. (J. A. V. García, 2015).

*Tabla 33 Características del internet*

<b>Formatos empleados en internet</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Banners y botones.</b></li> <li>- <b>Ventanas emergentes.</b></li> <li>- <b>Anuncios intrusivos.</b></li> <li>- <b>Campañas de e-mail y marketing viral.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos bajos.</li> <li>- Gran poder de segmentación.</li> <li>- Flexibilidad.</li> <li>- Difusión sin fronteras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saturación publicitaria.</li> <li>- Competencia muy intensa.</li> <li>- Asociación de información con spam.</li> <li>- En Latinoamérica no genera impactos.</li> </ul>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **3.8 Canales de distribución**

Tenemos que tener en cuenta que este punto es muy importante dentro de este trabajo de emprendimiento y es así que los canales de distribución se identifican como variable de marketing y nos permite poner en contacto el sistema de producción empresarial con el del sistema de consumo en forma adecuada, la distribución asume como misión poner el producto a disposición de los consumidores en el momento, cantidad y calidad adecuada que se requiera. (VALVERDE, 2015).

También dentro de este tema encontramos el siguiente concepto, los canales de distribución son la vía o conjunto de vías que utiliza una empresa grande o pequeña con el objetivo de llevar sus productos al consumidor, con ello se encuentra el camino que circulan los productos o servicios hasta llegar al usuario final de consumo esto nos ayudará a facilitar el paso de intercambio del marketing. (MARTÍNEZ, 2016).

Dentro de los canales de distribución existen ventajas y desventajas al momento de utilizarlos, pero como todo proceso es necesario ocuparlo ya que ayuda a las empresas a generar mejor dinamismo en todo lo que corresponde las empresas.

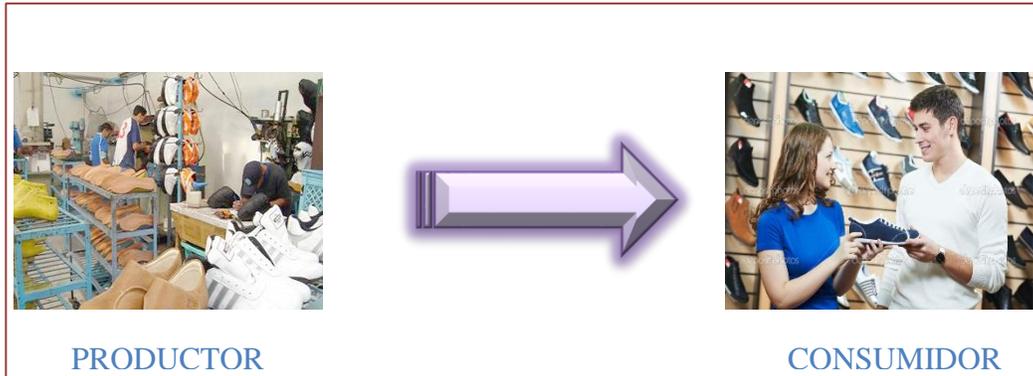
*Tabla 34 Tipos de canales de distribución*

<b>Tipos de Canales</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<b>Canal Directo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control canal.</li> <li>• Máxima Promoción.</li> <li>• Contacto directo con el cliente.</li> <li>• Sensibilidad inmediata reacciones del mercado.</li> <li>• Mayor contribución marginal (mayor ganancia, menor comisión).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor conexión, mayores costos.</li> <li>• Mayor inversión de activo fijo.</li> <li>• Mayor inversión de stocks.</li> <li>• Administración más costosa.</li> <li>• Financiamiento directo de las ventas.</li> </ul>
<b>Canal Indirecto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conexión, amplia cobertura.</li> <li>• Financiamiento propio.</li> <li>• Organización de ventas propia.</li> <li>• Mantenimiento de stocks</li> <li>• Complementación de líneas de productos y variedades de surtido.</li> <li>• Especialización por zonas o áreas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menor Promoción que los directos.</li> <li>• Controlabilidad relativa especialmente en los precios.</li> <li>• Menor contribución marginal con relación al precio final de ventas.</li> <li>• Volúmenes de compra adicionales a políticas ajenas al fabricante.</li> </ul>

*Fuente: Valverde, 2015, Marketing en la actividad comercial  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

La empresa “Calzado Family” posee una estructura muy fuerte en lo que se refiere a canales de comercialización, por una parte posee un canal directo de comercialización eso quiere decir que los consumidores y empresas nacionales se pueden acercar directamente a su fábrica y comprar la cantidad que vean convenientes a precios muy convenientes y por otro lado el canal indirecto-corto, esto quiere decir que distribuidores minoristas pueden comprar los productos que ofrece para poder tener mercadería en su stock de productos.

**Ilustración 22 Canal directo de distribución**



*Fuente: Empresa "Calzado Family"  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Ilustración 23 Canal Indirecto- Corto de distribución**



*Fuente: Empresa "Calzado Family"  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### 3.9 Estrategias de comercialización

Este punto del emprendimiento vamos a realizar el análisis interno y externo de la empresa “Calzado Family”, nos va a ser de mucha importancia conocer cada una de las variables que intervine en cada aspecto de la empresa ya que gracias a ello lograremos establecer estrategias para el beneficio de la empresa y conocer su estado actual interno y en el mercado, conjuntamente con ello identificaremos las variables del mix del marketing que hoy en día son de mucha importancia para todas las empresas que están en mercados de competencia permanente.

Para poder tener más claro los aspectos que intervienen en el mix del marketing vamos a tomar en cuenta lo que dice un autor reconocido en el mundo del marketing, menciona que el mix de marketing ayuda a las empresas a generar una mejor gestión, las estrategias que se aplican suelen clasificar en estrategias generadas a consignar cuatro aspectos o elementos fundamentales de un negocio, como su influencia en el producto, el precio, la plaza y la promoción , este conjunto de elementos son más conocidos como las 4P´s , la mezcla de marketing o el mix de marketing. (Kotler & Armstrong, 2003).

Los mismos elementos inicialmente relacionados son las 4 P´s del marketing mix, estos constituyen un marco de trabajo muy útil en las empresas para la toma de decisiones, pero con el transcurso del tiempo las necesidades empresariales y de los clientes han originado una evolución en la representación del pensamiento y estudios de casos por lo que Kotler ha conseguido identificar un total de 12 variables pero su relación más directa aparecen las 4 C´s que son aspectos muy considerables para este trabajo y su aplicación en la empresa “Calzado Family”. (Kotler, 2008).

- El producto se convierte en (Consciencia).
- El precio de convierte en (Costos).
- La plaza se convierte en (Conveniencia).
- La promoción se convierte en (Comunicación).

Estas variables tanto las 4 P's y las 4C's nos serán de mucha utilidad para realizar este punto sobre las estrategias de comercialización tomando también en cuenta los aspectos correspondientes al entorno interno y entorno externo de la empresa "Calzado Family".

### 3.9.1 Análisis entorno interno de la empresa.

*Tabla 35 Análisis entorno interno de la empresa*

RECURSO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<b>HUMANO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal con alta capacidad en servicio al cliente, permitiendo un manejo adecuado de las relaciones con los clientes.</li> <li>• Personal que trabaja en el área de producción cuenta con gran experiencia en la industria del calzado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de un plan de capacitaciones que genere ventajas competitivas dentro de la empresa.</li> <li>• Descripción muy baja en las funciones de los trabajadores.</li> </ul>
<b>TECNOLÓGICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con una página web propia de la empresa a través de la cual se brinda información de sus productos.</li> <li>• Cuenta con un pequeño software de control de inventarios para determinar el stock de productos terminados disponibles para la venta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistencia de una base de datos de los clientes para realizar seguimientos y postventa.</li> <li>• Ausencia de varias herramientas informáticas que hoy en día son muy utilizadas.</li> </ul>
<b>FINANCIERO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento con objetivos de ventas que son reflejo de los ingresos que percibe la empresa.</li> <li>• Pago puntual de valores a proveedores y al estado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los ingresos por las ventas realizadas no son invertidos correctamente en la empresa.</li> <li>• Inexistencia de inversión en publicidad de la empresa.</li> </ul>
<b>MATERIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo actualizado de inventarios en la materia prima.</li> <li>• Control de calidad en productos terminados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de un catálogo que detalle el precio, modelo, promociones de los productos.</li> <li>• Desperdicio de insumos al momento de fabricar el producto.</li> </ul>
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalación física de la fábrica es muy amplia.</li> <li>• Adecuada distribución de procesos en la planta de producción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deficiente distribución de espacio en el almacén de atención al público.</li> <li>• Insuficiencia de ventilación y luminaria en la planta de producción.</li> </ul>

*Fuente: Empresa "Calzado Family"  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### 3.9.2 Análisis entorno externo de la empresa.

Tabla 36 Análisis entorno externo de la empresa

RECURSO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>POLÍTICO – LEGAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salvaguardas creadas para las importaciones de calzado, brinda una mayor oportunidad de generar precios competitivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio de autoridades políticas que posean mentalidad capitalista y dejen sin protección a las mipymes.</li> </ul>
<b>ECONÓMICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oportunidades de créditos para emprendimientos por entidades gubernamentales y extranjeras. Como la Corporación Financiera Nacional, BID.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de la inflación, esto puede ocasionar un incremento de materias primas.</li> </ul>
<b>SOCIO CULTURALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concientización de la campaña Primero Ecuador, para que los habitantes de Ambato consuman lo hecho en esta ciudad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un porcentaje elevado de la población Ecuatoriana sigue prefiriendo comparar artículos de marca extranjera, pensando que son de mejor calidad.</li> </ul>
<b>TECNOLÓGICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidad para conseguir herramientas informáticas para la administración y producción de la empresa, además del acceso por internet a una mejor publicidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas salvaguardias eleva el precio de la maquinaria para elaboración de calzado.</li> </ul>
<b>ECOLÓGICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reutilización de material sobrante para la fabricación de diferentes productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de nuevas leyes u ordenanzas que regulen los desperdicios generados.</li> </ul>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### 3.9.3 Ponderación de matrices PCI y POAM.

*Tabla 37 Escala de valores para matrices PCI y POAM*

ALTO IMPACTO	4	VALOR MEDIO	2,5
MEDIO ALTO	3		
MEDIO BAJO	2		
BAJO IMPACTO	1		

*Tabla 38 Matriz Perfil de Capacidad Interna (PCI)*

<b>FORTALEZAS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Personal con alta capacidad en servicio al cliente, permitiendo un manejo adecuado de las relaciones con los clientes.	0,08	4	0,32
Personal que trabaja en el área de producción cuenta con gran experiencia en la industria del calzado.	0,03	3	0,09
Cuenta con una página web propia de la empresa a través de la cual se brinda información de sus productos.	0,03	2	0,06
Cuenta con un pequeño software de control de inventarios para determinar el stock de productos terminados disponibles para la venta.	0,06	4	0,24
Cumplimiento con objetivos de ventas que son reflejo de los ingresos que percibe la empresa.	0,07	4	0,28

Pago puntual de valores a proveedores y al estado.	0,06	3	0,18
Manejo actualizado de inventarios en la materia prima.	0,03	3	0,09
Control de calidad en productos terminados	0,07	4	0,28
Instalación física de la fábrica es muy amplia.	0,04	3	0,12
Adecuada distribución de procesos en la planta de producción.	0,03	2	0,06
<b>SUMA</b>	<b>0,50</b>		<b>1,72</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Ausencia de un plan de capacitaciones que genere ventajas competitivas dentro de la empresa.	0,07	4	0,28
Descripción muy baja en las funciones de los trabajadores.	0,05	3	0,15
Inexistencia de una base de datos de los clientes para realizar seguimientos y postventa.	0,07	4	0,28
Ausencia de varias herramientas informáticas que hoy en día son muy utilizadas.	0,04	3	0,12
Los ingresos por las ventas realizadas no son invertidos correctamente en la empresa.	0,06	4	0,24
Inexistencia de inversión en publicidad de la empresa.	0,03	2	0,06

Carencia de un catálogo que detalle el precio, modelo, promociones de los productos.	0,04	3	0,12
Desperdicio de insumos al momento de fabricar el producto.	0,07	3	0,21
Deficiente distribución de espacio en el almacén de atención al público.	0,03	3	0,09
Insuficiencia de ventilación y luminaria en la planta de producción.	0,04	3	0,12
<b>SUMA</b>	<b>0,50</b>		<b>1,67</b>

<b>SUMA FORTALEZAS Y DEBILIDADES</b>	<b>1,00</b>	<b>3,39</b>
--------------------------------------	-------------	-------------

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

Una vez realizado el cálculo del perfil de capacidades internas de la empresa “Calzado Family” que muestran las fortalezas y debilidades con las actividades esenciales de la empresa podemos decir que, en la sumatoria total del valor ponderado tenemos un valor de 3,39 puntos, es mayor al valor medio 2,5 puntos a la escala de impacto en calificaciones de las matrices PCI y POAM, esto nos quiere decir que las fortalezas de la empresa “Calzado Family” son mayores que las debilidades, con sus principales características como que el personal tiene una alta capacidad con servicio al cliente, se preocupan por el control de calidad de sus productos, maneja de buena manera sus inventarios, y cumple sus objetivos empresariales para mejorar cada día a esta empresa.

Tabla 39 Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)

<b>OPORTUNIDADES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Salvuardas creadas para las importaciones de calzado, brinda una mayor oportunidad de generar precios competitivos.	0,13	3	0,39
Oportunidades de créditos para emprendimientos por entidades gubernamentales y extranjeras. Como la Corporación Financiera Nacional, BID.	0,1	4	0,4
Concientización de la campaña Primero Ecuador, para que los habitantes de Ambato consuman lo hecho en esta ciudad.	0,11	4	0,44
Facilidad para conseguir herramientas informáticas para la administración y producción de la empresa, además del acceso por internet a una mejor publicidad.	0,08	3	0,24
Reutilización de material sobrante para la fabricación de diferentes productos.	0,08	3	0,24
<b>SUMA</b>	<b>0,50</b>		<b>1,71</b>
<b>AMENAZAS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Cambio de autoridades políticas que posean mentalidad capitalista y dejen sin protección a las mipymes.	0,15	4	0,6
Incremento de la inflación, esto puede ocasionar un incremento de materias primas.	0,08	3	0,24

Un porcentaje elevado de la población Ecuatoriana sigue prefiriendo comparar artículos de marca extranjera, pensando que son de mejor calidad.	0,09	3	0,27
Nuevas salvaguardias eleva el precio de la maquinaria para elaboración de calzado.	0,1	3	0,3
Creación de nuevas leyes u ordenanzas que regulen los desperdicios generados.	0,08	2	0,16
<b>SUMA</b>	<b>0,50</b>		<b>1,57</b>
<b>SUMA OPORTUNIDADES Y AMANEZAS</b>		<b>1,00</b>	<b>3,28</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

En este caso se realizó el cálculo del perfil de oportunidades y amenazas de la empresa “Calzado Family” en donde se muestran factores externos que pueden afectar a la empresa, podemos decir que, en la sumatoria total del valor ponderado obtenemos una puntuación de 3,28 puntos mayor a la media, es mayor al valor medio 2,5 puntos a la escala de impacto en calificaciones de las matrices PCI y POAM, esto nos quiere decir que las oportunidades con respecto a los factores externos son mayores que las amenazas, con sus principales características que se tratan de concientizar que se consuma primero lo hecho en el país, aranceles que ayudan al sector calzado y la facilidad para reutilizar materiales.

### 3.9.4 Matriz de estrategias FODA

Tabla 40 Matriz de estrategias FODA

<b>Factores</b>  <b>Internos</b>   <b>Factores Externos</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<p>1.- Personal con alta capacidad en servicio al cliente, permitiendo un manejo adecuado de las relaciones con los clientes.</p> <p>2.- Cumplimiento con objetivos de ventas que son reflejo de los ingresos que percibe la empresa.</p> <p>3.- Control de calidad en productos terminados.</p> <p>4.- Cuenta con un pequeño software de control de inventarios para determinar el stock de productos terminados disponibles para la venta.</p>	<p>1.- Ausencia de un plan de capacitaciones que genere ventajas competitivas dentro de la empresa.</p> <p>2.- Inexistencia de una base de datos de los clientes para realizar seguimientos y postventa.</p> <p>3.- Los ingresos por las ventas realizadas no son invertidos correctamente en la empresa.</p> <p>4.- Desperdicio de insumos al momento de fabricar el producto.</p>
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategia (FO)</b>	<b>Estrategia (DO)</b>
<p>1.- Concientización de la campaña Primero Ecuador, para que los habitantes de Ambato consuman lo hecho en esta ciudad.</p> <p>2.- Salvaguardas creadas para las importaciones de calzado, brinda una mayor oportunidad de generar precios competitivos.</p> <p>3.- Facilidad para conseguir herramientas informáticas para la administración y producción de la empresa, además del acceso por internet a una mejor publicidad.</p> <p>4.- Oportunidades de créditos para emprendimientos por entidades gubernamentales y extranjeras. Como la Corporación Financiera Nacional, BID.</p>	<p>F1-O1. Creación de catálogo en donde conste características de los productos.</p> <p>F2-O3. Implantar sistemas informáticos avanzados que automaticen procesos.</p> <p>F3-O4. Adquirir nueva maquinaria para la producción de calzado.</p>	<p>D1-O4. Inscripción a eventos y seminarios realizados por diversas instituciones públicas, privadas, cámaras y asociaciones.</p> <p>D2-O3. Crear un CRM con información de todos los clientes.</p> <p>D4-O1. Incentivos promocionales de pequeños presentes llaveros, monederos, para fidelizar a nuestros clientes.</p>
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategia (FA)</b>	<b>Estrategia (DA)</b>
<p>1.- Cambio de autoridades políticas que posean mentalidad capitalista y dejen sin protección a las mipymes.</p> <p>2.- Nuevas salvaguardias eleva el precio de la maquinaria para elaboración de calzado.</p> <p>3.- Un porcentaje elevado de la población Ecuatoriana sigue prefiriendo comparar artículos de marca extranjera, pensando que son de mejor calidad.</p> <p>4.- Incremento de la inflación, esto puede ocasionar un incremento de materias primas.</p>	<p>F2-A2. Adquisición de maquinaria especializada.</p> <p>F3-A4. Aplicar técnicas de información sobre calidad de productos de la empresa.</p> <p>F1-A3. Incentivar a nuestros clientes con promociones y una buena atención, para que existan buenas referencias.</p>	<p>D3-A4 Crear un sistema de ahorro financiero empresarial.</p> <p>D2-A3 Crear métodos de comunicación efectiva para lograr interés de nuestros clientes.</p> <p>D4-A1. Innovar diseños y procesos en los productos empresariales, además de asistir a eventos empresariales para conocer tendencias del mercado.</p>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

### 3.9.3 Plan de acción

Tabla 41 Plan de acción

#### Empresa “Calzado Family”

#### Plan de acción del mix de marketing

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Incrementar la participación en el mercado de la empresa, utilizando diferentes técnicas de difusión de información.	F1-O1. Creación de catálogo en donde conste características de los productos.	Modernización de la página web de la empresa, como también la creación de perfiles de la empresa en redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de catálogos electrónicos.</li> <li>• Levantar bases de datos para invitar a que visiten nuestros sitios web.</li> <li>• Generar publicidad online impulsando el tráfico digital en beneficio de nuestra empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de la empresa.</li> <li>• Jefe de Producción.</li> <li>• Jefe Comercial</li> </ul>	\$1000,00
Aumentar el volumen de ventas de la empresa, para poder reinvertirlos	F1-A3. Incentivar a nuestros clientes con promociones y una buena atención, para que existan buenas referencias.	Generar días específicos en el mes en donde puedan existir descuentos y rebajas significativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un estudio económico para saber en exactitud el valor que puedo invertir.</li> <li>• Difusión de promociones por medios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de la empresa.</li> <li>• Jefe Comercial</li> </ul>	\$1000,00

en beneficios para nuestros clientes.		en nuestros productos	convencionales . • Generar publicidad de promociones e información empresarial.		
Generar oportunidades y vínculos empresariales que ayuden a la empresa a ser diferente de la competencia	D4-A1. Innovar diseños y procesos en los productos empresariales, además de asistir a eventos empresariales para conocer tendencias del mercado.	Participación activa en los eventos de calzado realizados por instituciones públicas y CALTU.	• Obtener información de los diferentes eventos realizados a nivel nacional. • Inscribirse a eventos representativos . • Preparar todo el material empresarial necesario para exhibición. • Realizar vínculos y alianzas empresariales.	• Gerente de la empresa. • Jefe de Producción. • Jefe Comercial	\$1000,00
Aumentar el posicionamiento de la empresa en el mercado del sector calzado utilizando diferentes técnicas.	D4-O1. Incentivos promocionales de pequeños presentes llaveros, monederos, para fidelizar a nuestros clientes.	Entregar a los clientes por cada compra artículos que lleven impreso la imagen y nombre de la empresa. <i>Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Christian Montesdeoca</i>	• Proformas de artículos publicitarios. • Entrega de pequeños presentes a clientes. • Seguimiento de compra a clientes	• Gerente de la empresa. • jefe Comercial	\$1000,00
<b>VALOR TOTAL</b>					<b>\$4000,00</b>

### **Análisis:**

En el análisis de la tabla correspondiente al plan de acción del mix del marketing, podemos decir que se toman cuatro estrategias principales y las hacemos referencia al mix del marketing, empezando por el producto, precio, plaza, promoción, que estos van a ser desagregados en objetivos empresariales, tácticas y responsables en las actividades para cumplir todo lo plateado por la empresa y generar un impacto en el mercado con su nuevo producto, también podemos encontrar un pequeño presupuesto planteado para que la empresa pueda incluirlo dentro de su presupuesto y así cumplir con lo requerido.

## **CAPITULO IV**

### **Estudio Técnico**

#### **4.1 Tamaño del emprendimiento**

El estudio técnico del proyecto de emprendimiento para la empresa “Calzado Family” es muy importante ya que aquí podremos contemplar actividades que definen características primordiales como son las maquinarias, equipos informáticos, instalaciones pertenecientes a la empresa y es allí donde se va a realizar nuestro nuevo producto, las capacidades que son necesarias para resolver adecuadamente esta parte del proyecto y su metodología son esencialmente distintas de aquellas mencionadas en los anteriores puntos. (Córdova, 2016).

Para poder preparar correctamente un estudio técnico dentro de la metodología para poder evaluar proyectos se genera en un proceso insistente, puesto que la creatividad es muy necesaria y en esta parte del emprendimiento debe ser muy clara, concisa y adecuada cuando hay que determinar y optimizar recursos como la capacidad de producción que tendrá la empresa, el número de trabajadores, el nivel de automatización, el número de herramientas, el volumen de los equipos, el repartimiento de las áreas de la planta y todo esto en ocasiones se debe realizar con presupuestos limitados. (Andrade, 2013).

#### **4.1.1 Factores determinantes del tamaño**

Para poder encontrar los factores determinantes del tamaño de este proyecto que se realiza para la empresa “Calzado Family”, vamos a tomar ciertas características que son necesarias plantearlas y en posibilidad generar una determinación de innovación para que este proyecto pueda ser captado en forma positiva y tener características fuera de lo corriente y ser óptimo como lo identifica en su libro evaluación de proyectos esto se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Baca, 2013b).

Y también menciona las características necesarias para determinar el tamaño óptimo de un proyecto.

#### **Demanda potencial insatisfecha.**

En este punto nos va a servir los valores que se realizaron en el capítulo tercero sobre el estudio de mercado, ya que allí se logró calcular la demanda potencial insatisfecha en el sector calzado, se van a tomar las mismas características internas y externas de la empresa para lograr un resultado que sea satisfactorio para el proyecto, todos estos cálculos tiene vigencia en el actual proyecto ya que por evolución del mercado pueden existir diversos factores que afecten a productos similares.

**Disponibilidad de capital.** El aspecto económico dentro de los proyectos siempre van a ser una parte fundamental e importante y más aún al momento que se habla de emprendimientos, el capital de trabajo es parte de los recursos permanentes que la empresa tiene la posibilidad para financiar su operación y hace referencia a la aportación de los capitales que son permanentes y también a las fuentes de financiamiento externas con el objetivo de cumplir con las obligaciones de la empresa.(Marx, 2014).

#### **Tecnología.**

Hoy en día la tecnología ha generado una revolución en la forma de crear productos, pues es así que hoy en día los procesos son más fáciles y más rápidos, en la empresa “Calzado Family” este es un factor muy primordial al momento de realizar calzado pues gracias a

estas innovaciones empresariales que se pueden implementar generaría un impacto en el sector que está inmerso.

Durante este último siglo la tecnología ha disminuido las barreras para realizar negocios, incluso ha logrado incrementar ingresos, implementado nuevas herramientas incluso mejora procesos empresariales, sin embargo hoy en día, implementar tecnología es algo necesario inclusive se lo ve como una inversión fundamental que permite a las grandes y pequeñas empresas estar en constante evolución acorde a los nuevos tiempos, además genera nuevos procesos competitivos tanto en el mercado nacional como internacional.(Cacheiro, 2012).

### **Insumos.**

Este factor es muy importante ya que gracias a los insumos y materias primas con las que realiza sus productos la empresa “Calzado Family” ha podido diferenciarse en el sector calzado, junto con este factor se debe entender que la calidad en los insumos deben ser altos para que la empresa mantenga su competitividad en el mercado y realice productos que satisfagan a los clientes del mercado.

#### **4.1.2 Tamaño óptimo**

Para conocer el tamaño óptimo de una empresa se menciona que para calcular la capacidad instalada de producción de bienes o servicios en una empresa dentro de un periodo de tiempo establecido y ofrecido al mercado se debe realiza con un porcentaje de participación entre 1% al 10%, optar por este porcentaje ayuda a que todos los factores en una empresa puedan simplificar las cargas y procesos internos. (Baca, 2013b).

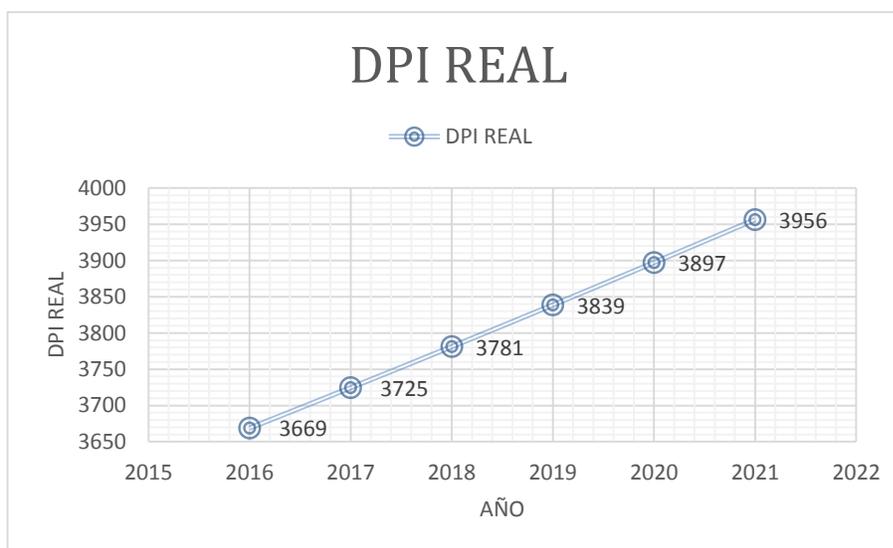
Tomando este concepto vamos a realizar el cálculo de la demanda potencial insatisfecha real para la empresa “Calzado Family”, en este caso como es un nuevo producto que se está planteando introducir al mercado, vamos a realizar los cálculos pertinentes con un porcentaje estimado del 10% de la demanda y poder tener un valor real y que este valor no sobrepase la capacidad instalada que posee la empresa.

**Tabla 42 Demanda potencial insatisfecha real**

<b>AÑO</b>	<b>DPI</b>	<b>ESTIMACION</b>	<b>DPI REAL</b>	<b>PRODUCCION DIARIA (240)días laborables</b>
2016	36.689	10%	3.669	15
2017	37.246	10%	3.725	16
2018	37.812	10%	3.781	16
2019	38.387	10%	3.839	16
2020	38.971	10%	3.897	16
2021	39.563	10%	3.956	17

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Ilustración 24 Proyección de la demanda potencial insatisfecha real**



*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

Para poder realizar el cálculo de la demanda potencial insatisfecha real, escogimos el valor de 10% de estimación para la creación del nuevo calzado, con esto podemos decir que la empresa “Calzado Family” para el año 2016 comenzará con una producción anual de 3.669 pares de calzado y se extenderá hasta el año 2021 con una producción anual de 3.957 pares de calzado.

## 4.2 Localización

La localización tiene por esencia verificar diferentes zonas donde existe una posibilidad de ubicar el proyecto, esto se lo realiza como una estrategia de escoger el lugar más idóneo, atender los mejores costos, es decir en donde se alcance la ganancia máxima, lograr un enfoque de competencia basado en la reducción de costes y en la rapidez del servicio es fundamental y de resultados a largo plazo, ya que una vez que es creada una empresa no es cosa simple cambiar de domicilio.(RUIZ, MERINO, & CRIADO, 2014).

También debemos mencionar que la empresa “Calzado Family” por su trayectoria en el arte de realizar calzado ya posee una propia planta de producción, en los próximos puntos establecidos se identificarán donde se encuentra establecida la planta y los procesos con los que cuenta.

### 4.2.1 Macro localización

**País:** Ecuador

**Región:** Sierra

**Zona de planificación territorial:** Número 3

**Provincia:** Tungurahua

*Ilustración 25 Macro localización*



*Fuente: (Google Maps, 2017)  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

#### 4.2.1 Micro localización

**Cantón:** Ambato

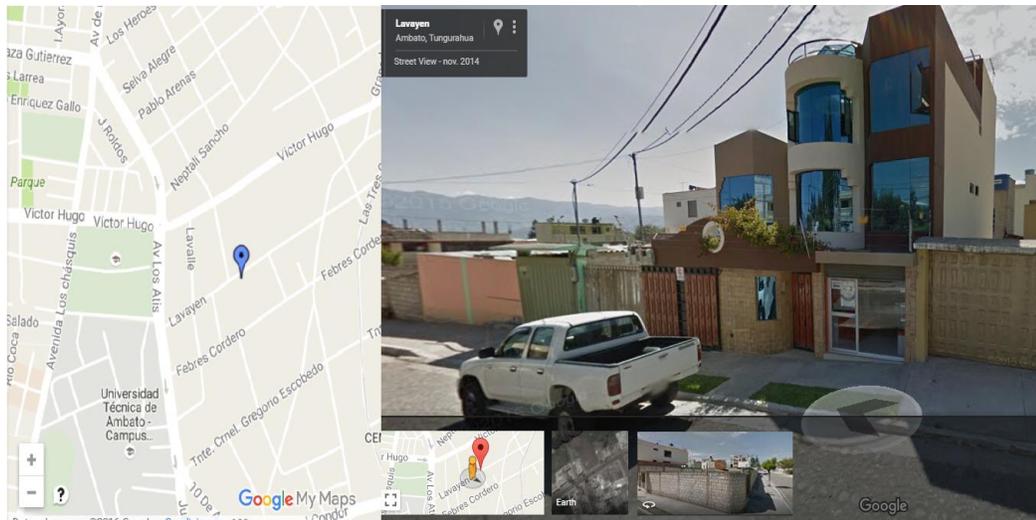
**Parroquia:** Celiano Monje

**Sector:** Los Atis

**Calle principal:** Lavayen

**Calle secundaria:** Lavalle

*Ilustración 26 Micro localización*



*Fuente: (Google Maps, 2017)  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

Como mencionamos anteriormente la empresa “Calzado Family” ya posee su propia planta de producción, lo que a continuación vamos a realizar el método cualitativo por puntos que “consisten en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización” (Baca, 2013b, p. 110), este método lo realizaremos con tres áreas de fabricación de calzado que se pudo identificar que la empresa posee actualmente, esta son el área de preparación y corte, el área de montaje, y el área de terminado y almacenamiento.

Dentro de la planta de producción de la empresa “Calzado Family” hemos podido localizar 3 secciones que serán representadas con sus mejores atribuciones en las siguientes

matrices para cada una de sus áreas de producción, tomando en cuenta que cada una tiene sus propias necesidades para desarrollarse efectiva y eficazmente.

Para poder realizar este procedimiento se utilizara el método cualitativo por puntos y tendrá una escala de valor del 1 al 3.

**Tabla 43** *Tabla de valoración de impacto*

<b>Escala</b>	<b>Impacto</b>
1	Bajo
2	Medio
3	Alto

*Fuente:* (Baca, Evaluación de proyectos 2013)  
*Elaborado por:* Christian Montesdeoca

### Área de preparación y corte

**Tabla 44** *Ponderación área de preparación y corte*

<b>Factores Relevantes</b>	<b>Peso Asignado</b>	<b>Sección A</b>		<b>Sección B</b>		<b>Sección C</b>	
		<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
Espacio Físico	0,26	3	<b>0,78</b>	2	0,52	2	0,52
Seguridad Industrial	0,17	3	<b>0,51</b>	2	0,34	3	0,51
Iluminación	0,2	3	<b>0,6</b>	2	0,4	2	0,4
Infraestructura	0,17	2	<b>0,34</b>	2	0,34	2	0,34
Ventilación	0,2	3	<b>0,6</b>	3	0,6	2	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>SUMA</b>	<b>2,83</b>	<b>SUMA</b>	<b>2,2</b>	<b>SUMA</b>	<b>2,17</b>

*Fuente:* Investigación de campo  
*Elaborado por:* Christian Montesdeoca

### **Análisis:**

Una vez realizado la matriz cualitativa por puntos que enfocan los factores relevantes al área de preparación y corte, podemos definir que la “Sección A” es la idónea para poder establecerla ya que sumado su calificación ponderada obtenemos un valor de 2,83 puntos y es la idónea para tomarla en cuenta.

## Área de montaje

*Tabla 45 Ponderación del área de montaje*

Factores Relevantes	Peso Asignado	Sección A		Sección B		Sección C	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Espacio Físico	0,26	2	0,52	3	<b>0,78</b>	2	0,52
Seguridad Industrial	0,17	3	0,51	3	<b>0,51</b>	2	0,34
Iluminación	0,2	2	0,4	3	<b>0,6</b>	2	0,4
Infraestructura	0,17	2	0,34	2	<b>0,34</b>	3	0,51
Ventilación	0,2	2	0,4	3	<b>0,6</b>	2	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>SUMA</b>	<b>2,17</b>	<b>SUMA</b>	<b>2,83</b>	<b>SUMA</b>	<b>2,17</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

Una vez realizado la matriz cualitativa por puntos que enfocan los factores relevantes al área de montaje, podemos definir que la “Sección B” es la idónea para poder establecerla ya que sumado su calificación ponderada obtenemos un valor de 2,83 puntos y es la idónea para tomarla en cuenta ya que cumple con las características definidas para realizar un correcto proceso de producción.

## Área de terminado y almacenamiento

Tabla 46 Ponderación del área de terminado y almacenamiento

Factores Relevantes	Peso Asignado	Sección A		Sección B		Sección C	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Espacio Físico	0,26	2	0,52	2	0,52	3	0,78
Seguridad Industrial	0,17	3	0,51	2	0,34	3	0,51
Iluminación	0,2	2	0,4	2	0,4	3	0,6
Infraestructura	0,17	2	0,34	3	0,51	2	0,34
Ventilación	0,2	2	0,4	2	0,4	3	0,6
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>SUMA</b>	<b>2,17</b>	<b>SUMA</b>	<b>2,17</b>	<b>SUMA</b>	<b>2,83</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

### Análisis:

Una vez realizado la matriz cualitativa por puntos que enfocan los factores relevantes al área de terminado y almacenamiento, podemos definir que la “Sección C” es la idónea para poder establecerla ya que sumado su calificación ponderada obtenemos un valor de 2,83 puntos y es la idónea para tomarla en cuenta ya que con estas características podremos realizar acabados de calidad y desarrollar correctamente el desenvolvimiento de cada una de las área establecidas.

### 4.3 Ingeniería del proyecto

La ingeniería de proyectos es la etapa en la que se precisan necesariamente los recursos para lograr la ejecución de los proyectos y se consideran las máquinas y equipos, lugar de creación de la empresa, tareas y situaciones así como materias, recursos humanos y todo lo que tenga que ver con la empresa. (Padilla, 2016).

La ingeniería del proyecto examina todo el proceso de producción y también lo verifica paso a paso para evitar minimizar riesgos, puesto que su mejora posee una finalidad como es la de establecer los aspectos técnicos y las distintivos de operación de la unidad productiva de bienes y/o servicios.(Blanco, Usandizaga, & Jaime, 2014).

Para poder conocer la ingeniería de este emprendimiento para la empresa “Calzado Family” vamos a tener que desagregar todas las etapas o pasos que conforman la elaboración de calzado y realizar un pequeño ajuste para poder realizar nuestro producto calzado urbano masculino con capelladas intercambiables.

#### 4.3.1 Producto – Proceso

Un proceso son un conjunto de actividades que se planifican con la motivación de generar participación de un máximo número de personas y de recursos materiales que se coordinan previamente para conseguir un objetivo identificado. Se estudia la forma en que el Servicio diseña, gestiona y mejora sus procesos en acciones para sus estrategias empresariales y para satisfacer plenamente a sus clientes y grupos de interés. (L. Arbós, 2012b).

En este punto vamos a identificar cual es el proceso y actividades que contemplan al momento de la fabricación de calzado urbano masculino con capelladas intercambiables en la empresa “Calzado Family”, con este proceso de fabricación se generará innovación dentro del sector calzado y otorgaremos diferenciación en el mercado.

*Tabla 47 Proceso de producción de calzado*

<b>Número</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Recursos</b>
1	Compra de materia prima	Se adquiere todos los materiales e insumos necesarios para realizar este calzado modular.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuero</li> <li>• Forro</li> <li>• Plantas</li> <li>• Cremalleras</li> <li>• Gerente</li> </ul>
2	Diseño del modelo de calzado	Se dibujan los modelos del calzado en cartulina A4 para poder observar el modelo, se prueba el modelo poniéndolo en su respectiva horma con medida.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartulina</li> <li>• Horma</li> <li>• Lápiz</li> <li>• Diseñador</li> </ul>

3	Control previo diseño	Se realiza las pruebas necesarias para verificar que el diseño propuesto cumpla con las expectativas generadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de producción</li> <li>• Diseñador</li> </ul>
4	Corte de la materia prima manual	El obrero designado, realiza el corte ayudado de una cuchilla y un molde las piezas que sean necesarias de cuero y forro.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chuchilla</li> <li>• Molde</li> <li>• Obrero</li> <li>• Mesa para cortar.</li> </ul>
5	Troquelado, corte con maquinaria	Se utiliza la maquina troqueladora para realizar el corte con sus respectivos moldes las piezas que sean necesarias de cuero y forro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molde</li> <li>• Obrero</li> <li>• Troqueladora</li> </ul>
6	Pintado o rayado	Se utilizan minas de rayado para marcar sobre el cuero las piezas que serán ensambladas posteriormente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minas</li> <li>• Obrero</li> </ul>
7	Destallada o desbastada	Se traslada las piezas cortadas a la maquina destalladora para bajar los bordes a delgados y que mantengan homogeneidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destalladora</li> <li>• Obrero</li> </ul>
8	Aparado o costura	Se cosen las piezas anteriormente seleccionadas para generar el modelo establecido.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquina aparadora.</li> <li>• Hilo</li> <li>• Obrero</li> <li>• Estilete</li> <li>• Pega</li> </ul>
9	Perforado ojáleles	Es el proceso en donde se abren huecos por una máquina remachadora y se ponen ojáleles para pasar los cordones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Máquina remachadora</li> <li>• Ojáleles</li> <li>• Obrero</li> </ul>
10	Contrafuerte	Este refuerzo permite que el talón adquiera firmeza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Máquina de contrafuerte</li> <li>• Contrafuertes</li> <li>• Obrero</li> </ul>
11	Empastado	En este proceso se pega el forro y la capellada para que así genere firmeza la horma del calzado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pega</li> <li>• Obrero</li> </ul>
12	Armado	Las piezas van a la máquina de armada, juntamente con las hormas para que dé forma la parte delantera del calzado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquina armadora</li> <li>• Hormas</li> <li>• Obrero</li> </ul>

13	Cardado	Se lijan los contornos de la planta y se retiran las impurezas sobrantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pulidora</li> <li>• Lijas</li> <li>• Obrero</li> </ul>
14	Control de producción	En este paso se verifica que las piezas cumplan con las expectativas generadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de producción</li> </ul>
15	Cremallera y slyder	En este paso se coloca la cremallera tanto en la capellada realizada anteriormente como también en la suela del calzado con su respectivo slyder para cerrar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pega</li> <li>• Hilo</li> <li>• Obrero</li> <li>• Suela</li> </ul>
16	Activadores	En este proceso se unen la parte superior del zapato y la suela, verificando que encajen una con la otra con facilidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obrero</li> </ul>
17	Control de producción	Se verifica que el calzado contenga las especificaciones y no contenga fallas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de producción</li> </ul>
18	Arreglado y terminado	En este paso se ponen los pasadores, etiquetas, equipando al calzado de sus características empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiales indirectos</li> <li>• Obrero</li> </ul>
19	Empacado	Se empaca en cajas los pares de calzado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obrero</li> <li>• Materiales indirectos</li> </ul>
20	Almacenado	Las cajas de calzado se trasladan a bodega para su correcto almacenamiento en inventario y posterior venta o distribución.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obrero</li> <li>• Sistema de inventario.</li> </ul>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

#### **4.3.2 Balance de materiales**

##### **Materia prima, materiales**

La Materia Prima son todos aquellos recursos naturales sin transformar que se utiliza en la elaboración de productos. Estos elementos se extraen mayormente de la naturaleza y posterior son transformados en diversos bienes y la manera en que lo crean es bajo algún paso técnico. En este sentido se puede destacar que son procesos industriales que utilizan a la materia prima para así poder librar su labor, pues sin la utilización de la misma no podrían llevar a cabo sus objetivos. (Nápoles, 2016).

Los materiales directos, son aquellos elementos cuando se ejerce una manipulación con el objeto se transforma en un producto terminado, estos materiales directos tiene la peculiaridad primordial de conservar elementos vitales que posteriormente conforman el producto y también estas se pueden tener características de medición y peso en forma unitaria de producción. (Bañuelos, 2016).

La materia prima indirecta rige en aquellos bienes tangibles que son inevitables en la fabricación de los productos pero no son sencillamente identificables o que no amerita llevar un control directo sobre ellos y son comprendidos como parte de los costos indirectos de fabricación como materia indirecta. (Rodríguez & Nicolau, 2015).

Con estos conceptos a continuación vamos a identificar la materia prima que posee nuestro producto, conjuntamente con los materiales indirectos que intervienen en el proceso para realizar un calzado urbano con capelladas intercambiables de calidad.

*Tabla 48 Materia Prima*

<b>Artículo</b>	<b>Monto anual</b>	<b>Unidad de medida</b>
Cuero Gamuza Pro	16.877	Pies
Suelas de Crépe	3669	Pares

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

Para realizar el cálculo de la materia prima cuero, dado que los valores proporcionados por la empresa “Calzado Family” se obtuvieron en decímetros se realizó una conversión para conocer el monto anual que debemos tener en existencia y crear este nuevo calzado.

La cantidad de cuero que utiliza en cada par de zapatos la empresa es de 14 decímetros, esto lo multiplicamos por el valor de conversión de (pies a decímetros) que es (0,3281) y obtenemos el valor en pies (4,6), de igual manera lo multiplicamos por la DPI Real con

un valor de (3669) pares de zapatos y obtenemos un total de materia prima a poseer en existencias para realizar este tipo de calzado que es de (16,887) pies anuales.

*Tabla 49 Cálculo de la materia prima cuero*

<b>Cantidad de cuero en cada par (Dm)</b>	<b>Unidad de conversión (Dm a pies)</b>	<b>Cantidad de cuero en cada par (Pies)</b>	<b>DPI Real</b>	<b>Total</b>
14 Dm	0,3281	4,6	3.669	16.877

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 50 Materiales indirectos*

<b>Artículo</b>	<b>Monto anual</b>	<b>Unidad de medida</b>
Cajas de cartón armables 32cm X 20cm	3.669	Unidades
Fundas plásticas transparentes de 20 pulgadas	3.669	Unidades
Fundas tipo sobre para pasadores	3.669	Unidades
Etiquetas colgantes con características del producto	4	Cajas de (1.000) unidades
Fundas plásticas de mano para despacho	8	Paquetes de (500) unidades

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

## **Insumos**

Los insumos son términos aplicados en el ámbito financiero, económico y de marketing, pero fundamentalmente se puede decir que un insumo es cualquier componente que interactúa en la manera que se prepara un producto, se entiende que un producto es todo aquello que se produce para un expreso fin, es aquel material colocado en la manufactura de algo mayor. (A. E. García, 2013).

“Los insumos pueden ser aquellos elementos que interceden al momento de crear y fabricar un producto, estos se consideran básicamente como recursos que se transforman en bienes durante el proceso de producción.” (Fondo Monetario Internacional, 2012).

Entonces podemos definir que los insumos son aquellos artículos necesarios que se adicionan en el proceso de fabricación, para llegar a un producto terminado y de buena calidad, a continuación en la siguiente tabla se identificaran los insumos necesarios para la creación de nuestro calzado urbano con capelladas intercambiables.

*Tabla 51 Insumos*

<b>Artículo</b>	<b>Cantidad por par de zapatos</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Unidad de medida</b>
Compas-reutilizables	3 Para todo el año		Unidad
Esferos punta fina reutilizables	2 Para todo el año		Caja (25 unidades)
Portaminas	1 Para todo el año		Caja (25 unidades)
Minas en carbón	1 Para todo el año		Caja (50 unidades)
Borradores de queso	1 Para todo el año		Caja (15 unidades)
Cartulinas	25 Para todo el año		Pliego de 120 gramos
Hormas de plástico	40 Para todo el año		Par
Reglas metálicas de 30 cm.	5 Todo el año		Unidad
Cepillos cerdas gruesas	6 Todo el año		Unidad
Brochas cerdas normales	6 Todo el año		Unidad
Estilete con ángulo de corte	1 Todo el año		Caja de (15 unidades)
Hojas cuchillas angulares repuesto de estilete	1 Todo el año		Caja de (50 unidades)
Tijeras corte grueso	10 Todo el año		Unidad
Lija gruesa	5 Todo el año		Metros

Aguja industrial	3 Todo el año		Caja de (25 unidades)
Cremallera	0,80	2.936	Metros
Slayder	1	3.669	Unidad
Hilo poliéster alta durabilidad	75 Todo el año		Conos
Plantillas	1	3.669	Pares
Ojalillos plásticos	20	73.380	Unidades o (74 cajas de 1.000 unidades)
Forro interno esponjado de tela	4,6	16.877	Pies
Contrafuerte completo en cáñamo adherible	1	3.669	Unidad
Cordones	0,70	2.569	Metros
Líquido limpiador de suelas	67 Todo el año		Litros
Halogenante	10 Todo el año		Galones
Pega líquida cian extra fuerte	10 Todo el año		Galones
Marquilla	1	3.669	Pares

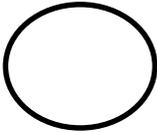
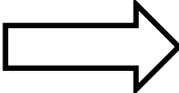
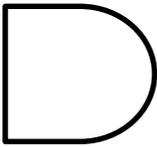
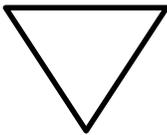
*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Diagrama de flujo**

Un diagrama de flujo se lo puede definir como un conjunto de procesos empresariales en forma de gráficos reales por medio de dibujos, símbolos y signos, con el fin de mostrar información que pueda mejorar su comprensión, estos esquemas o ilustraciones suministran mejor apropiación y asimilación de conceptos. (Viveros, 2013).

Para el presente diagrama de flujo del proceso productivo de la empresa “Calzado Family” se tomarán en cuenta la normativa ASME (American Society of Mechanical Engineers), puesto que nos ayudará a plantear con su simbología un proceso e calidad y acorde a necesidades de la empresa.

*Tabla 52 Simbología normativa ASME*

<b>Simbología</b>	<b>Representación</b>	<b>Descripción</b>
	Operación	Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Transporte	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
	Demora	Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente, en otras ocasiones el propio proceso exige demora.
	Almacenamiento	Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.

*Fuente: Adaptado de Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2014, p. 114  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

Tabla 53 Diagrama de flujo proceso de producción Empresa "Calzado Family"

Empresa "Calzado Family"									
Diagrama de Flujo									
<b>Producto:</b> calzado masculino urbano con capelladas intercambiables					<b>Inicia en:</b> Compra de materia prima e insumos necesarios				
<b>Fábrica:</b> "Calzado Family"					<b>Termina en:</b> Almacenado				
<b>Método:</b> Vertical Normativa ASME					<b>Elaborado por:</b> Christian Montesdeoca				
Fecha: Mes de Abril del 2017									
N. -	Actividad	Tiempo (Minutos)	Distancia (Metros)	○	□	⇒	D	▽	Observación
1	Compra de materia prima e insumos necesarios	45		●					
2	Diseño del modelo	20		●					
3	Verificación del diseño	2			■				
4	Traslado de materiales al área de preparación y corte	2	5			⇒			Carretilla
5	Verificación de hormas	2			■				
6	Seriado de calzado	10		●					
7	Traslado de moldes a obreros	2	5			⇒			
8	Corte manual	5		●					
9	Corte en maquina	3		●					Máquina
10	Rayado de cortes	1		●					
11	Destallado o desbastado	1		●					Máquina
12	Traslado de piezas al área de montaje	1	6			⇒			Caretilla
13	Aparado o costura	2		●					Máquina
14	Perforado de ojáleles	1		●					
15	Aplicación contrafuertes	2		●					

16	Empastado	2							
17	Traslado a máquina armadora	1	2						Carretilla
18	Armado de piezas	2							Máquina
19	Cardado	2							
20	Verificación de producto	1							
21	Cremallera y slyder	2							
22	Activadores	2							
23	Verificación de producto	1							
24	Traslado área de terminado	1							Caretilla
25	Arreglado	3							
26	Empacado	1							
27	Almacenado	1							
<b>TOTAL</b>		118 Minutos	18 Metros	17	4	5	0	1	

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

#### 4.3.3 Periodo operacional estimado para la planta

Algunos proyectos pueden tener un tiempo de vida útil apoyado en un horizonte temporal, pero los tiempos estimados de operaciones son definidos por las proyecciones que se realizan en los proyectos como son la demanda, oferta, ingresos, mercado, esto se lo conoce como las acciones prácticas fundamentales que estimulan la vida útil estimada de los proyectos. (Arata, 2014).

El periodo operacional planteado en este proyecto de emprendimiento para la empresa “Calzado Family” será de 5 años, puesto que las proyecciones y cálculos estadísticos están realizadas para dicho periodo, de igual manera podríamos decir que la vida útil de materiales maquinarias y equipos son para este periodo de tiempo, se podría decir que es

un tiempo estimado para poder conocer todas sus fluctuaciones y comportamientos en el mercado a largo plazo.

#### 4.3.4 Capacidad de producción

La capacidad de un sistema productivo empresarial es planeada en etapa de largo, mediano y corto plazo, con todo esto las decisiones a nivel, táctico, estratégico y operativo son de gran importancia para lograr efectos esperados, a esto igualmente se lo puede contemplar como parte fundamental el volumen de producción, almacenado o producido sobre una unidad de tiempo.(Fidalgo & Victoria, 2013)

La capacidad de producción muestra qué dimensión debe adoptar una estructura económica, pues si el contenido es mucho mayor que la fabricación real estaremos desperdiciando recursos, lo ideal es que el contenido debe generar un apoyo a la estrategia con el fin de optimizar la posición de competencia en la empresa referente al mercado, evitando la sobrecapacidad del sector industrial adaptándonos a diferentes variaciones y niveles de producción. (Arbós, 2012).

*Tabla 54 Capacidad de producción empresa "Calzado Family"*

<b>Producción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>DPI Real</b>	<b>Explicación</b>
Diaria	15	10%	Valor calculado, al dividir 306 pares mensuales sobre 20 días laborables mensuales.
Mensual	306		Valor calculado, al dividir 3669 pares anuales sobre 12 meses que tiene el año
Anual	3.669		Valor calculado, al multiplicar el 10% estimado de tamaño óptimo de producción con la demanda potencial insatisfecha.

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

#### **Análisis:**

La capacidad de producción para la empresa “Calzado Family”, se la realizó tomando el 10% estimado de producción, este porcentaje lo multiplicamos por el valor de la demanda potencial insatisfecha que su valor para el año de estudio es de (36.689) pares de calzado,

obteniendo una DPI real de (3.669) pares de calzado al año estudiado, esto igualmente lo dividimos para 12 meses del año y obtenemos (306) pares de calzado mensual y de igual manera lo dividimos para 20 días laborables y obtenemos (15) pares de calzado que se realizaran diariamente.

#### 4.3.5 Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out)

La distribución de la maquinaria y equipos en una empresa comprobará en alto grado de tecnología y eficiencia operacional de una planta industrial, es importante porque afecta al tiempo y procesos de materiales y operarios, así como también en inversiones. (Arbós, 2012).

La distribución empresarial en una planta de producción consiste masivamente en la generación de valor con los factores disponibles, de modo que se contempla en un sistema de beneficios preparado de lograr los objetivos fijos de la forma más conveniente y eficiente posible en las empresas. (Cuatrecasas, 2017).

*Tabla 55 Maquinaria*

Descripción	Cantidad	Gráfica
<p><b>Máquina de troquelar Atom 6999.</b>                      -La Serie Multiforce permite ajustar automáticamente la potencia de corte.                      -Posible utilizar moldes de pequeño a gran tamaño sin cambiar la configuración.                      -Esta función simplifica el uso y reduce hasta el 50% del consumo de la placa de corte.</p>	1 unidad	
<p><b>Máquina desbastadora de cuero GoldenWheel.</b>                      -Esta máquina industrial es conveniente para rebajar el calibre de la piel ya sea total o parcialmente.</p>	1 unidad	

<p>-Se puede ajustar a una anchura de 15mm a 50mm en el desbastado.</p> <p>- Lubricación por goteo y motor de 1750 RPM.</p>		
<p><b>Máquina de coser cuero pesada con triple arrastre cb5500.</b></p> <p>-Para tareas de costura en piezas de tres dimensiones o tubulares, calzado y artículos de cuero.</p> <p>-La máquina de coser recta trabajo pesado equipado con Adler 205 tipo gran lanzadera Barrel, para ciclos más largos de coser.</p> <p>- El largo de puntada máximo de 11 mm ofrece nuevas posibilidades para puntadas decorativas.</p>	<p>1 unidad</p>	
<p><b>Máquina para coser a dos hilos REF: NO5.86</b></p> <p>-Máquina para coser a dos hilos para reparadores de calzados y para pequeñas producciones.</p> <p>-Cuerno de 50 cm. para coser fácilmente calzados y botas de cualquier tipo.</p> <p>-Horno de 50 cm de alto para facilitar la costura de zapatos</p>	<p>1 unidad</p>	
<p><b>Maquina armadora Brasimaq 7 puntas</b></p> <p>-Montadoras automáticas de Estructura Súper Robusta y Extra Pesada.</p> <p>-Sistema plug and work, se enchufan y empiezan a producir de Inmediato.</p> <p>-Armadoras electro hidráulicas con tecnología de punta ítalo germana,</p>	<p>1 unidad</p>	

pinzas inteligentes y ergonómicas.		
------------------------------------	--	--

Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

Tabla 56 Equipos y software

Descripción	Cantidad	Gráfica
<b>Computadora de escritorio</b> -Intel Core I7 6ta generación. -Disco duro de 2000 gb expandible. Memoria Ram 8 gb kingstom expandible. -Monitor led de 20"	1 unidad	
<b>Computadora portátil DELL</b> -Pantalla de 14 pulgadas, 6gb Ram. -1tb disco duro, 5ta generación. -2ghz procesador	1 unidad	
<b>Impresora multifunción Epson</b> -Sistema de tinta continúa. -Sistema de escáner y copidora. -Wifi, pantalla, adf - Fax	1 unidad	
<b>Sistema Mónica v9 Pro + Inventarios</b>	1 unidad	

Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

*Tabla 57 Herramientas*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Gráfica</b>
Martillo Galgo	3 unidades	
Carretilla	2 unidades	
Esmeril angula DEWALT	2 unidades	
Chaira de piedra	2 unidades	
Cortafríos	3 unidades	
Pinzas de remache	2 unidades	

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 58 Muebles y enseres*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Gráfica</b>
Escritorio de oficina	2 unidad	
Mesa para diseño corte, altura regulable	2 unidad	
Sillas ergonómicas giratorias	3 unidades	
Sillas plásticas	20 unidades	

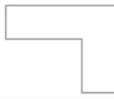
*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 59 Requerimiento de mano de obra*

Descripción	Cantidad	Gráfica
<p><b>Gerente</b> El gerente es la persona que por oficio se encarga de gestionar la parte administrativa, liderazgo y direccionar a la empresa a buenas oportunidades en el mercado</p>	1	
<p><b>Jefe de producción</b> Es una persona que está muy capacitada sobre los procesos empresariales y sabe qué hacer, conoce cómo funcionan las etapas de la empresa y coordina todas las acciones.</p>	1	
<p><b>Jefe Comercial</b> Planificar planes y programas comerciales de atracción y captación de nuevos clientes en el mercado.</p>	1	
<p><b>Secretaria</b> Genera un apoyo administrativo hacia la empresa y sus procesos de calidad.</p>	1	
<p><b>Obrero</b> Son las personas encargadas y capacitadas para utilizar de correcta manera las maquinarias, equipos, materiales y procesos de la empresa.</p>	3	

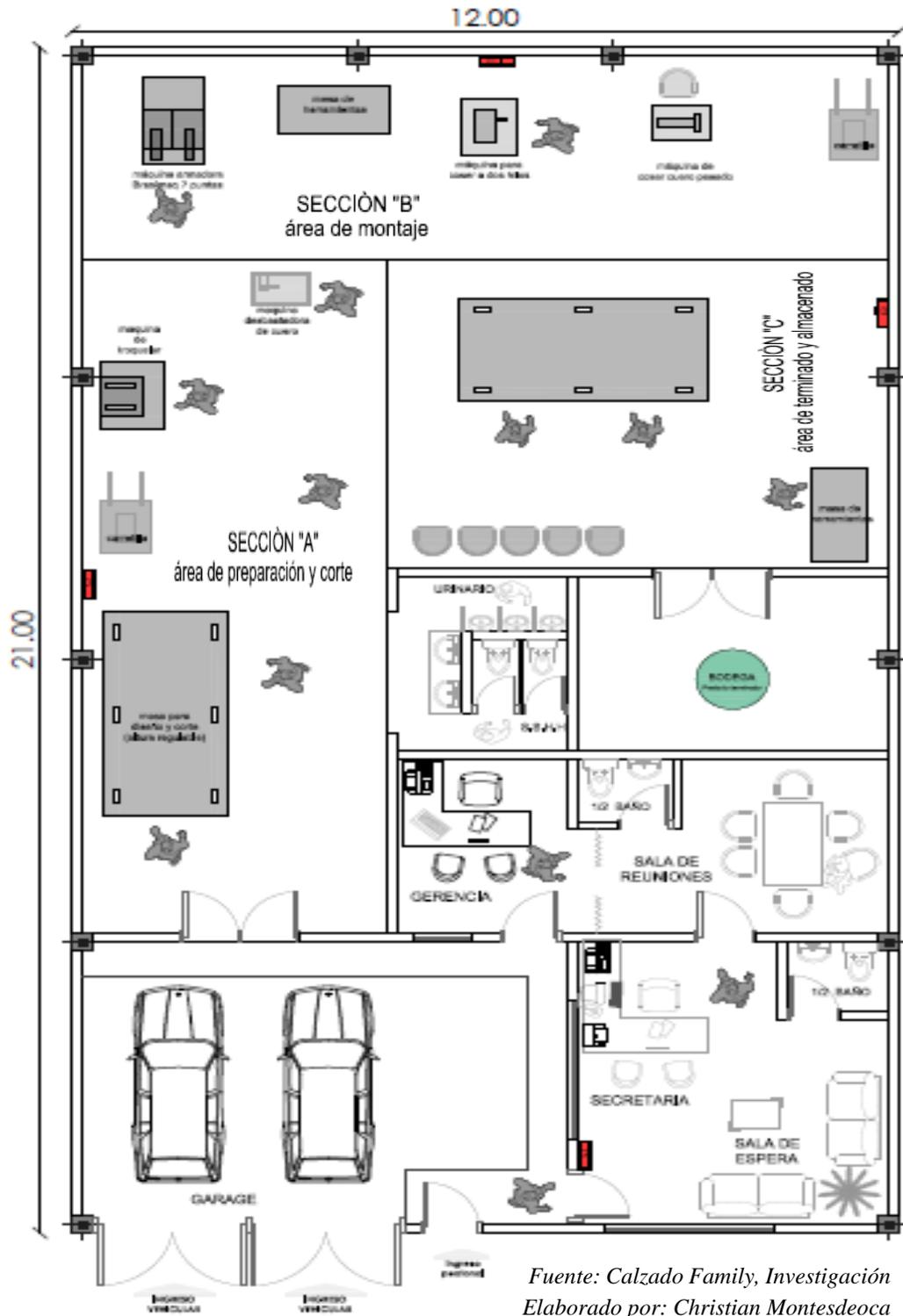
*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 60 Simbología distribución Lay-out*

<b>Descripción</b>	<b>Símbolo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Símbolo</b>
Contra incendios		Sofá	
Mesa para diseño corte, altura regulable		Mesa para revistas	
Carretilla		Plantas	
Máquina de troquelar		Escritorio de oficina	
Maquina desbastadora de cuero		Computador de escritorio	
Persona		Impresora multifunción	
Maquina armadora Brasimaq 7 puntas		Sillas ergonómicas	
Herramientas		Computador portátil	
Máquina para coser a dos hilos		Lavamanos	
Máquina para coser cuero pesado		Inodoro	
Silla plástica		Urinario	

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

Ilustración 27 Distribución Lay-out de la empresa “Calzado Family”



Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

## CAPITULO V

### Estudio Organizacional

#### 5.1 Aspectos generales

La empresa “Calzado Family” es creada en el año de 2002 gracias a la visión del fundador de la empresa el Sr. Wilson Supe en la creación de calzado masculino formal, toma el nombre de esta empresa ya que gracias al apoyo de toda su familia, esposa e hijos, lograron cristalizar el sueño de tener su propia empresa e ingresos propios, durante el transcurso de 10 años de vida que la empresa ha logrado hasta el día de hoy se ha consolidado en el mercado ambateño con sus productos de gran calidad y es por eso que en estos tiempos la empresa “Calzado Family” es muy importante dentro del sector calzado.

La empresa tiene una visión de negocio y de innovación, gracias a ello en el año 2005 decide ser miembro activo en la Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU), en referencia a esto, ha logrado participar en ferias nacionales de calzado demostrando su producto y calidad de fabricación.

De igual manera en el mismo año y hasta la presente fecha, la empresa decide que la capacitación y el conocimiento en procesos de calzado dirigido a todos sus trabajadores son muy importantes, por lo cual decide no dejar pasar oportunidades en cursos y talleres que se imparten en la localidad, como son las capacitaciones de CALTU, MIPRO, SRI, SECAP, y en base a estos conocimientos técnicos recibidos hoy logran generar productos de calidad.

Además “Calzado Family” siendo una pequeña empresa está logrando y generando impactos positivos y diferenciales dentro de su sector, por tal motivo decide crear su insignia estrella “BULL TERRIER” la cual la define hasta el día de hoy y es por ello que gracias a su calidad y esfuerzo realizado, este producto insignia lo podemos encontrar en diferentes centros comerciales de Ambato y en tiendas muy reconocidas como son Vatex, RM, Etafashion, y también en catálogos electrónicos para compras públicas en sectores de gobierno.

## 5.2 Diseño Organizacional

Podemos definir que el diseño organizacional se la puede plantear como la creación de funciones, procesos y relaciones formales en una organización, así como también la de generar procesos estructurales de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las empresas con el fin primordial de alcanzar objetivos y beneficios empresariales. (Sosa, 2014).

### 5.2.1 Niveles jerárquicos

Los niveles jerárquicos dentro de toda empresa deben contar con una estructura tipo piramidal, puede ser vertical u horizontal con características primordiales que indique la posición de importancia, responsabilidad y la función de cada uno de los colaboradores, además estos niveles nos ayudan a organizar de mejor manera los diferentes grados de relación que existe internamente en las empresas. (M. García, 2012)

*Tabla 61 Niveles jerárquicos empresariales*

<b>Nivel</b>	<b>Descripción</b>
Nivel Directivo	Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa.
Nivel Ejecutivo-Administrativo	Este nivel, se puede decir que es el segundo al mando y se encarga de cumplir los planes, programas, métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación y comunicación con el nivel operativo, para su ejecución, además será la entidad que velará el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.
Nivel Operativo	Este tipo de nivel constituye el más importante de la empresa ya que es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo la columna fundamental de la producción y comercialización.
Nivel auxiliar - apoyo	Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

*Fuente: M. García; Fundamentos empresariales; 2012  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 62 Nivel jerárquico de la empresa "Calzado Family"*

<b>Nivel</b>	<b>Cargo en la empresa</b>	<b>Nombre del empleado</b>
Nivel Directivo	Gerente General	Sr. Wilson Supe
Nivel Ejecutivo - Administrativo	Jefe de Producción Jefe Comercial	Ing. Damián Supe Ing. Salomé Suarez
Nivel Operativo	Operarios	Sr. Santiago Calderón Sr. Oswaldo Carvajal Sr. Mauricio Gómez
Nivel auxiliar - apoyo	Secretaria	Sra. Valeria Monar

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **5.2.2 Misión**

La misión indica el método de como empresas e instituciones pretende lograr y consolidar las razones de su existencia, mediante ciertas preguntas se realizan prioridades a la dirección de los negocios de una empresa, menciona diversos mercados a los cuales se dirige, identifica a los clientes y los productos que puede ofrecer. (Serna, 2003).

*Tabla 63 Formulación de la misión para la empresa "Calzado Family"*

<b>Pregunta</b>	<b>Descripción</b>
¿Cuál es el negocio?	Calzado Family se encuentra ubicado en el sector calzado
¿Para qué existe la empresa?	Producir y comercializar calzado masculino con altos índices de calidad.
¿Cuáles son los elementos de diferencia?	Los principales distintivos de la empresa es su calidad en el producto, innovaciones, un excelente servicio y pertenecer a CALTU.
¿Quiénes son nuestros clientes?	Nuestros principales clientes son hombres de 20 a 49 años de edad, funcionarios públicos, docentes y empresas privadas.
¿Cuáles son los productos presentes y futuros?	Calzado urbano, calzado formal, botines de hombre, calzado con capelladas intercambiables.

¿Cuáles son los valores agregados al producto?	Calidad, garantía y diseños innovadores.
¿Cuáles son los compromisos con nuestros grupos de interés?	Honestidad, respeto, trabajo en equipo, profesionalismo.

*Fuente:* Modificado desde Humberto Serna, Gerencia estratégica, 2003  
*Elaborado por:* Christian Montesdeoca

### **Análisis:**

Con esta matriz respondiendo las preguntas de formulación, podemos definir que para la empresa “Calzado Family” su misión es “Crear y comercializar calzado masculino con altos estándares de calidad e innovación, brindando garantía y diseños innovadores al momento de su compra siempre con honestidad y profesionalismo para su satisfacción”.

### **5.2.3 Visión**

La Visión simboliza la opinión empresarial a largo plazo, identifica el marco de reseña en lo que una empresa quiere ser y como espera estar en el futuro, a la visión la define los altos mandos empresariales, además tiene que ser amplia e inspiradora, difundida y comunicada por el equipo de trabajo. (Serna, 2003).

*Tabla 64 Formulación de la visión para la empresa "Calzado Family"*

<b>Pregunta</b>	<b>Descripción</b>
¿Si el producto o servicio tuviese éxito como seria al mediano plazo?	“Calzado Family” tiene pensado llegar a exportar sus productos a diferentes países con tratados arancelarios.
¿Qué logros le gustaría recordar dentro del largo plazo?	Ser una empresa ecuatoriana reconocida nacionalmente, además de ser pionera en la marca primero ecuador.
¿Qué avances tecnológicos puede incorporar?	Los principales avances que se pretende es renovar nuestras maquinarias a una gama mayor para mejorar la producción, además de sistematizar los procesos y mejorar las redes de mercadeo.

¿Qué innovaciones podrían hacerse a los productos?	Mejorar los diseños conforme a la moda estacional del mercado.
¿Qué expectativas de los clientes se pueden satisfacer a mediano y largo plazo?	Mayor diversificación de modelos y materiales para cubrir más calidad.
¿Qué tipo de talento humano se puede requerir dentro del mediano plazo?	Dentro del punto de fabricación se necesitaría mayor cantidad de obreros con experiencia en fabricación de calzado, además de un diseñador propio. Dentro de lo administrativo personal calificado en administración para agregar procesos y mejorar la atención.
¿Qué posición se piensa ocupar en el largo plazo en el mercado?	Ser una empresa ecuatoriana que genere tendencias en moda además de tener ventaja competitiva en costos y calidad.

*Fuente:* Modificado desde Humberto Serna, Gerencia estratégica, 2003  
*Elaborado por:* Christian Montesdeoca

### **Análisis:**

Una vez habiendo respondido estas preguntas podemos definir que la visión de la empresa “Calzado Family” es “Ser una empresa ecuatoriana reconocida con la marca primero Ecuador que genere tendencias en moda con liderazgo en costos y posea ventajas competitivas en el sector calzado, comprometida a satisfacer necesidades con productos de alta calidad”.

## 5.2.4 Valores y principios empresariales

Tabla 65 Matriz Axiológica de la empresa ""Calzado Family""

Valores vs Grupos de interés.	Respeto	Honestidad	Calidad	Trabajo en equipo	Profesionalismo
Estado	X	X			
Empresa	X	X	X	X	X
Proveedores	X	X			
Distribuidores	X	X	X	X	X
Clientes	X	X	X	X	X
Sociedad	X	X	X		X
<b>TOTAL</b>	<b>6X</b>	<b>6X</b>	<b>4X</b>	<b>3X</b>	<b>4X</b>

Fuente: Modificado desde Kotler & Armstrong, *fundamentos de marketing*, 2003  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

### Análisis:

En esta matriz axiológica representada podemos encontrar los grupos de interés que ha logrado poseer la empresa “Calzado Family” a lo largo de su vida empresarial y sus valores que brindan a estos grupos, es muy importante representar a los valores empresariales ya que gracias a ello ha podido consolidarse dentro del sector calzado y generar una estabilidad empresarial, los vamos a destacar en orden de importancia.

**Respeto:** Este tipo de valor es muy fundamental brindar a nuestros grupos de interés y posee una ponderación de 6X en la matriz axiológica ya que gracias a ello vamos a demostrar el aprecio, consideración y atención por parte de la empresa a todos los grupos de interés.

**Honestidad:** Este valor está representada en la matriz axiológica también como uno de los más importantes, con una ponderación de 6X ya que es una virtud que posee la empresa a lo largo de su vida con todos los grupos de interés.

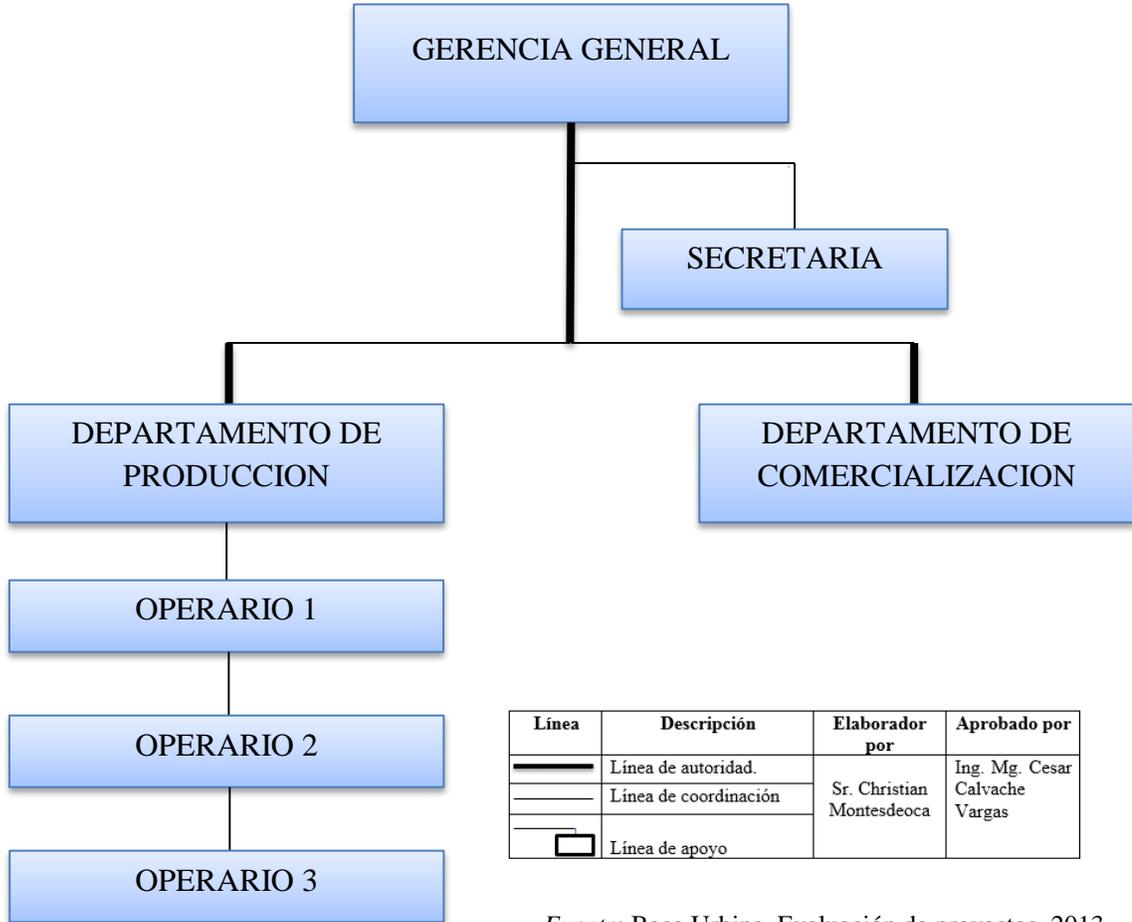
**Calidad:** Este valor igualmente está representado y es importante, lo ponderamos con 4X ya que interviene con identificados grupos de interés que la empresa posee hasta el día de hoy.

**Profesionalismo:** Este valor lo podemos representar en la matriz axiológica con una ponderación de 4X ya que representa, los comportamientos y actitudes que la empresa da a conocer a sus grupos de interés.

**Trabajo en equipo:** Este valor de igual manera en la matriz axiológica lo ponderamos con 3X, pero esto no significa que sea menos importante es justamente porque el trabajo en equipo se lo demuestra en la empresa a nuestros distribuidores y nuestros clientes.

### 5.3 Estructura organizativa

Ilustración 28 Organigrama estructural de la empresa "Calzado Family"



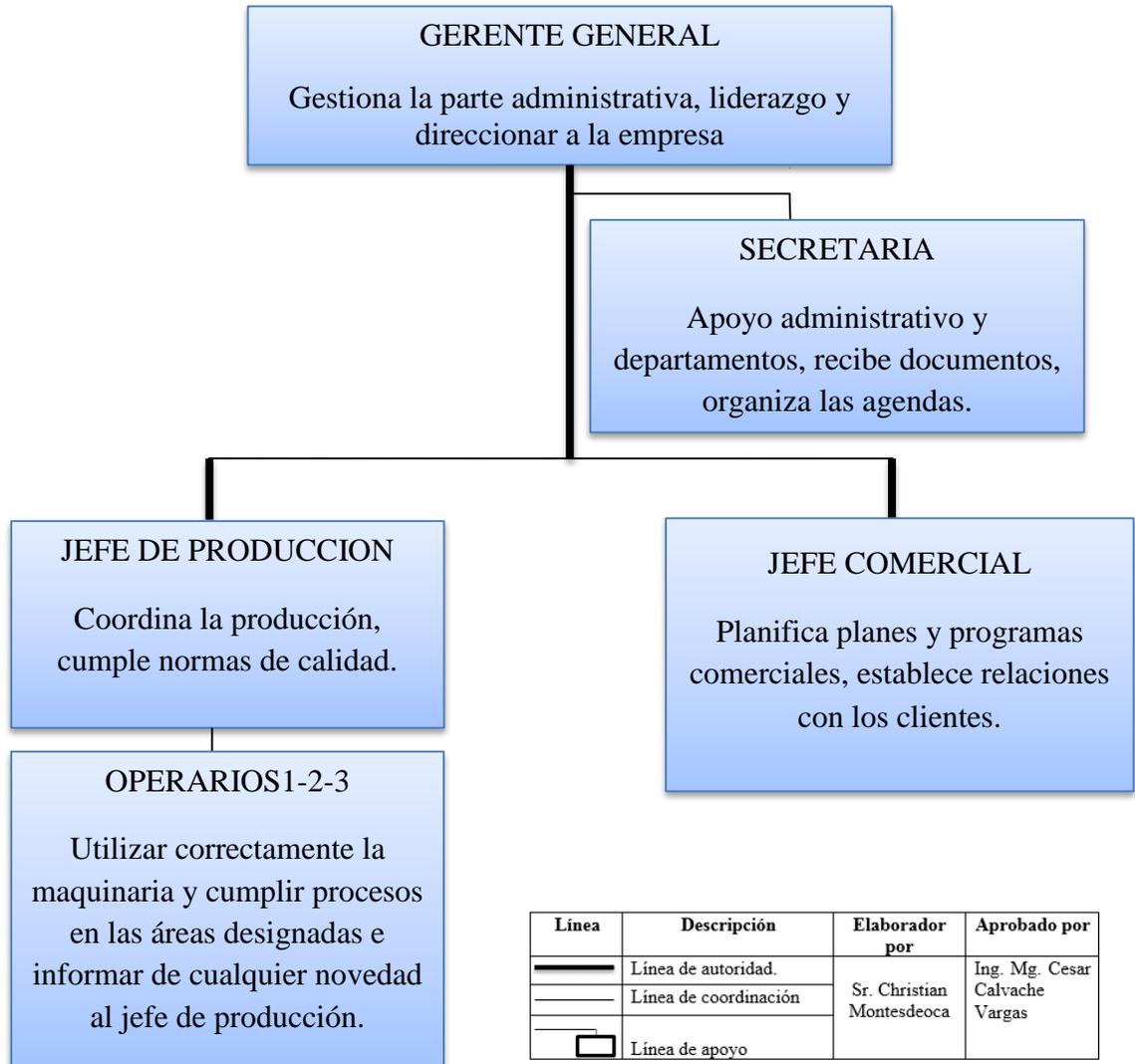
Fuente: Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013  
 Elaborado por: Christian Montesdeoca

Línea	Descripción	Elaborador por	Aprobado por
	Línea de autoridad.	Sr. Christian Montesdeoca	Ing. Mg. Cesar Calvache Vargas
	Línea de coordinación		
	Línea de apoyo		

Fuente: Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013  
 Elaborado por: Christian Montesdeoca

## 5.4 Estructura funcional

*Ilustración 29 Organigrama funcional de la empresa "Calzado Family"*



*Fuente:* Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013  
*Elaborado por:* Christian Montesdeoca

## 5.5 Manual de funciones

Tabla 66 Manual de funciones Gerente General

	EMPRESA "CALZADO FAMILY"	Fecha	01-05-2017
			Página
		Sustituye	
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha	
		Página	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Nivel de cargo:</b>	Nivel Directivo		
<b>Nombre del cargo:</b>	Gerente General		
<b>Jefe inmediato:</b>	Ninguno		
<b>Cargos subordinados:</b>	Jefe de Producción, Jefe Comercial, Secretaria, Operarios.		
<b>Número de personas en el cargo:</b>	1 (Uno)		
<b>DESCRIPCION</b>			
<p><b>Propósito del puesto:</b></p> <p>Gestionar la parte administrativa, liderazgo y direccionar de la empresa aplicando técnicas de planificación, organización, dirección, control y seguimiento de todos los planes, programas, proyectos, metas y objetivos trazados en la empresa "Cazado Family".</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planifica estratégicamente las actividades de la empresa a corto, mediano y largo plazo en el sector calzado.</li> <li>• Organiza la empresa con vinculación a los objetivos de la misma y mejora la participación en mercado.</li> <li>• Motiva, integra, promueve, capacita y evalúa a las personas dentro de la empresa.</li> <li>• Decide con respecto a compra de materias primas, participación de eventos, contratación de nuevo personal y maquinaria.</li> <li>• Es el encargado de planificar la orientación financiera de la empresa</li> </ul> <p><b>Especificaciones:</b></p> <p>Formación académica: Título de tercer nivel en Administración de Empresas o carreras afines.  Experiencia: Mínima de dos años en cargos de mismas características y responsabilidades.  Conocimientos: Administración empresarial, planes operativos, compras públicas, normas de calidad.  Referencias: Mínimo dos cartas de honorabilidad de empresas que haya laborado anteriormente.  Cualidades: Entusiasta, creativo, dinámico, líder, comunicativo, facilidad de palabra.</p>			

Fuente	Código de referencia	Elaborador por	Aprobado por
Calzado Family, Investigación	GG-ECF	Sr. Christian Montesdeoca	Ing. Mg. Cesar Calvache Vargas

Tabla 67 Manual de funciones Jefe de Producción

	<b>EMPRESA "CALZADO FAMILY"</b>		<b>Fecha</b> 01-05-2017
			<b>Página</b> 2 de 5
	<b>Sustituye</b>		
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Fecha</b>
<b>Página</b>			
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Nivel de cargo:</b>	Nivel Ejecutivo-Administrativo		
<b>Nombre del cargo:</b>	Jefe de Producción		
<b>Jefe inmediato:</b>	Gerente General		
<b>Cargos subordinados:</b>	Operarios.		
<b>Número de personas en el cargo:</b>	1 (Uno)		
<b>DESCRIPCION</b>			
<b>Propósito del puesto:</b> <p>Es aquella persona encargada de, coordinar y supervisar operaciones y procesos de producción de la empresa para que esta opere de la mejor manera.</p>			
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de la documentación de trabajadores antes de su acceso a la obra.</li> <li>• Crea y supervisar el proceso de producción, en todas las fases.</li> <li>• Vigilar que la elaboración de calzado cumpla con las metas propuestas.</li> <li>• Coordina con Gerencia la adquisición de materia prima, insumos y materiales necesarios para fabricar calzado.</li> <li>• Establece controles de calidad del producto terminado.</li> </ul>			
<b>Especificaciones:</b> Formación académica: Título de tercer nivel en carreras técnicas de sector cuero y calzado o tecnólogo. Experiencia: Mínima de dos años en cargos similares. Conocimientos: Rama de cuero y calzado, procesos de calzado, planificación. Referencias: Mínimo dos cartas de honorabilidad de empresas que haya laborado anteriormente. Cualidades: Emprendedor, dinámico, responsable, carismático, comunicador, toma de decisiones.			
<b>Fuente</b>	<b>Código de referencia</b>	<b>Elaborador por</b>	<b>Aprobado por</b>
Calzado Family, Investigación	<b>JP-ECF</b>	Sr. Christian Montesdeoca	Ing. Mg. Cesar Calvache Vargas

Tabla 68 Manual de funciones Jefe Comercial

	<b>EMPRESA "CALZADO FAMILY"</b>	<b>Fecha</b>	01-05-2017
		<b>Página</b>	3 de 5
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Sustituye</b>	
		<b>Fecha</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>Nivel de cargo:</b>	Nivel Ejecutivo-Administrativo		
<b>Nombre del cargo:</b>	Jefe Comercial		
<b>Jefe inmediato:</b>	Gerente General		
<b>Cargos subordinados:</b>	No		
<b>Número de personas en el cargo:</b>	1 (Uno)		
<b>DESCRIPCION</b>			
<p><b>Propósito del puesto:</b></p> <p>Planificar planes y programas comerciales de atracción y captación de nuevos clientes a la empresa utilizando herramientas de marketing y tecnológicas.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proponer, desarrollar e implementar metas y objetivos comerciales.</li> <li>• Evaluar la creación de nuevos servicios identificando nuevas oportunidades de negocio.</li> <li>• Desarrollar estrategias de comunicación, publicidad, mercadeo para la empresa.</li> <li>• Mantener vínculos directos con nuestros clientes, para conocer sus necesidades.</li> <li>• Investigar y prever la evolución de los mercados y la competencia.</li> </ul> <p><b>Especificaciones:</b></p> <p>Formación académica: Título de tercer nivel en carreras administrativas o finanzas  Experiencia: Mínima de dos años en cargos similares.  Conocimientos: Marketing, comunicación estratégica, logística empresarial, Planes empresariales y de comunicación.  Referencias: Mínimo dos cartas de honorabilidad de empresas que haya laborado anteriormente.  Cualidades: Proactivo, dinámico, creativo, comunicador.</p>			

<b>Fuente</b>	<b>Código de referencia</b>	<b>Elaborador por</b>	<b>Aprobado por</b>
Calzado Family, Investigación	<b>JC-ECF</b>	Sr. Christian Montesdeoca	Ing. Mg. Cesar Calvache Vargas

Tabla 69 Manual de funciones Operarios

	EMPRESA "CALZADO FAMILY"	Fecha	01-05-2017
		Página	4 de 5
	MANUAL DE FUNCIONES	Sustituye	
		Fecha	
<p align="center"><b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b></p>			
Nivel de cargo:	Nivel Operativo		
Nombre del cargo:	Operarios		
Jefe inmediato:	Gerente General, Jefe de Producción		
Cargos subordinados:	No		
Número de personas en el cargo:	3 (Tres)		
<p align="center"><b>DESCRIPCION</b></p>			
<p><b>Propósito del puesto:</b></p> <p>Son las personas encargadas y capacitadas para utilizar de correcta manera las maquinarias, equipos materiales, insumos y procesos de la empresa</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza los procesos de producción implantados por el jefe de producción.</li> <li>• Utiliza correctamente las máquinas y herramientas proporcionadas para su trabajo.</li> <li>• Desempeña con eficiencia las actividades encomendadas.</li> <li>• Prepara insumos necesarios para la producción.</li> <li>• Informa al jefe inmediato superior falencias en procesos o máquinas.</li> </ul> <p><b>Especificaciones:</b></p> <p>Formación académica: Bachilleres o tecnólogo en carreras técnicas  Experiencia: Mínima de un año en cargos similares.  Conocimientos: Fabricación de calzado.  Referencias: Mínimo una carta de honorabilidad de empresas que haya laborado anteriormente.  Cualidades: Proactivo, emprendedor, dinámico, receptivo de información y apto aprender.</p>			
<b>Fuente</b>	<b>Código de referencia</b>	<b>Elaborador por</b>	<b>Aprobado por</b>
Calzado Family, Investigación	<b>OP-ECF</b>	Sr. Christian Montesdeoca	Ing. Mg. Cesar Calvache Vargas

Tabla 70 Manual de funciones Secretaria

	EMPRESA "CALZADO FAMILY"	Fecha	01-05-2017
		Página	5 de 5
	MANUAL DE FUNCIONES	Sustituye	
		Fecha	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
Nivel de cargo:	Nivel Auxiliar - Apoyo		
Nombre del cargo:	Secretaria		
Jefe inmediato:	Gerente General		
Cargos subordinados:	No		
Número de personas en el cargo:	1 (Uno)		
<b>DESCRIPCION</b>			
<b>Propósito del puesto:</b>			
<p>Genera un apoyo administrativo hacia la empresa y es apoyo en los documentos que necesita la empresa.</p>			
<b>Funciones:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contesta y realiza llamadas telefónicas.</li> <li>• Responsable de receptor y realizar oficios de proveedores y de gerencia.</li> <li>• Agenda todas las actividades de la empresa.</li> <li>• Atiende a clientes y personas interesadas en los productos empresariales, además de generar una base de datos.</li> <li>• Archivo de documentación apoyado de sistemas informáticos.</li> </ul>			
<b>Especificaciones:</b>			
Formación académica: Bachilleres o tecnólogo en carreras técnicas			
Experiencia: Mínima de un año en cargos similares.			
Conocimientos: Fabricación de calzado.			
Referencias: Mínimo una carta de honorabilidad de empresas que haya laborado anteriormente.			
Cualidades: Proactivo, emprendedor, dinámico, receptivo de información y apto aprender.			

Fuente	Código de referencia	Elaborador por	Aprobado por
Calzado Family, Investigación	SA-ECF	Sr. Christian Montesdeoca	Ing. Mg. Cesar Calvache Vargas

## CAPITULO VI

### Estudio financiero

Dentro del estudio financiero de este proyecto de emprendimiento vamos a identificar, ordenar y sistematizar la información correspondiente al de carácter contable; otorgando un estudio estructurado donde se va a plasmar las inversiones, ingresos y costos que se generarán en la vida útil del proyecto de emprendimiento, con la finalidad de obtener una utilidad por medio de la factibilidad, otorgando seguridad financiera a la empresa “Calzado Family”.

#### 6.1 Inversiones en activos fijos tangibles

Los activos fijos tangibles son aquellos de naturaleza material es decir que se puede tocar, observar a través de los sentidos por ejemplo maquinaria, edificios, muebles, enseres y vehículos; el activo tangible por su naturaleza proporciona ganancias económicas a futuro como resultante de una inversión previa (Corona, 2014).

*Tabla 71 Inversión en maquinaria*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor del activo</b>
Máquina de troquelar Atom 6999	1 unidad	\$ 2.250,00
Máquina desbastadora de cuero Golden Wheel.	1 unidad	\$ 800,00
Máquina de coser cuero pesada con triple arrastre cb5500.	1 unidad	\$ 850,00
Máquina para coser a dos hilos REF: NO5.86	1 unidad	\$ 2.200,00
Maquina armadora Brasimaq 7 puntas	1 unidad	\$ 20.000,00
<b>Valor total</b>		<b>\$26.100,00</b>

Fuente: Calzado Family, Investigación  
 Elaborado por: Christian Montesdeoca  
**Tabla 72 Inversión en equipos de cómputo**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor del activo</b>
Computadora de escritorio	1 unidad	\$ 709,00
Computadora portátil DELL	1 unidad	\$ 1.080,00
Impresora Epson	1 unidad	\$ 260,00
<b>Valor total</b>		<b>\$ 2.049,00</b>

Fuente: Calzado Family, Investigación  
 Elaborado por: Christian Montesdeoca

**Tabla 73 Inversión en herramientas**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor del activo</b>
Martillo Galgo	3 unidades	\$ 60,00
Carretilla	2 unidades	\$ 120,00
Esmeril angula DEWALT	2 unidades	\$ 30,00
Chaira de piedra	2 unidades	\$ 34,00
Cortafríos	3 unidades	\$ 54,00
Pinzas de remache	2 unidades	\$ 28,00
<b>Valor total</b>		<b>\$326,00</b>

Fuente: Calzado Family, Investigación  
 Elaborado por: Christian Montesdeoca

**Tabla 74 Inversión en muebles y enseres**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor del activo</b>
Escritorio de oficina	3 unidades	\$ 450,00
Mesa para diseño y corte	2 unidades	\$ 196,00
Sillas ergonómicas giratorias	2 unidades	\$ 218,00

Fuente: Calzado Family, Investigación  
 Elaborado por: Christian Montesdeoca

Sillas plásticas	2 unidades	\$ 14,00
<b>Valor total</b>		<b>\$878,00</b>

*Tabla 75 Inversión en vehículo*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor del activo</b>
Camioneta sencilla Great Wall WINGLE 2017	1 unidades	\$ 19.000,00
<b>Valor total</b>		<b>\$19.000,00</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 76 Resumen de inversión activo tangible*

<b>Descripción</b>	<b>Valor de inversión</b>
Maquinaria	\$ 26.100,00
Equipo de cómputo	\$ 2.049,00
Herramientas	\$ 326,00
Muebles y enseres	\$ 878,00
Vehículo	\$ 19.000,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$ 48.353,00</b>

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

La inversión en activos tangibles que se realizará para el presente emprendimiento en la empresa “Calzado Family”, será de \$48.353,00 dólares americanos, dicha inversión se estructura de maquinaria con un valor de \$26.100,00, equipo de cómputo con un valor de \$2.049,00, herramientas con un valor de \$326, Muebles y enseres con un valor de \$878,00 y vehículo con un valor de \$19.000,00, estos valores son los que rigen actualmente el mercado ecuatoriano.

## 6.2 Inversiones en activos intangibles

Los activos intangibles son aquellas inversiones que realiza la empresa que no pueden ser perceptivos físicamente; se consideran activos porque ayudan a la organización indirectamente a potenciar un beneficio económico, por ejemplo la marca, la patente, la publicidad, software, entre otros; contablemente dichos activos forman parte del valor de marca de la organización, por tanto se incorpora para su estudio financiero (Pombo, 2015).

*Tabla 77 Inversión en activos intangibles*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor del activo</b>
Publicidad para potenciar la venta de calzado.	En base al plan estratégico	\$ 4.000,00
Sistema Mónica v9 Pro + Inventarios.	1 unidad	\$ 190,00
<b>Valor total</b>		<b>\$4.190,00</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

La inversión en activos intangibles que se realiza para el presente proyecto de emprendimiento es de \$4.190,00 dólares; el mismo está estructurado en la publicidad en base al plan estratégico, que se necesitará invertir para potenciar la venta de la nueva línea de calzado y el sistema de facturación contable Mónica más inventarios.

## 6.3 Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

El activo circulante llamado también activo corriente de una organización, es aquel que está en un estado monetizado es decir dinero líquido que la empresa dispone en cualquier momento; también se considera activos circulantes aquellos que se convierten en efectivo en un tiempo inferior a un año, como acciones o deudas propias de la organización (Altuve, 2014).

## **Caja**

La definición de caja en contabilidad es aquella en donde se registran los ingresos de dinero en efectivo al igual que sus egresos, es decir se detalla aquellos ingresos y egresos que no se encuentran en la cuenta bancos, teniendo dinero de disponibilidad inmediata. La organización maneja una caja de \$2.500,00 dólares por concepto de ventas mensuales en sus locales de venta al público, según el gerente de la empresa “Calzado Family” (Pérez, 2014).

## **Bancos**

Es aquella cuenta donde se registran depósitos a través de una entidad financiera en efectivo o en títulos de valor como el cheque en una cuenta de ahorros o corriente, por concepto de ventas generalmente. La empresa “Calzado Family” generalmente registra un promedio de \$4.000,00 dólares mensuales en su cuenta corriente, información según su gerente (Gudiño, 2014).

## **Inventario**

El inventario es un documento ordenado, detallado, valorando elementos que conforman el patrimonio de una organización, además representa la existencia de materias primas destinados a transformarse en productos terminados; se detalla contablemente como un activo circulante (González, 2015).

Para calcular la cuenta inventarios se procederá aplicar la fórmula de lote económico de compra (EOQ), porque es un modelo de cantidad fija de pedidos, logrando minimizar el costo asociado a la compra y el mantenimiento en el inventario, su objetivo principal es la reducción de costos (Núñez, 2015).

**Simbología:**

EOQ: Cantidad Óptima que se requiere de materia prima

F: Costo de colocar y recibir una orden de compra

U: Consumo anual de unidades de materia prima

C: Tasa pasiva referencial (6,18% Banco Central del Ecuador 2017)

P: Precio unitario de compra

*Ecuación 3 Lote económico*

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 * 30 * 3.669}{0,0618 * 3}}$$

$$EOQ = \sqrt{\frac{220.140}{0,1854}}$$

$$EOQ = \sqrt{1.187.378,64}$$

$$EOQ = 1.089,67$$

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ecuación 4 Inventario*

**Inventario = Lote Económico \* Precio**

$$Inventario = 1.089,67 * 3$$

$$Inventario = \$3.269,01$$

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

## Cuentas por cobrar

Es aquella cuenta contable en donde se plasman los aumentos y disminuciones derivados específicamente de la venta por mercancías, prestación de servicios, a crédito respaldado a través de títulos de crédito, letras de cambio, pagares ,etc. En beneficio de la organización (Cárdenas, 2014).

La empresa “Calzado Family”, cuenta actualmente con una política de crédito de máximo treinta días para sus clientes, con un proceso de documentación legal para garantizar el cobro de la mercancía distribuida.

### *Ecuación 5 Cuentas por cobrar*

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

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\$94.168}{360} * 30$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \$7.847,33$$

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 78 Resumen de inversiones en activos circulantes*

<b>Descripción</b>	<b>Valor de inversión</b>
Caja	\$ 2.500,00
Bancos	\$ 4.000,00
Inventarios	\$ 3.269,01
Cuentas por cobrar	\$ 7.847,33
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$ 17.616,34</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

La inversión que la empresa de “Calzado Family”, que realiza en activos circulantes es de \$17.616,34 dólares americanos, los mismos que se estructuran a partir de la cuenta caja con \$2.500; la cuenta bancos con \$4.000,00, la cuenta inventarios con \$ 3.269,01 y por último cuentas por cobrar con un valor de \$7.847,33, dicho dinero sirva para dar el flujo de efectivo necesario a la organización.

### **Pasivo circulante**

El pasivo circulante en contabilidad se define como una parte del pasivo total, el mismo contiene aquellas obligaciones que tienen una duración menor a un año, por tanto se entiende que no se devolverá la deuda principal durante el año en curso pero si deberá ser cobrado los interés (Herrera, 2015).

Para el cálculo del pasivo circulante, se realiza a través de la tasa circulante; la misma es el valor definido en el mercado bancario y presentado en el Banco Central del Ecuador, indica la tasa que los bancos operarán sin beneficio ni pérdida, para el año 2016 este indicador se estableció en 2,86.

#### *Ecuación 6 Pasivo corriente circulante*

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

$$\text{Pasivo circulante} = \frac{\$ 17.616,34}{2,86}$$

$$\text{Pasivo circulante} = \$6.159,56$$

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

El pasivo circulante que tiene la empresa “Calzado Family”, es de \$6.159,56 dólares, es decir es el monto que la organización tiene en obligaciones con un vencimiento inferior a un año.

## Capital de trabajo

El capital de trabajo es aquel fondo para que la organización lleve con normalidad sus actividades en un corto plazo, este capital establece un equilibrio patrimonial, además evidencia un vínculo directo con las operaciones financieras diarias (Rizzo, 2013).

### *Ecuación 7 Capital de trabajo*

**Capital de trabajo = Total activo circulante – Total pasivo circulante**

**Capital de trabajo = \$17.616,34 – \$6.159,56**

**Capital de trabajo = \$11.457,00**

*Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

## 6.4 Resumen de las inversiones

*Tabla 79 Resumen de las inversiones*

<b>Descripción</b>	<b>Valor de inversión</b>
Activo tangible	\$ 48.353,00
Activo intangible	\$ 4.190,00
Capital de trabajo	\$ 11.457,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$ 64.000,00</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

Dentro del cálculo de resumen de las inversiones para la empresa “Calzado Family” muestra una inversión inicial de \$64.000,00 dólares americanos para el proyecto de emprendimiento, valor que la empresa tendrá que financiar para el desarrollo de la nueva línea de calzado masculino urbano con capelladas intercambiables.

## 6.5 Financiamiento

Determinada la inversión inicial del proyecto, se determina la obtención del recurso monetario, el financiamiento consiste en buscar fuentes en donde facilitarán el recurso

económico, en condiciones favorables y seguras a través de una institución financiera, para continuar con la idea de negocio (Landeta & Cortés, 2015).

La empresa “Calzado Family” aportará directamente con \$10.971,00 dólares para la idea del negocio, según su gerente esta nueva línea es innovadora y potenciará la marca de la empresa y el financiamiento restante se lo realizará a través de una institución bancaria con el valor de \$53.029,00 dólares; para satisfacer el total de la inversión inicial.

*Tabla 80 Financiamiento del proyecto*

<b>Fuentes de financiamiento</b>	<b>Valor de financiamiento</b>	<b>Porcentaje de participación</b>
Aporte empresarial	\$10.971,00	17%
Institución bancaria	\$ 53.029,00	83%
<b>Valor total</b>	<b>\$ 64.000,00</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 81 Financiamiento instituciones financieras locales*

<b>Banco</b>	<b>Interés anual</b>	<b>Plazo</b>	<b>Requisito importante</b>
Banco Guayaquil	14,83%	48 meses	Hipotecario
Banco Pichincha	18,50%	48 meses	Hipotecario/ Garante
Banco Pacífico	11,23%	48 meses	Garante

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

Con la investigación realizada, se concluye que el financiamiento se realizará en el Banco del Pacífico, por tener la tasa de interés más baja comparada con las demás instituciones financieras identificadas, además el trámite bancario que realiza esta institución financiera en cuanto a préstamos de emprendimiento es muy ágil y con poca documentación, obteniendo el dinero de una forma rápida para consolidar el proyecto planteado.

### **6.6 Plan de Inversiones**

El plan de inversiones es el documento en donde se detalla las inversiones actuales y futuras para obtener un panorama más claro del futuro del negocio, el plan de inversiones reduce considerablemente el riesgo, la mayoría de nuevos negocios fracasan al no tener un plan de inversión bien estructurado perdiendo el dinero que se otorgó a la organización (González, 2015).

*Tabla 82 Plan de inversiones del emprendimiento*

<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>
Activo tangible	\$ 48.353,00	Aporte propio	\$ 10.971,00
Activo intangible	\$ 4.190,00	Institución bancaria	\$ 53.029,00
Capital de trabajo	\$ 11.457,00		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 64.000,00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 64.000,00</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

## Análisis

Se presenta este plan de inversiones para la empresa “Calzado Family” y se detalla la estructura de la inversión inicial que es de \$64.000,00 dólares americanos, los mismos serán financiados con un aporte propio de \$ 10.971,00 y su restante \$53.029,00 será cubiertos por la institución financiera elegida en la investigación.

### 6.7 Presupuesto de costo e ingresos

#### Costos de producción

También denominados costos de producción, son aquellos gastos intrínsecamente necesarios para desarrollar una nueva organización, mantener un proyecto de inversión, crear una nueva línea de producción o renovar una maquinaria en recesión, se incluyen costo de materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación (González, 2015).

*Tabla 83 Inversión en Materia prima*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Cuero Gamuza Pro	16.877 pies	\$0,35 x pie	\$ 5.906,95
Suelas de Crépe	3.669 pares	\$3,00 x par	\$ 11.007,00
<b>Valor total</b>			<b>\$ 16.913,95</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 84 Inversión en materiales indirectos*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad en unidades</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Cajas de cartón armables 32cm X 20cm	3.669	\$ 0,30	\$ 1.100,70
Fundas plásticas transparentes de 20 pulgadas	3.669	\$ 0,05	\$ 183,45
Fundas tipo sobre para pasadores	3.669	\$ 0,03	\$ 110,07
Etiquetas colgantes con características del producto	4.000	\$ 0,06	\$ 240,00
Fundas plásticas de mano para despacho	4.000	\$ 0,04	\$ 160,00
<b>Valor total</b>			<b>\$ 1.794,22</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 85 Inversión en insumos*

<b>Artículo</b>	<b>Cantidad por par de zapatos</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor por unidad de medida</b>	<b>Valor total</b>
Compas-reutilizables	3	Para todo el año	Unidad	\$ 0,75	\$ 2,25
Esferos punta fina reutilizables	2	Para todo el año	Caja (25 unidades)	\$ 0,30	\$ 0,60
Portaminas	1	Para todo el año	Caja (25 unidades)	\$ 1,50	\$ 1,50
Minas en carbón	1	Para todo el año	Caja (50 unidades)	\$ 3,00	\$ 3,00
Borradores de queso	1	Para todo el año	Caja (15 unidades)	\$ 1,50	\$ 1,50
Cartulinas	25	Para todo el año	Pliego de 120 gramos	\$ 0,25	\$ 6,25

Hormas de plástico	40 Para todo el año		Par	\$ 12,00	\$ 480,00
Reglas metálicas de 30 cm.	5 Todo el año		Unidad	\$ 0,65	\$ 3,25
Cepillos cerdas gruesas	6 Todo el año		Unidad	\$ 1,00	\$ 6,00
Brochas cerdas normales	6 Todo el año		Unidad	\$ 0,75	\$ 4,50
Estilete con ángulo de corte	1 Todo el año		Caja de (15 unidades)	\$ 8,00	\$ 8,00
Hojas cuchillas angulares repuesto de estilete	1 Todo el año		Caja de (50 unidades)	\$ 8,00	\$ 8,00
Tijeras corte grueso	10 Todo el año		Unidad	\$ 6,50	\$ 65,00
Lija gruesa	5 Todo el año		Metros	\$ 2,50	\$ 12,50
Aguja industrial	3 Todo el año		Caja de (25 unidades)	\$ 7,00	\$ 21,00
Cremallera	0,8	2.936	Metros	\$ 0,75	\$ 2.202,00
Slayder	1	3.669	Unidad	\$ 0,25	\$ 917,25
Hilo poliéster alta durabilidad	75 Todo el año		Conos	\$ 3,00	\$ 225,00
Plantillas	1	3.669	Pares	\$ 0,75	\$ 2.751,75
Ojalillos plásticos	20	73.380	Unidades o (74 cajas de 1000 unidades)	\$ 3,00	\$ 222,00
Forro interno esponjado de tela	4,6	16.877	Pies	\$ 0,12	\$ 2.025,24
Contrafuerte completo en cáñamo adherible	1	3.669	Unidad	\$ 0,25	\$ 917,25
Cordones	0,7	2.569	Metros	\$ 0,10	\$ 256,90

Líquido limpiador de suelas	67 Todo el año		Litros	\$ 1,35	\$ 90,45
Halogenante	10 Todo el año		Galones	\$ 5,00	\$ 50,00
Pega líquida cian extra fuerte	10 Todo el año		Galones	\$ 3,50	\$ 35,00
Marquilla	1	3.669	Pares	\$ 0,15	\$ 550,35
<b>TOTAL INSUMOS</b>					<b>\$ 10.866,54</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Depreciación y amortización**

La depreciación en contabilidad se entiende como la reducción del valor de los activos fijos tangibles, los activos tienen una vida útil estimada por el desgaste debido a la actividad económica y por el pasar del tiempo, además económicamente la depreciación se asocia con la devaluación, es decir el declive nominal de una moneda frente a una moneda extranjera (Fernández, 2014).

La amortización contablemente se aplica por lo general a los activos fijos intangibles; se define como la reducción del valor de los activos que se plasman en el sistema contable, además la amortización permite que los costos de una inversión se dividan entre los años que se usará dicha inversión (González, 2015).

El método de cálculo tanto para la depreciación y amortización; es el de la línea recta o método lineal, porque es la más utilizada por su sencillez y fácil aplicación; consiste en distribuir el costo actual del bien en fracciones iguales durante sus años de vida útil (Fernández, 2014).

*Ecuación 8 Método lineal*

$$D\&A = \frac{\text{Costo del activo}}{\text{Número de años de vida útil del activo}}$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 86 Cálculo del cargo a depreciación y amortización de activos anual.*

<b>DEPRECIACIÓN</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor del activo</b>	<b>Valor depreciación</b>
Maquinaria	\$26.100,00	\$5.220,00
Equipo de cómputo	\$2.049,00	\$409,80
Herramientas	\$326,00	\$65,20
Muebles y enseres	\$878,00	\$175,60
Vehículo	\$19.000,00	\$3.800,00
<b>VALOR TOTAL DEPRECIACIÓN</b>		<b>\$9.670,60</b>
<b>AMORTIZACIÓN</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor del activo</b>	<b>Valor amortización</b>
Publicidad para potenciar la venta de calzado.	\$ 4.000,00	\$ 800,00
Sistema Mónica v9 Pro + Inventarios	\$ 190,00	\$ 38,00
<b>VALOR TOTAL AMORTIZACIÓN</b>		<b>\$ 838,00</b>
<b>CARGO GENERAL DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN</b>		<b>\$10.508,60</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 87 Mantenimiento de maquinaria y equipos de cómputo*

<b>Descripción</b>	<b>Número de mantenimientos anuales</b>	<b>Valor unitario del mantenimiento</b>	<b>Valor total del mantenimiento</b>
Máquina de troquelar Atom 6999	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Máquina desbastadora de cuero GoldenWheel.	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Máquina de coser cuero pesada con triple arrastre cb5500.	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Máquina para coser a dos hilos REF: NO5.86	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Maquina armadora Brasimaq 7 puntas	2	\$ 110,00	\$ 220,00
Computadora de escritorio	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Computadora portátil DELL	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Impresora Epson	2	\$ 35,00	\$ 70,00
<b>TOTAL MANTENIMIENTO</b>			<b>\$ 600,00</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

El mantenimiento de la maquinaria y equipo de cómputo para la empresa “Calzado Family” será de una a dos veces por año, según el requerimiento de cada una de las máquinas, sin embargo los equipos detallados son nuevos, por tanto los mantenimientos son preventivos para que no disminuya el nivel de productividad de la empresa.

*Tabla 88 Mano de obra*

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo mensual unitario</b>	<b>Sueldo anual total</b>
Jefe de producción	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>			
Obrero	3	\$ 375,00	\$ 13.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 18.300,00</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 89 Resumen de los costos de producción*

<b>Descripción</b>	<b>Valor de inversión</b>
Materia prima	\$ 16.913,95
Materiales indirectos	\$ 1.794,22
Insumos	\$ 10.866,54
Cargo depreciación y amortización	\$ 10.508,60
Mantenimiento de maquinaria y equipos	\$ 600,00
Mano de obra	\$ 18.300,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$ 58.983,31</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

Los costos de producción de la empresa “Calzado Family” para la implementación de la nueva línea de calzado es de \$58.983,31 dólares, dicho valor está constituido por materia prima con un valor de \$16.913,95, materiales indirectos con un valor de \$1.794,22, insumos con \$10.866,54, además el cargo de depreciación y amortización de los activos con un valor de \$10.508,60, mantenimiento de maquinaria con un valor de \$600 y la mano de obra que se empleará con un total de \$18.300, cabe recalcar que los valores expuestos son anuales.

### Costos administrativos

Los costos administrativos son todos aquellos recursos monetarios destinados a las operaciones, tramites, movimientos y manejos internos de la organización. Dichos costos son directamente para la administración general del negocio y no para sus actividades productivas (Vásquez, 2016).

*Tabla 90 Inversión en materiales de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Hojas papel bond resmas formato A4	5 resmas	\$4,00	\$20,00
Archivadores	7 unidades	\$1,50	\$10,50
Engrapadora	2 unidades	\$6,00	\$12,00
Perforadora	1 unidad	\$5,00	\$5,00
Resaltador	3 unidades	\$1,20	\$3,60
Grapas	5 cajas de 100 un.	\$0,80	\$4,00
Clips	5 cajas de 100 un.	\$1,30	\$6,50
Lapiceros	3 cajas de 30 un.	\$3,50	\$10,50
Sacapuntas	4 unidades	\$0,30	\$1,20
Carpetas	7 unidades	\$0,25	\$1,75
<b>VALOR TOTAL</b>			<b>\$75,05</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 91 Sueldos administrativos*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo mensual unitario</b>	<b>Sueldo anual total</b>
Gerente general	1	\$ 480,00	\$ 5.760,00
Secretaria	1	\$ 375,00	\$ 4.500,00
<b>TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>			<b>\$ 10.260,00</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 92 Servicios básicos*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo mensual</b>	<b>Costo mensual unitario</b>	<b>Costo anual total</b>
Energía eléctrica	193 kWh.	\$ 0,62	\$ 1.424,34
Agua potable	62 m3	\$ 0,48	\$ 357,12
Telefonía	150 minutos	\$ 0,25	\$ 450,00
Internet	megas ilimitadas	\$ 45,00	\$ 540,00
<b>TOTAL SERVICIOS BÁSICOS</b>			<b>\$ 2.771,46</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 93 Resumen de los costos administrativos*

<b>Descripción</b>	<b>Valor de inversión</b>
Materiales de oficina	\$ 75,05
Sueldos administrativos	\$ 10.260,00
Servicios básicos	\$ 2.771,46
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$ 13.106,51</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

Los costos administrativos que la empresa “Calzado Family” destina en este proyecto son de \$13.106,51 dólares, estructurados por el costo en materiales de oficina que son de \$75,05, sueldos administrativos con un valor de \$10.260,00 y servicios básicos de \$2.771,46, los valores presentes son anuales.

### **Costos de venta**

Los costos de venta son aquellos recursos monetarios destinados para lograr vender el producto que la organización está ofertando; es decir es el costo del esfuerzo que se necesita para que el producto pueda llegar al consumidor final logrando cumplir con el objetivo organizacional propuesto (González, 2015).

*Tabla 94 Salarios*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo mensual unitario</b>	<b>Sueldo anual total</b>
Jefe de comercialización	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
<b>TOTAL SALARIO</b>			<b>\$ 4.800,00</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 95 Movilización*

<b>Descripción</b>	<b>Recorrido anual en número de viajes</b>	<b>Requerimiento mensual</b>	<b>Valor mensual de requerimiento</b>	<b>Valor total anual</b>
Mantenimiento vehicular	24 viajes	1 mantenimientos básicos	\$ 25,00	\$ 300,00
Combustible		35 galones	\$ 1,48	\$ 621,60
Otros gastos		Peajes, comida, otros	\$ 10,00	\$ 240,00
<b>TOTAL MOVILIZACIÓN</b>				<b>\$ 1.161,60</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Tabla 96 Resumen costos de venta*

<b>Descripción</b>	<b>Valor de inversión</b>
Salarios	\$ 4.800,00
Movilización	\$ 1.161,60
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$ 5.961,60</b>

*Fuente: Calzado Family, Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

La empresa “Calzado Family” presenta un costo de venta total de \$5.961,60 dólares; conformados por los salarios con un valor de \$4.800 y la movilización necesaria con un valor de \$1.161,50 dólares.

## Costos financieros

El costo financiero es aquel que se genera al momento de obtener recurso monetario de una institución financiera, es decir el interés calculado sobre el monto del capital a financiarse, el mismo debe ser cubierto a su acreedor en un determinado periodo de tiempo, generalmente son plasmadas las tablas de amortización (Fernández, 2014).

*Tabla 97 Costo financiero*

	<b>Segmento:</b>	Empresa “Calzado Family”	<b>Tasa de interés:</b>	11.23%
	<b>Producto:</b>	PYME PACIFICO	<b>Plazo (meses):</b>	48
	<b>Monto Solicitado:</b>	\$ 53.029,00	<b>Sistema de Amortización:</b>	Alemán
<b>Moneda: DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA</b>				
<b>Cuota</b>	<b>Amortización mensual de capital</b>	<b>Interés mensual</b>	<b>Total cuota financiera</b>	<b>Saldo Capital</b>
1	\$ 1.104,77	\$ 496,50	\$ 1.601,27	\$ 51,924.23
2	\$ 1.104,77	\$ 486,00	\$ 1.590,77	\$ 50,819.46
3	\$ 1.104,77	\$ 475,80	\$ 1.580,57	\$ 49,714.69
4	\$ 1.104,77	\$ 465,30	\$ 1.570,07	\$ 48,609.92
5	\$ 1.104,77	\$ 455,10	\$ 1.559,87	\$ 47,505.15
6	\$ 1.104,77	\$ 444,60	\$ 1.549,37	\$ 46,400.38
7	\$ 1.104,77	\$ 434,40	\$ 1.539,17	\$ 45,295.61
8	\$ 1.104,77	\$ 423,90	\$ 1.528,67	\$ 44,190.84
9	\$ 1.104,77	\$ 413,70	\$ 1.518,47	\$ 43,086.07
10	\$ 1.104,77	\$ 403,20	\$ 1.507,97	\$ 41,981.30
11	\$ 1.104,77	\$ 393,00	\$ 1.497,77	\$ 40,876.53
12	\$ 1.104,77	\$ 382,50	\$ 1.487,27	\$ 39,771.76
13	\$ 1.104,77	\$ 372,30	\$ 1.477,07	\$ 38,666.99
14	\$ 1.104,77	\$ 362,10	\$ 1.466,87	\$ 37,562.22
15	\$ 1.104,77	\$ 351,60	\$ 1.456,37	\$ 36,457.45
16	\$ 1.104,77	\$ 341,40	\$ 1.446,17	\$ 35,352.68
17	\$ 1.104,77	\$ 330,90	\$ 1.435,67	\$ 34,247.91
18	\$ 1.104,77	\$ 320,70	\$ 1.425,47	\$ 33,143.14
19	\$ 1.104,77	\$ 310,20	\$ 1.414,97	\$ 32,038.37
20	\$ 1.104,77	\$ 300,00	\$ 1.404,77	\$ 30,933.60
21	\$ 1.104,77	\$ 289,50	\$ 1.394,27	\$ 29,828.83
22	\$ 1.104,77	\$ 279,30	\$ 1.384,07	\$ 28,724.06

23	\$	1.104,77	\$ 268,80	\$ 1.373,57	\$ 27,619.29
24	\$	1.104,77	\$ 258,60	\$ 1.363,37	\$ 26,514.52
25	\$	1.104,77	\$ 248,10	\$ 1.352,87	\$ 25,409.75
26	\$	1.104,77	\$ 237,90	\$ 1.342,67	\$ 24,304.98
27	\$	1.104,77	\$ 227,40	\$ 1.332,17	\$ 23,200.21
28	\$	1.104,77	\$ 217,20	\$ 1.321,97	\$ 22,095.44
29	\$	1.104,77	\$ 206,70	\$ 1.311,47	\$ 20,990.67
30	\$	1.104,77	\$ 196,50	\$ 1.301,27	\$ 19,885.90
31	\$	1.104,77	\$ 186,30	\$ 1.291,07	\$ 18,781.13
32	\$	1.104,77	\$ 175,80	\$ 1.280,57	\$ 17,676.36
33	\$	1.104,77	\$ 165,60	\$ 1.270,37	\$ 16,571.59
34	\$	1.104,77	\$ 155,10	\$ 1.259,87	\$ 15,466.82
35	\$	1.104,77	\$ 144,90	\$ 1.249,67	\$ 14,362.05
36	\$	1.104,77	\$ 134,40	\$ 1.239,17	\$ 13,257.28
37	\$	1.104,77	\$ 124,20	\$ 1.228,97	\$ 12,152.51
38	\$	1.104,77	\$ 113,70	\$ 1.218,47	\$ 11,047.74
39	\$	1.104,77	\$ 103,50	\$ 1.208,27	\$ 9,942.97
40	\$	1.104,77	\$ 93,00	\$ 1.197,77	\$ 8,838.20
41	\$	1.104,77	\$ 82,80	\$ 1.187,57	\$ 7,733.43
42	\$	1.104,77	\$ 72,30	\$ 1.177,07	\$ 6,628.66
43	\$	1.104,77	\$ 62,10	\$ 1.166,87	\$ 5,523.89
44	\$	1.104,77	\$ 51,60	\$ 1.156,37	\$ 4,419.12
45	\$	1.104,77	\$ 41,40	\$ 1.146,17	\$ 3,314.35
46	\$	1.104,77	\$ 30,90	\$ 1.135,67	\$ 2,209.58
47	\$	1.104,77	\$ 20,70	\$ 1.125,47	\$ 1,104.81
48	\$	1.104,81	\$ 10,20	\$ 1.115,01	\$ 0.00
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>53.029,00</b>	<b>\$ 12.161,70</b>	<b>\$ 65.190,70</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian

**Tabla 98 Interés anual**

<b>Numero</b>	<b>Interés</b>
Año 1	\$ 5.274,00
Año 2	\$ 3.785,40
Año 3	\$ 2.295,90
Año 4	\$ 806,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.161,70</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Christian

**Análisis:**

El costo financiero de la empresa “Calzado Family” para el presente proyecto de emprendimiento es de \$12.161,70 dólares, valor del interés generado por el Banco del Pacífico con el 11,23% a 48 meses plazo de un monto de \$53.029 con el sistema de amortización Alemán, el valor total que la empresa asumirá con el capital es de \$ 65.190,70 dólares, además el costo financiero es primordial plasmar en las cuentas contables para tener claridad y transparencia en los flujos de efectivo posteriores.

**6.7.1 Situación financiera actual**

El estado financiero actual de empresa se refleja en el estado patrimonial en la etapa de tiempo determinado, orientando a tomar decisiones que afectarán el curso de la empresa a futuro, la información financiera se plasma en el balance de situación, mostrando los pasivos y activos con los que cuenta la empresa en ese momento; dicho documento sirve para comparar con ejercicios contables anteriores mostrando la evaluación o declive de la empresa, este documento generalmente se lo realiza anualmente. (Baca, 2013b).

Tabla 99 Balance general de la empresa "Calzado Family"

<b>EMPRESA</b>			
<b>“CALZADO FAMILY”</b>			
<b>Balance General o Estado de situación Inicial</b>			
<b>Del 1 de Diciembre al 31 de diciembre del 2016</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVO</b>	
<u>Activo circulante</u>		<u>Pasivo circulante</u>	
Caja	\$ 2.500,00	Pasivo circulante	\$ 6.159,56
Bancos	\$ 4.000,00	<b>Total pasivo circulante</b>	<b>\$ 6.159,56</b>
Inventarios	\$ 3.269,01	<u>Pasivo a largo plazo</u>	
Cuentas por cobrar	\$ 7.847,33	Préstamo Bancario	\$ 53.029,00
<b>Total activo circulante</b>	<b>\$ 17.616,34</b>	<b>Total pasivo a largo plazo</b>	<b>\$ 53.029,00</b>
<u>Activos tangibles</u>	-	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 59.188,56</b>
Maquinaria	\$ 26.100,00		
(-) Depreciación maquinaria	-\$ 5.220,00		\$ 462,18
Equipo de cómputo	\$ 2.049,00		
(-) Depreciación equipo de computo	-\$ 409,80		
Herramientas	\$ 326,00	<b>PATRIMONIO</b>	\$ 462,18
(-) Depreciación herramientas	-\$ 65,20		
Muebles y enseres	\$ 878,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 462,18</b>
(-) Depreciación muebles y enseres	-\$ 175,60		
Vehículo	\$ 19.000,00		
(-) Depreciación vehículo	-\$ 3.800,00		
<b>Total activo tangible</b>	<b>\$ 38.682,40</b>		
<u>Activos intangibles</u>	-		
Publicidad	\$ 4.000,00		
(-) Amortización publicidad	-\$ 800,00		
Software Mónica	\$ 190,00		
(-) Amortización software	-\$ 38,00		
<b>Total activo intangible</b>	<b>\$ 3.352,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 59.650,74</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 59.650,74</b>

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

**Gerente propietario**

**Contador**

## 6.7.2 Situación financiera proyectada

Los estados financieros proyectados son documentos que proporcionan información financiera contable que ayuda a tomar decisiones para llegar a cumplir los objetivos y metas de la organización; por tanto su información debe ser precisa, los beneficiarios identificados en el proyecto podrán obtener una idea general y ampliada de cómo se desarrolla el proyecto en el cual invirtieron recurso monetario. (Baca, 2013b).

*Tabla 100 Situación financiera proyectada empresa "Calzado Family"*

<b>EMPRESA</b>					
<b>“CALZADO FAMILY”</b>					
<b>Balance General o Estado de situación Inicial proyectado</b>					
	Año 1 (2017)	Año 2 (2018)	Año 3 (2019)	Año 4 (2020)	Año 5 (2021)
<b>ACTIVO</b>					
<b>Circulantes</b>	<b>\$ 17.813,64</b>	<b>\$ 18.013,16</b>	<b>\$ 18.214,90</b>	<b>\$ 18.418,91</b>	<b>\$ 18.625,20</b>
Caja	\$ 2.528,00	\$ 2.556,31	\$ 2.584,94	\$ 2.613,90	\$ 2.643,17
Bancos	\$ 4.044,80	\$ 4.090,10	\$ 4.135,91	\$ 4.182,23	\$ 4.229,07
Inventarios	\$ 3.305,62	\$ 3.342,65	\$ 3.380,08	\$ 3.417,94	\$ 3.456,22
Cuentas por cobrar	\$ 7.935,22	\$ 8.024,09	\$ 8.113,96	\$ 8.204,84	\$ 8.296,74
<b>Activo tangible</b>	<b>\$ 38.682,40</b>	<b>\$ 29.011,80</b>	<b>\$ 19.341,20</b>	<b>\$ 9.670,60</b>	<b>\$ 0,00</b>
Maquinaria	\$ 26.100,00	\$ 26.100,00	\$ 26.100,00	\$ 26.100,00	\$ 26.100,00
(-) Depreciación maquinaria	-\$ 5.220,00	-\$ 10.440,00	-\$ 15.660,00	-\$ 20.880,00	-\$ 26.100,00
Equipo de cómputo	\$ 2.049,00	\$ 2.049,00	\$ 2.049,00	\$ 2.049,00	\$ 2.049,00
(-) Depreciación equipo de computo	-\$ 409,80	-\$ 819,60	-\$ 1.229,40	-\$ 1.639,20	-\$ 2.049,00
Herramientas	\$ 326,00	\$ 326,00	\$ 326,00	\$ 326,00	\$ 326,00
(-) Depreciación herramientas	-\$ 65,20	-\$ 130,40	-\$ 195,60	-\$ 260,80	-\$ 326,00
Muebles y enseres	\$ 878,00	\$ 878,00	\$ 878,00	\$ 878,00	\$ 878,00
(-) Depreciación muebles y enseres	-\$ 175,60	-\$ 351,20	-\$ 526,80	-\$ 702,40	-\$ 878,00
Vehículo	\$ 19.000,00	\$ 19.000,00	\$ 19.000,00	\$ 19.000,00	\$ 19.000,00
(-) Depreciación vehículo	-\$ 3.800,00	-\$ 7.600,00	-\$ 11.400,00	-\$ 15.200,00	-\$ 19.000,00
<b>Activo intangible</b>	<b>\$ 3.352,00</b>	<b>\$ 2.514,00</b>	<b>\$ 1.676,00</b>	<b>\$ 838,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
Publicidad	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
(-) Amortización publicidad	-\$ 800,00	-\$ 1.600,00	-\$ 2.400,00	-\$ 3.200,00	-\$ 4.000,00
Software Mónica	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00
(-) Amortización software	-\$ 38,00	-\$ 76,00	-\$ 114,00	-\$ 152,00	-\$ 190,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 59.848,04</b>	<b>\$ 49.538,96</b>	<b>\$ 39.232,10</b>	<b>\$ 28.927,51</b>	<b>\$ 18.625,20</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>Pasivo Circulante</b>	<b>\$ 6.228,55</b>	<b>\$ 6.298,31</b>	<b>\$ 6.368,85</b>	<b>\$ 6.440,18</b>	<b>\$ 6.512,31</b>
Pasivo Circulante	\$ 6.228,55	\$ 6.298,31	\$ 6.368,85	\$ 6.440,18	\$ 6.512,31
<b>Pasivo a largo plazo</b>	<b>\$ 53.029,00</b>	<b>\$ 39.771,75</b>	<b>\$ 26.514,50</b>	<b>\$ 13.257,25</b>	<b>\$ 0,00</b>
Préstamo Bancario	\$ 53.029,00	\$ 39.771,75	\$ 26.514,50	\$ 13.257,25	\$ 0,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 59.257,55</b>	<b>\$ 46.070,06</b>	<b>\$ 32.883,35</b>	<b>\$ 19.697,43</b>	<b>\$ 6.512,31</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 590,50</b>	<b>\$ 3.468,90</b>	<b>\$ 6.348,76</b>	<b>\$ 9.230,08</b>	<b>\$ 12.112,89</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$ 59.848,04</b>	<b>\$ 49.538,96</b>	<b>\$ 39.232,10</b>	<b>\$ 28.927,51</b>	<b>\$ 18.625,20</b>

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### 6.7.3 Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingreso, se define como el ejercicio anticipado que muestra el nivel de producción anual con el precio de venta, para estimar los ingresos que la organización obtendrá en cada periodo de tiempo, con ello se obtendrá una idea clara de los ingresos para poder tomar una decisión a futuro que beneficie a la organización (Herrera, 2015).

*Tabla 101 Presupuesto de ingreso de la empresa “Calzado Family”*

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>						
<b>EMPRESA</b>						
<b>“CALZADO FAMILY”</b>						
<b>Año</b>		<b>Demanda potencial insatisfecha real</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingreso diario (20 días)</b>	<b>Ingreso mensual (12 meses)</b>	<b>Ingreso anual</b>
1	2017	3.725	\$ 25,28	\$ 392,32	\$ 7.846,49	\$ 94.157,89
2	2018	3.781	\$ 25,56	\$ 402,75	\$ 8.054,94	\$ 96.659,33
3	2019	3.839	\$ 25,85	\$ 413,45	\$ 8.269,02	\$ 99.228,26
4	2020	3.897	\$ 26,14	\$ 424,44	\$ 8.488,84	\$ 101.866,13
5	2021	3.956	\$ 26,43	\$ 435,72	\$ 8.714,32	\$ 104.571,79

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Gerente propietario**

**Contador**

### 6.7.4 Estado de resultados proyectado

El estado de resultado proyectado es un documento empresarial de carácter financiero contable, que muestra de una manera detallada y de fácil comprensión los ingresos obtenidos y los gastos realizados en un determinado periodo de tiempo, en este estado se puede evidenciar la utilidad o pérdida que ha generado todo tipo de empresas por el trayecto de su actividad. (Baca, 2013b).

Tabla 102 Estado de resultados o balance de pérdidas y ganancias proyectadas en la empresa “Calzado Family”

<b>EMPRESA</b>					
<b>“CALZADO FAMILY”</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADO O BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>					
	<b>Año 1 (2017)</b>	<b>Año 2 (2018)</b>	<b>Año 3 (2019)</b>	<b>Año 4 (2020)</b>	<b>Año 5 (2021)</b>
Ingresos	\$ 94.158,37	\$ 96.660,18	\$ 99.228,46	\$ 101.864,99	\$ 104.571,57
(-) Costos de Producción	\$ 59.643,92	\$ 60.311,94	\$ 60.987,43	\$ 61.670,49	\$ 62.361,20
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 34.514,45</b>	<b>\$ 36.348,24</b>	<b>\$ 38.241,04</b>	<b>\$ 40.194,50</b>	<b>\$ 42.210,37</b>
(-) Costos Administrativos	\$ 13.253,30	\$ 13.401,74	\$ 13.551,84	\$ 13.703,62	\$ 13.857,10
(-) Costos de venta	\$ 6.028,37	\$ 6.095,89	\$ 6.164,16	\$ 6.233,20	\$ 6.303,01
(-) Costos financieros	\$ 5.274,00	\$ 3.785,40	\$ 2.295,90	\$ 806,40	\$ 0,00
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 9.958,77</b>	<b>\$ 13.065,22</b>	<b>\$ 16.229,13</b>	<b>\$ 19.451,28</b>	<b>\$ 22.050,26</b>
(-) Reparto Utilidades trabajadores 15%	\$ 1.493,82	\$ 1.959,78	\$ 2.434,37	\$ 2.917,69	\$ 3.307,54
<b>(=) Utilidad después de impuestos</b>	<b>\$ 8.464,96</b>	<b>\$ 11.105,43</b>	<b>\$ 13.794,76</b>	<b>\$ 16.533,59</b>	<b>\$ 18.742,72</b>
(-) Impuesto a la renta persona natural MIPYME 25%	\$ 2.116,24	\$ 2.776,36	\$ 3.448,69	\$ 4.133,40	\$ 4.685,68
<b>(=) Utilidad Neta del Ejercicio</b>	<b>\$ 6.348,72</b>	<b>\$ 8.329,08</b>	<b>\$ 10.346,07</b>	<b>\$ 12.400,19</b>	<b>\$ 14.057,04</b>
(+) Cargo depreciación y amortización	\$ 10.508,60	\$ 10.508,60	\$ 10.508,60	\$ 10.508,60	\$ 10.508,60
(-) Pago de principales	\$ 13.257,25	\$ 13.257,25	\$ 13.257,25	\$ 13.257,25	\$ 0,00
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$ 3.600,07</b>	<b>\$ 5.580,43</b>	<b>\$ 7.597,42</b>	<b>\$ 9.651,54</b>	<b>\$ 24.565,64</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Christian Montesdeoca

Gerente propietario

Contador

## 6.7.5 Flujo de caja

El flujo de caja es el documento contable que otorga información sobre la entrada y salidas de dinero que tiene la organización en un proyecto determinado; con dicha información se facilita deducir la capacidad de la empresa para pagar sus deudas (Gudiño, 2014).

*Tabla 103 Flujo de caja empresa "Calzado Family"*

<b>EMPRESA CALZADO FAMILY FLUJO DE CAJA</b>						
	<b>Año 0 (2016)</b>	<b>Año 1 (2017)</b>	<b>Año 2 (2018)</b>	<b>Año 3 (2019)</b>	<b>Año 4 (2020)</b>	<b>Año 5 (2021)</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>-\$ 64.000,00</b>	<b>\$ 94.158,37</b>	<b>\$ 96.660,18</b>	<b>\$ 99.228,46</b>	<b>\$ 101.864,99</b>	<b>\$ 104.571,57</b>
Recursos Propios	\$ 10.971,00					
Recursos ajenos	\$ 53.029,00					
Ingresos por ventas		\$ 94.158,37	\$ 96.660,18	\$ 99.228,46	\$ 101.864,99	\$ 104.571,57
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 68.417,00</b>	<b>\$ 69.300,96</b>	<b>\$ 70.194,83</b>	<b>\$ 71.098,71</b>	<b>\$ 72.012,71</b>
Costos Operacionales		\$ 49.135,32	\$ 49.803,34	\$ 50.478,83	\$ 51.161,89	\$ 51.852,60
Costos de venta		\$ 6.028,37	\$ 6.095,89	\$ 6.164,16	\$ 6.233,20	\$ 6.303,01
Costo administrativos		\$ 13.253,30	\$ 13.401,74	\$ 13.551,84	\$ 13.703,62	\$ 13.857,10
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>-\$ 64.000,00</b>	<b>\$ 25.741,37</b>	<b>\$ 27.359,22</b>	<b>\$ 29.033,63</b>	<b>\$ 30.766,28</b>	<b>\$ 32.558,86</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		-	-	-	-	-
Créditos a contratarse a corto plazo		-	-	-	-	-
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>\$ 5.274,00</b>	<b>\$ 3.785,40</b>	<b>\$ 2.295,90</b>	<b>\$ 806,40</b>	<b>\$ 0,00</b>
Interés Pago de créditos a largo plazo		\$ 5.274,00	\$ 3.785,40	\$ 2.295,90	\$ 806,40	\$ 0,00
Otros egresos						
<b>FLUJO NO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 5.274,00</b>	<b>\$ 3.785,40</b>	<b>\$ 2.295,90</b>	<b>\$ 806,40</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-\$ 64.000,00</b>	<b>\$ 20.467,37</b>	<b>\$ 23.573,82</b>	<b>\$ 26.737,73</b>	<b>\$ 29.959,88</b>	<b>\$ 32.558,86</b>

Gerente propietario

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

Contador

## 6.8 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio en una organización sucede cuando se llega al punto de actividad en donde los ingresos por volúmenes de venta, son iguales a los costos generados por la empresa en el mismo periodo contable, se concluye que en ese punto la empresa no genera utilidad alguna pero tampoco significa que esté perdiendo (González, 2015).

*Tabla 104 Clasificación de los costos fijos y variables del proyecto*

<b>EMPRESA “CALZADO FAMILY” CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS</b>				
	<b>Costos fijos</b>	<b>Valor</b>	<b>Costos variables</b>	<b>Valor</b>
	<b>Costos de producción</b>	Depreciación y amortización	\$ 10.508,60	Materia prima
Mantenimiento maquinaria y equipos		\$ 600,00	Materiales indirectos	\$ 1.794,22
Mano de obra		\$ 18.300,00	Insumos	\$ 10.866,54
<b>Costos administrativos</b>	Servicios básicos	\$ 2.771,46	Materiales de oficina	\$ 75,05
	Sueldos administrativos	\$ 10.260,00		
<b>Costos de venta</b>	Sueldos	\$ 4.800,00	Movilización	\$ 1.161,60
<b>Costo financiero</b>	Interés por préstamo bancario	\$ 5.274,00	-	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>Costos fijos</b>	<b>\$ 52.514,06</b>	<b>Costos variables</b>	<b>\$ 30.811,36</b>

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Gerente propietario**

**Contador**

### 6.8.1 Punto de equilibrio en unidades monetarias

*Tabla 105 Punto de equilibrio en unidades monetarias de la empresa “Calzado Family”*

<b>Detalle de las variables:</b>	<b>Valores:</b>
<b>UM:</b> Unidades monetarias	<b>UM:</b> a encontrarse
<b>CF:</b> Costos fijos	<b>CF:</b> \$ 52.514,06
<b>CV:</b> Costos Variables	<b>CV:</b> \$30.811,36
<b>V:</b> Ventas	<b>V:</b> \$94.157,89

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ecuación 9 Punto de equilibrio en unidades monetarias*

$$UM = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$
$$UM = \frac{\$ 52.514,06}{1 - 0,3272}$$
$$UM = \frac{\$ 52.514,06}{0,6728}$$
$$UM = \$78.053,00$$

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

#### **Análisis:**

La empresa “Calzado Family”, tiene un punto de equilibrio en unidades monetarias de \$78.053,00 dólares, es decir la empresa deberá vender dicho valor para que pueda recuperar la inversión realizada y no generar pérdida en el desarrollo del proyecto en su nueva línea de calzado masculino con capelladas intercambiables.

## 6.8.2 Punto de equilibrio en unidades físicas

*Tabla 106 Punto de equilibrio en unidades físicas o en número de productos*

<b>Detalle de las variables:</b>	<b>Valores:</b>
<b>UF:</b> Unidades físicas	<b>UF:</b> a encontrarse
<b>CF:</b> Costos fijos	<b>CF:</b> \$52.514,06
<b>CVU:</b> Costos variables unitarios	<b>CVU:</b> \$8,27
<b>PVU:</b> Precio de venta unitario	<b>PVU:</b> \$25,28

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ecuación 10 Punto de equilibrio en unidades físicas*

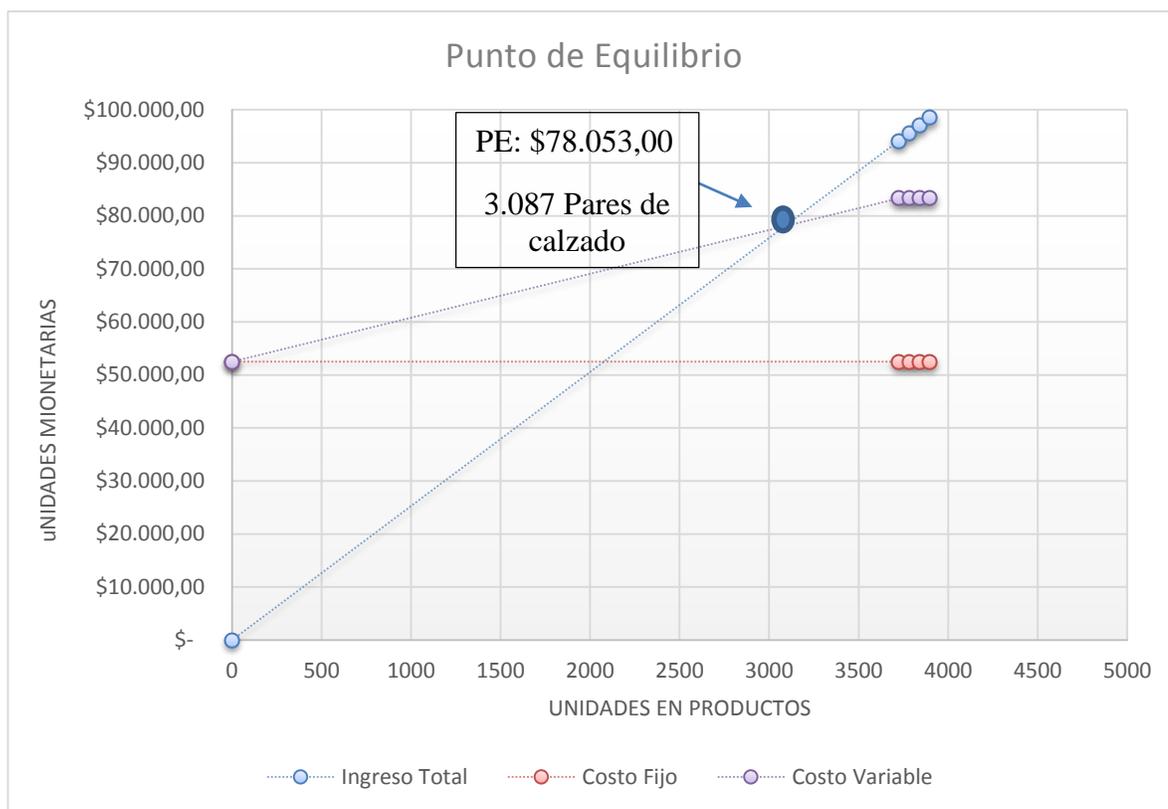
$$\begin{aligned} \mathbf{UF} &= \frac{\mathbf{CF}}{\mathbf{PVU} - \mathbf{CVU}} \\ \mathbf{UF} &= \frac{\$52.514,06}{\$25.28 - \$8,27} \\ \mathbf{UF} &= \frac{\$59.401,76}{\$17,01} \\ \mathbf{UF} &= 3.087,24 \\ \mathbf{UF} &= \mathbf{3.087} \end{aligned}$$

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

La empresa “Calzado Family”, llega a un punto de equilibrio en unidades físicas de 3.087 pares de calzado, es decir que la producción de la organización deberá ser dicho valor expuesto, para que la empresa ni gane ni pierda y pueda desarrollarse a un futuro permitiéndose generar utilidad.

*Ilustración 30 Punto de equilibrio del proyecto en la empresa "Calzado Family"*



*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

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

La tasa mínima aceptable de rendimiento conocido también como  $T_{mar}$ , es aquella tasa mínima que se permitirá conocer a los inversionistas de un proyecto el dinero inyectado en el negocio, la fórmula de la  $T_{mar}$  es la tasa inflacionaria más el premio al riesgo. (Baca, 2013b).

### 6.9.1 Cálculo de la Tmar 1 sin financiamiento

*Tabla 107 Cálculo de la Tmar1 sin financiamiento*

<b>Detalle de las variables:</b>	<b>Valores:</b>
<b>Tmar1:</b> Tasa mínima aceptable de rendimiento	<b>Tmar1:</b> a encontrarse
<b>i:</b> Riesgo país	<b>i:</b> 6,19 % (datos del Banco Central del Ecuador)
<b>f:</b> Inflación	<b>f:</b> 1,12% (datos del Banco Central del Ecuador)

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

*Ecuación 11 Tmar1 sin financiamiento*

$$\mathbf{Tmar1 = i + f}$$

$$\mathbf{Tmar1 = 6,19\% + 1,12\%}$$

$$\mathbf{Tmar1 = 0,0619 + 0,0112}$$

$$\mathbf{Tmar1 = 0,0731 \times 100}$$

$$\mathbf{Tmar1 = 7,31\%}$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### 6.9.2 Cálculo de la Tmar 2 sin financiamiento

*Tabla 108 Cálculo de la Tmar2 sin financiamiento*

<b>Detalle de las variables:</b>	<b>Valores:</b>
<b>Tmar2:</b> Tasa mínima aceptable de rendimiento	<b>Tmar1:</b> a encontrarse
<b>i:</b> Riesgo país	<b>i:</b> 6,19 % (datos del Banco Central del Ecuador)
<b>f:</b> Inflación	<b>f:</b> 1,12% (datos del Banco Central del Ecuador)
<b>2:</b> Constante	

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Ecuación 12 Tmar2 sin financiamiento**

$$\mathbf{Tmar2 = i + 2 f}$$

$$Tmar2 = 6,19\% + (2)(1,12\%)$$

$$Tmar2 = 0,0619 + (2)(0,0112)$$

$$Tmar2 = 0,0843 \times 100$$

$$\mathbf{Tmar2 = 8,43\%}$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

La tasa mínima aceptable de rendimiento sin financiamiento generados en los procesos de cálculo, otorgan una Tmar1 de 7,31% y un Tmar2 de 8,43%; dichas tasas son las que se ofrece a las personas que invierten en el proyecto; es decir es lo mínimo que obtendrán al invertir en el presente proyecto de emprendimiento.

**6.9.3 Tmar1 global mixto con financiamiento**

*Tabla 109 Cálculo de la Tmar1 global mixta con financiamiento*

<b>Proyecto con financiamiento</b>	<b>Valor monetario</b>	<b>Porcentaje de aportación</b>	<b>Tmar1</b>	<b>Porcentaje de Participación</b>
Aporte propio	\$ 10.971,00	17%	7,31%	1,25%
Institución bancaria	\$ 53.029,00	83%	11,23%	9,30%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 64.000,00</b>	<b>100%</b>		<b>10,56%</b>

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

La tasa mínima aceptable de rendimiento 1 con financiamiento es del 10,56%, es la tasa mínima que el proyecto asume con el estudio del financiamiento, es decir dicha tasa expuesta es capaz de pagar los intereses del préstamo de la entidad bancaria y del aporte propio.

#### 6.9.4 Tmar 2 global mixta con financiamiento

Tabla 110 Cálculo de la Tmar2 global mixta con financiamiento

Proyecto con financiamiento	Valor monetario	Porcentaje de aportación	Tmar2	Porcentaje de Participación
Aporte propio	\$ 10.971,00	17%	8,43%	1,45%
Institución bancaria	\$ 53.029,00	83%	11,23%	9,30%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 64.000,00</b>	<b>100%</b>		<b>10,75%</b>

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

#### Análisis:

La tasa mínima aceptable de rendimiento 2 con financiamiento será de 10,75%; es decir que para poder pagar el porcentaje de participación del financiamiento del banco (83%) y pagar el interés del dinero por inversión propia (17%), el rendimiento mínimo será de 10,75%, si la organización reduce la tasa, no podrá cubrir sus costos del capital financiado.

#### 6.10 Valor presente neto o valor actual neto (Van)

El valor actual neto actualiza tanto los pagos como los cobros de un proyecto, al calcular su diferencia, se entiende que para ese proceso se trae a tiempo presente los flujos de efectivo, restando la inversión inicial del proyecto; además es un indicador de rentabilidad que muestra los absolutos netos monetarios, que otorga el proyecto en toda su vida útil (Altuve, 2014).

##### 6.10.1 Cálculo del valor actual neto 1 (Van1)

Para el cálculo del valor actual neto 1; se toma como valor referencial y aplicable en su fórmula la Tmar1 global mixta es decir el 10,56%.

*Ecuación 13 Valor actual neto 1*

$$\begin{aligned} \text{VAN1} &= -\text{Inversión Inicial} + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}_4}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}_5}{(1+i)^5} \\ \text{VAN1} &= -\$64.000,00 + \frac{\$20.467,37}{(1,1056)} + \frac{\$23.573,82}{(1,22)} + \frac{\$26.737,73}{(1,35)} + \frac{\$29.959,88}{(1,49)} \\ &\quad + \frac{\$32.558,86}{(1,65)} \\ \text{VAN1} &= -\$64.000,00 + \$97.349,31 \end{aligned}$$

$$\text{VAN1} = \$33.349,31$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### 6.10.2 Cálculo del valor actual neto 2 (Van2)

Para el cálculo del valor actual neto 2; se toma como valor referencial y aplicable en su fórmula la Tmar2 global mixta es decir el 10,75%.

*Ecuación 14 Valor actual neto 2*

$$\begin{aligned} \text{VAN2} &= -\text{Inversión Inicial} + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}_4}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}_5}{(1+i)^5} \\ \text{VAN2} &= -\$64.000,00 + \frac{\$20.467,37}{(1,1075)} + \frac{\$23.573,82}{(1,23)} + \frac{\$26.737,73}{(1,36)} + \frac{\$29.959,88}{(1,50)} \\ &\quad + \frac{\$32.558,86}{(1,66)} \\ \text{VAN2} &= -\$64.000,00 + \$96.838,73 \end{aligned}$$

$$\text{VAN2} = \$32.838,73$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### Análisis:

Con los resultados obtenidos tanto en el valor actual neto 1 y 2, se concluye dentro del proyecto para la empresa “Calzado Family” que los dos resultados son mayores a 0, por tanto se afirma una factibilidad evidente del presente proyecto de emprendimiento, es decir que la inversión se podrá recuperar y al mismo tiempo generará utilidad para sus inversionistas.

## 6.11 Indicadores financieros

Los indicadores financieros son considerados herramientas que se utilizan con la información contable y financiera de la organización, son capaces de medir estabilidad, capacidad de endeudamiento, liquidez, entre otras; se interpreta los resultantes de los indicadores permitiendo tener un análisis objetivo mostrando una realidad financiera latente; también son referentes para los inversionistas y poder tener una idea general de la organización donde están invirtiendo su dinero ( Padilla, 2015).

### Indicador de solvencia

*Ecuación 15 indicador de solvencia*

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

$$\text{Solvencia} = \frac{\$ 59.650,74}{\$ 59.188,56}$$

$$\text{Solvencia} = \$1,01$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### Análisis:

El indicador financiero de solvencia para el proyecto de emprendimiento de la empresa “Calzado Family”, muestra que por cada dólar invertido tiene la capacidad de recuperar \$1,01 después de realizar la división del activo total sobre el pasivo total.

### Indicador de liquidez

*Ecuación 16 Indicador de liquidez*

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

$$\text{Liquidez} = \frac{\$17.616,34}{\$6.159,56}$$

$$\text{Liquidez} = \$2,86$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

El indicador muestra la capacidad que la organización a través de su proyecto generen dinero en efectivo para responder las obligaciones a corto plazo, además determina solidez. Con el resultante se determina que la empresa “Calzado Family” por cada dólar que la empresa tenga de deuda, se podrá enfrentar con \$2,86.

### **Indicador de endeudamiento**

*Ecuación 17 Indicador de endeudamiento*

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\$ 59.188,56}{\$ 59.650,74} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 99.22\%$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

Dentro del endeudamiento en el proyecto planteado para la empresa “Calzado Family” demuestra que existe un 99.22% lo que significa que este proyecto depende sustancialmente de algún préstamo bancario para poder desarrollarse.

### **Indicador de rentabilidad**

*Ecuación 18 Indicador de rentabilidad del activo*

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}} * 100$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{\$3.600,07}{\$59.848,04} * 100$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = 6,01 \%$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

El indicador de rentabilidad del activo muestra la eficiencia de la inversión de los recursos, el resultado obtenido es en función de los activos utilizados. Con el resultado se concluye que la rentabilidad del activo para el primer año de operación es del 6,01% generando utilidades para sus inversionistas, independientemente de las deudas realizadas; este resultado subirá con los siguientes años de operación, porque se reducen la deuda del financiamiento cada periodo contable.

### **6.12 Tasa beneficio - costo**

La tasa beneficio costo es el indicador en el cual se divide los beneficios del proyecto denominado ingresos sobre los costos (egresos), dicho indicador muestra si la idea de negocio es aceptable siempre y cuando la tasa beneficio costo sea mayor o igual a uno, cuando se llega a ese punto significa que la inversión inicial se recuperó satisfactoriamente después de haber sido evaluado a una determinada tasa, si la tasa es menor a uno no representa una rentabilidad determinada (Vásquez, 2016).

*Ecuación 19 Relación beneficio – costo*

$$\text{R. beneficio/costo} = \frac{\sum \text{Ingresos brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

$$\text{R. beneficio/costo} = \frac{\$496.483,57}{\$351.024,21}$$

$$\text{R. beneficio/costo} = \$1,41$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

La empresa “Calzado Family” muestra una tasa beneficio costo de \$1,41, esto quiere decir es mayor a 1 y se determina una viabilidad del proyecto de emprendimiento, además indica que por cada dólar invertido, el mismo se recuperó y además se obtuvo una rentabilidad adicional de \$0,41 centavos de dólar.

### 6.13 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión es la estimación de tiempo requerido por la organización para que la misma recupere la inversión inicial del proyecto; se calcula a partir de los flujos de efectivo (Baca, 2013).

*Ecuación 20 Periodo de recuperación de la inversión*

$$\text{PRI} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum \text{FNE}}{\text{Número de Años}}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$64.000}{\frac{\$133.297,66}{5}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$64.000}{\$26659,53}$$

$$\text{PRI} = 2,40$$

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**2 años**

0,40 x 12 meses = **4,80 meses**

0,80 x 30 días = **24 días**

#### **Análisis:**

La empresa Calzado Family recuperará la inversión inicial que realizó de \$64.000, para el presente proyecto de emprendimiento en 2 años, 4 meses y 24 días.

### 6.14 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es el interés que el proyecto de inversión otorgará a sus inversionistas por toda la vida útil de la idea de negocio; es decir es el porcentaje total que se pagará por cada una de las inversiones realizadas en el desarrollo de la actividad económica empresarial. Si la tasa interna de retorno es mayor que la tasa mínima aceptable de retorno se concluye que el proyecto de emprendimiento es factible (Pombo, 2015).

*Ecuación 21 Tasa interna de retorno*

$$\begin{aligned} \text{TIR} &= \text{Tmar}_1 + (\text{Tmar}_2 - \text{Tmar}_1) \left( \frac{\text{VAN}_1}{\text{VAN}_1 - \text{VAN}_2} \right) \\ \text{TIR} &= 0,1056 + (0,1075 - 0,1056) \left( \frac{\$33.349,31}{\$33.349,31 - \$32.838,73} \right) \\ \text{TIR} &= 0,1056 + (0,0019) \left( \frac{\$33.349,31}{\$510,58} \right) \\ \text{TIR} &= 0,1056 + (0,0019)(65,32) \\ \text{TIR} &= 0,1056 + 0,1241 \\ \text{TIR} &= 0,2297 \times 100 \\ \text{TIR} &= \mathbf{22,97\%} \end{aligned}$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

Con el resultado obtenido se concluye que la Tasa interna de retorno con un valor de 22,97% es mayor a la tasa mínima aceptable de retorno con valores de Tmar1 10,56% y Tmar2 10,75%; por tanto existe una factibilidad del presente proyecto de emprendimiento beneficiado directamente a los inversionistas de dicho proyecto y a la empresa “Calzado Family” quien va a desarrollar esta nueva línea de calzado urbano masculino con capelladas intercambiables.

**6.15 Análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad es un instrumento financiero para la toma de decisiones, porque permite visualizar en tiempo presente las ventajas y desventajas económicas que suscitarán en dicho proyecto. Los escenarios en donde se desarrolla el análisis de sensibilidad son: a) Pesimista: es el por panorama en donde se desenvuelve el proyecto de inversión, cuando políticas estatales están en contra del sector en el cual estamos desarrollando, b) Optimista: es la probabilidad de lograr más de lo que proyectamos en el tiempo presente, este escenario se presenta para motivar a los inversionistas indecisos

a tomar el riesgo por la idea de negocio; además este escenario aparece también cuando existen políticas adecuadas desarrollando la industria de la que somos parte (Baca, 2013).

### 6.15.1 Escenario pesimista (- 8%)

Tabla 111 Flujo de caja escenario negativo (-8%)

<b>EMPRESA CALZADO FAMILY FLUJO DE CAJA</b>						
	<b>Año 0 (2016)</b>	<b>Año 1 (2017)</b>	<b>Año 2 (2018)</b>	<b>Año 3 (2019)</b>	<b>Año 4 (2020)</b>	<b>Año 5 (2021)</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>-\$ 64.000,00</b>	<b>\$ 86.625,70</b>	<b>\$ 88.927,37</b>	<b>\$ 91.290,19</b>	<b>\$ 93.715,79</b>	<b>\$ 96.205,84</b>
Recursos Propios	\$ 10.971,00					
Recursos ajenos	\$ 53.029,00					
Ingresos por ventas		\$ 86.625,70	\$ 88.927,37	\$ 91.290,19	\$ 93.715,79	\$ 96.205,84
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 68.417,00</b>	<b>\$ 69.300,96</b>	<b>\$ 70.194,83</b>	<b>\$ 71.098,71</b>	<b>\$ 72.012,71</b>
Costos Operacionales		\$ 49.135,32	\$ 49.803,34	\$ 50.478,83	\$ 51.161,89	\$ 51.852,60
Costos de venta		\$ 6.028,37	\$ 6.095,89	\$ 6.164,16	\$ 6.233,20	\$ 6.303,01
Costo administrativos		\$ 13.253,30	\$ 13.401,74	\$ 13.551,84	\$ 13.703,62	\$ 13.857,10
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>-\$ 64.000,00</b>	<b>\$ 18.208,70</b>	<b>\$ 19.626,40</b>	<b>\$ 21.095,36</b>	<b>\$ 22.617,08</b>	<b>\$ 24.193,13</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		-	-	-	-	-
Créditos a contratarse a corto plazo		-	-	-	-	-
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>\$ 5.274,00</b>	<b>\$ 3.785,40</b>	<b>\$ 2.295,90</b>	<b>\$ 806,40</b>	<b>\$ 0,00</b>
Interés Pago de créditos a largo plazo		\$ 5.274,00	\$ 3.785,40	\$ 2.295,90	\$ 806,40	\$ 0,00
Otros egresos						
<b>FLUJO NO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 5.274,00</b>	<b>\$ 3.785,40</b>	<b>\$ 2.295,90</b>	<b>\$ 806,40</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-\$ 64.000,00</b>	<b>\$ 12.934,70</b>	<b>\$ 15.841,00</b>	<b>\$ 18.799,46</b>	<b>\$ 21.810,68</b>	<b>\$ 24.193,13</b>

Gerente propietario

Contador

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

## Valor actual neto escenario pesimista

*Ecuación 22 Valor actual neto 1 escenario pesimista*

$$\text{VAN1} = -\text{Inversión Inicial} + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}_4}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}_5}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN1} = -\$64.000,00 + \frac{\$ 12.934,70}{(1,1056)} + \frac{\$ 15.841,00}{(1,22)} + \frac{\$ 18.799,46}{(1,35)} + \frac{\$ 21.810,68}{(1,49)} + \frac{\$ 24.193,13}{(1,65)}$$

$$\text{VAN1} = -\$ 64.000,00 + \$ 11.699,4705 + \$ 12.959,9138 + \$ 13.911,5165 + \$ 14.598,4960 + \$ 14.646,7299$$

$$\text{VAN1} = -\$64.000,00 + \$67.816,13$$

$$\text{VAN1} = \$3.816,13$$

*Ecuación 23 Valor actual neto 2 escenario pesimista*

$$\text{VAN2} = -\text{Inversión Inicial} + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}_4}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}_5}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN2} = -\$64.000,00 + \frac{\$ 12.934,70}{(1,1075)} + \frac{\$ 15.841,00}{(1,23)} + \frac{\$ 18.799,46}{(1,36)} + \frac{\$ 21.810,68}{(1,50)} + \frac{\$24.193,13}{(1,66)}$$

$$\text{VAN2} = -\$64.000,00 + \$ 11.679,1887 + \$ 12.915,0190 + \$ 13.839,2922 + \$ 14.497,5290 + \$ 14.520,2139$$

$$\text{VAN2} = \$3.451,24$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

## Análisis:

Con los resultados obtenidos tanto en el valor actual neto 1 y 2 en un escenario pesimista con el -8% en los ingresos en la empresa “Calzado Family” se concluye que los dos resultados son mayores a 0, por tanto se afirma una factibilidad evidente del presente proyecto de emprendimiento, es decir que la inversión se podrá recuperar y al mismo

tiempo generará utilidad para sus inversionistas aún si el ingreso en ventas decayera un - 8% en lo estipulado.

### **Tasa beneficio – costo escenario pesimista**

*Ecuación 24 Tasa beneficio - costo escenario pesimista*

$$\mathbf{R. beneficio/costo = \frac{\sum \text{Ingresos brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}}$$

$$\mathbf{R. beneficio/costo = \frac{\$456.764,88}{\$351.024,21}}$$

$$\mathbf{R. beneficio/costo = \$1,30}$$

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

La empresa “Calzado Family” muestra una tasa beneficio – costo en un escenario pesimista de \$1,30, es decir es mayor a 1 y se determina una viabilidad del proyecto de emprendimiento, además indica que por cada dólar invertido, el mismo se recuperó y además se obtuvo una rentabilidad adicional de \$0,30 centavos de dólar.

### **Periodo de recuperación de la inversión escenario pesimista**

*Ecuación 25 Periodo de recuperación de la inversión escenario pesimista*

$$\mathbf{PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum \text{FNE}}{\text{Número de Años}}}}$$

$$\mathbf{PRI = \frac{\$64.000}{\frac{\$93.578,97}{5}}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$64.000}{\$18.715,79}$$

$$\text{PRI} = 3,42$$

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**3 años**

0,42 x 12 meses = **5,04 meses**

0,04x 30 días = **1,2 días**

**Análisis:**

La empresa “Calzado Family” en un escenario pesimista con el 8%, recuperará la inversión inicial que realizó de \$64.000, para el presente proyecto de emprendimiento en 3 años, 5 meses y 1 días.

**Tasa interna de retorno (TIR) escenario pesimista**

*Ecuación 26 TIR escenario pesimista*

$$\text{TIR} = \text{Tmar}_1 + (\text{Tmar}_2 - \text{Tmar}_1) \left( \frac{\text{VAN}_1}{\text{VAN}_1 - \text{VAN}_2} \right)$$

$$\text{TIR} = 0,1056 + (0,1075 - 0,1056) \left( \frac{\$3.816,13}{\$3.816,13 - \$3.451,24} \right)$$

$$\text{TIR} = 0,1056 + (0,0019) \left( \frac{3.816,13}{368,89} \right)$$

$$\text{TIR} = 0,1056 + (0,0019) (10,46)$$

$$\text{TIR} = 0,1056 + (0,019874)$$

$$\text{TIR} = 0,1255 \times 100$$

$$\text{TIR} = 12,55 \%$$

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**Análisis:**

La Tasa interna de retorno obtenida en un escenario pesimista muestra un valor de 12,55 % es mayor a la tasa mínima aceptable de retorno con valores de  $T_{mar1}$  10,56% y  $T_{mar2}$  10,75%, por tanto existe una factibilidad del presente proyecto de emprendimiento beneficiado directamente a los inversionistas de dicho proyecto y a la empresa “Calzado Family” quien va a desarrollar esta nueva línea de calzado.

### 6.15.2 Escenario optimista (+8%)

Tabla 112 Flujo de caja escenario optimista +8%

<b>EMPRESA CALZADO FAMILY FLUJO DE CAJA</b>						
	<b>Año 0 (2016)</b>	<b>Año 1 (2017)</b>	<b>Año 2 (2018)</b>	<b>Año 3 (2019)</b>	<b>Año 4 (2020)</b>	<b>Año 5 (2021)</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>-\$ 64.000,00</b>	<b>\$ 101.691,04</b>	<b>\$ 104.392,99</b>	<b>\$ 107.166,74</b>	<b>\$ 110.014,19</b>	<b>\$ 112.937,29</b>
Recursos Propios	\$ 10.971,00					
Recursos ajenos	\$ 53.029,00					
Ingresos por ventas		\$ 101.691,04	\$ 104.392,99	\$ 107.166,74	\$ 110.014,19	\$ 112.937,29
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 68.417,00</b>	<b>\$ 69.300,96</b>	<b>\$ 70.194,83</b>	<b>\$ 71.098,71</b>	<b>\$ 72.012,71</b>
Costos Operacionales		\$ 49.135,32	\$ 49.803,34	\$ 50.478,83	\$ 51.161,89	\$ 51.852,60
Costos de venta		\$ 6.028,37	\$ 6.095,89	\$ 6.164,16	\$ 6.233,20	\$ 6.303,01
Costo administrativos		\$ 13.253,30	\$ 13.401,74	\$ 13.551,84	\$ 13.703,62	\$ 13.857,10
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>-\$ 64.000,00</b>	<b>\$ 33.274,04</b>	<b>\$ 35.092,03</b>	<b>\$ 36.971,91</b>	<b>\$ 38.915,48</b>	<b>\$ 40.924,58</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		-	-	-	-	-
Créditos a contratarse a corto plazo		-	-	-	-	-
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>\$ 5.274,00</b>	<b>\$ 3.785,40</b>	<b>\$ 2.295,90</b>	<b>\$ 806,40</b>	<b>\$ 0,00</b>
Interés Pago de créditos a largo plazo		\$ 5.274,00	\$ 3.785,40	\$ 2.295,90	\$ 806,40	\$ 0,00
Otros egresos						
<b>FLUJO NO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 5.274,00</b>	<b>\$ 3.785,40</b>	<b>\$ 2.295,90</b>	<b>\$ 806,40</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-\$ 64.000,00</b>	<b>\$ 28.000,04</b>	<b>\$ 31.306,63</b>	<b>\$ 34.676,01</b>	<b>\$ 38.109,08</b>	<b>\$ 40.924,58</b>

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

Gerente propietario

Contador

## Valor actual neto escenario optimista

### *Ecuación 27 Valor actual neto 1 escenario optimista*

$$\text{VAN1} = -\text{Inversión Inicial} + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}_4}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}_5}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN1} = -\$64.000,00 + \frac{\$ 28.000,04}{(1,1056)} + \frac{\$ 31.306,63}{(1,22)} + \frac{\$ 34.676,01}{(1,35)} + \frac{\$ 38.109,08}{(1,49)} + \frac{\$ 40.924,58}{(1,65)}$$

$$\text{VAN1} = -\$64.000,00 + \$ 25.326,1059 + \$ 25.612,7250 + \$ 25.660,0976 + \$ 25.507,4676 + \$ 24.776,0946$$

$$\text{VAN1} = -\$64.000,00 + \$126.882,49$$

$$\text{VAN1} = \mathbf{\$62.882,49}$$

### *Ecuación 28 Valor actual neto 2 escenario optimista*

$$\text{VAN2} = -\text{Inversión Inicial} + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}_4}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}_5}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN2} = -\$64.000,00 + \frac{\$ 28.000,04}{(1,1075)} + \frac{\$ 31.306,63}{(1,23)} + \frac{\$ 34.676,01}{(1,36)} + \frac{\$ 38.109,08}{(1,50)} + \frac{\$ 40.924,58}{(1,66)}$$

$$\text{VAN2} = -\$64.000,00 + \$25.282,2014 + \$25.523,9992 + \$25.526,8784 + \$25.331,0515 + \$24.562,0829$$

$$\text{VAN2} = -\$64.000,00 + \$126.226,21$$

$$\text{VAN2} = \mathbf{\$62.226,21}$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

## **Análisis:**

Con los resultados obtenidos tanto en el valor actual neto 1 y 2 en un escenario optimista del +8% en los ingresos en el proyecto para la empresa “Calzado Family”, se concluye que los dos resultados son mayores a 0, por tanto se afirma una factibilidad evidente del presente proyecto de emprendimiento, es decir que la inversión se podrá recuperar y al mismo tiempo generará utilidad para sus inversionistas.

## Tasa beneficio – costo escenario optimista

*Ecuación 29 Tasa beneficio - costo escenario optimista*

$$\text{R. beneficio/costo} = \frac{\sum \text{Ingresos brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

$$\text{R. beneficio/costo} = \frac{\$536.202,25}{\$351.024,21}$$

$$\text{R. beneficio/costo} = \mathbf{\$1,53}$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### Análisis:

La empresa “Calzado Family” muestra una tasa beneficio costo en un escenario optimista de \$1,53, es decir es mayor a 1 y se determina una viabilidad del proyecto de emprendimiento, además indica que por cada dólar invertido, el mismo se recuperó y además se obtuvo una rentabilidad adicional de \$0,53 centavos de dólar.

## Periodo de recuperación de la inversión escenario optimista

*Ecuación 30 Periodo de recuperación escenario optimista*

$$\text{PRI} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum \text{FNE}}{\text{Número de Años}}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$64.000}{\frac{\$173.016,34}{5}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$64.000}{\$34.603,27}$$

$$\text{PRI} = \mathbf{1,85}$$

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Christian Montesdeoca*

**1 año**

0,85 x 12 meses = **10,2 meses**

0,20 x 30 días = **6 días**

### **Análisis:**

La empresa “Calzado Family” en un escenario optimista, recuperará la inversión inicial que realizó de \$64.000, para el presente proyecto de emprendimiento en 1 año, 10 meses y 6 días.

### **Tasa interna de retorno (TIR) escenario optimista**

*Ecuación 31 Tasa interna de retorno escenario optimista*

$$\begin{aligned} \text{TIR} &= \text{Tmar}_1 + (\text{Tmar}_2 - \text{Tmar}_1) \left( \frac{\text{VAN}_1}{\text{VAN}_1 - \text{VAN}_2} \right) \\ \text{TIR} &= 0,1056 + (0,1075 - 0,1056) \left( \frac{\$62.882,49}{\$62.882,49 - \$62.226,21} \right) \\ \text{TIR} &= 0,1056 + (0,0019) \left( \frac{\$62.882,49}{\$656,28} \right) \\ \text{TIR} &= 0,1056 + (0,0019) (95,82) \\ \text{TIR} &= 0,1056 + 0,1821 \\ \text{TIR} &= 0,2877 \times 100 \\ \text{TIR} &= \mathbf{28,77\%} \end{aligned}$$

*Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca*

### **Análisis:**

La Tasa interna de retorno obtenida en un escenario optimista muestra un valor del 28,77 % es mayor a la tasa mínima aceptable de retorno con valores de Tmar1 10,56% y Tmar2 10,75%; por tanto existe una factibilidad del presente proyecto de emprendimiento beneficiado directamente a los inversionistas de dicho proyecto y a la empresa “Calzado Family” quien desarrollará esta nueva línea de calzado.

### 6.15.3 Cuadro comparativo de sensibilidad (Actual, pesimista, optimista)

Tabla 113 Cuadro comparativo de resultados

<b>Indicador</b>	<b>Escenario actual</b>	<b>Escenario pesimista (-8%)</b>	<b>Escenario optimista (+8%)</b>
<b>Valor actual neto 1</b>	\$33.349,31	\$ 3.816,13	\$ 62.882,49
<b>Valor actual neto 2</b>	\$32.838,73	\$ 3.451,24	\$ 62.226,21
<b>Tasa beneficio - costo</b>	\$ 1,41	\$ 1,30	\$ 1,53
<b>Tasa interna de retorno</b>	22,97%	12,55%	28,77%
<b>Periodo de recuperación</b>	2 años; 4 meses y 24 días	3 años, 5 meses y 1 días	1 año, 10 meses y 6 días

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Christian Montesdeoca

#### **Análisis:**

Una vez realizado el cuadro comparativo de sensibilidad, se concluye que existe una factibilidad del presente proyecto de emprendimiento, el valor actual neto en el escenario real, pesimista y el optimista son mayores a 0, por tanto existe una recuperación de la inversión inicial, además de eso se generará utilidad para sus inversionistas.

La tasa beneficio costo en los tres escenarios son mayores a 1, es decir que los beneficios generados en el proyecto serán mayores a sus gastos, además en el escenario actual se plantea un beneficio adicional de \$0,41 centavos por cada dólar de inversión, en el escenario pesimista se estima un beneficio adicional de 0,30 centavos por cada dólar de inversión y en el escenario optimista se genera un beneficio de \$0,53 centavos por cada dólar de inversión.

El periodo de recuperación para el escenario real es de 2 años, 4 meses y 24 días; en el escenario pesimista es de 3 años, 5 meses y 1 día; en el escenario optimista es de 1 años, 10 meses y 6 días.

## **CAPITULO VII**

### **Conclusiones y recomendaciones**

#### **7.1 Conclusiones**

En el estudio realizado para el emprendimiento con el tema creación de una nueva línea de calzado masculino urbano con capelladas intercambiables en la empresa “Calzado Family” de la ciudad de Ambato, podemos decir que introducir nuevos productos al sector calzado es indispensable hoy en día ya que realizando estudios que contengan material innovador en contenido y contexto se puede realizar una ayuda muy grande a este sector, además también de utilizar los beneficios del cambio de matriz productiva y con ello crear una cultura de excelencia y calidad en productos es el camino a donde deben visualizar todas las empresas ecuatorianas y también pensar en que sus productos puedan ser cotizados a nivel internacional.

Este presente estudio se lo realizo en seis capítulos que contemplan los pasos necesarios al momento de realizar un emprendimiento, en donde pudimos encontrar una argumentación filosófica, aspectos fundamentales del mercado ecuatoriano, conocer los comportamientos de los consumidores con un estudio de mercado, de igual manera un estudio técnico en donde encontramos aspectos de vital importancia para las empresas, también es importante mencionar que se describió como es la empresa y a donde quiere visualizarse a futuro y un pilar fundamental dentro de este emprendimiento se realizaron los estudios financieros muy importantes para conocer nuestra rentabilidad y sustento del porque lo realizamos.

En el estudio de mercado realizado en este emprendimiento, pudimos encontrar aspectos fundamentales y necesarios para la estructura del mismo, como el conocer nuestro segmento de mercado utilizando estrategias de alta segmentación por diferentes variables y obteniendo un público masculino con edades comprendidas entre 20 a 49 años, también se realizó una encuesta en donde se estructuraron preguntas necesarias para conocer las expectativas de nuestro mercado meta y así poder sacar los mejores resultados, con esto el 76% de nuestras personas encuestadas respondieron positivo en cuanto a comprar

nuestro producto, igualmente obtuvimos dentro de este capítulo el análisis FODA para poder utilizarlo en estrategias en este sector, obteniendo un presupuesto de \$4.000,00 para poder realizarlo y generar un impacto positivo en el emprendimiento.

Dentro del estudio técnico realizado para este emprendimiento obtuvimos datos muy importantes, utilizando tan solo el 10% de estimación en su capacidad operativa por ser un producto nuevo en el mercado, obtuvimos la demanda potencial insatisfecha real que para el año (0) es de 3.669 pares anuales del calzado un dato que nos sirvió como base para realizar cálculos en el presente emprendimiento, su localización se estableció en donde la empresa “Calzado Family” posee actualmente su planta de producción para no alterar su posicionamiento empresarial pero se generó una propuesta de distribución interna en procesos para que se pueda realizar el producto de la manera más adecuada, además también de proponer una colocación de maquinaria y personal empresarial a través de la distribución lay-out para poseer todos los procesos mucho más organizados.

Contemplando el sexto capítulo correspondiente al estudio financiero pudimos identificar que para poder realizar este nuevo emprendimiento dentro de la empresa “Calzado Family”, debemos realizar una inversión total de \$64.000,00 contemplado en ese valor la suma del activo tangible, activo intangible y capital de trabajo, además de eso también encontramos una fuente de financiamiento externa, en este caso el banco del Pacífico al cual se realizara un préstamo del 83% (\$ 53.029,00) al 11,23% de interés y con ello más el aporte propio de la empresa podrá realizar el emprendimiento en estudio, además se concluye que la tasa interna de retorno empresarial es de 22.97% mayor al valor actual neto y podremos recuperar la inversión total en 2 años, 4 meses y 24 días, cabe mencionar que este proyecto por su alta segmentación y estimación en la DPI real con el 10% resiste como máximo de estudio un 8% de escenario pesimista, con esto podemos concluir que la realización de este proyecto de emprendimiento es factible gracias al apoyo empresarial y también al pensamiento visionario del gerente de la empresa quien colaboro con gran entusiasmo y amplia expectativa en la realización del mismo.

## **7.2 Recomendaciones**

Se recomienda que todos los proyectos de emprendimientos realizados en la actualidad deben tener características innovadoras que apoyen sustancialmente a realizar cambios positivos dentro de la sociedad y visión empresarial.

Se recomienda que se tomen muy en cuenta los procesos planteados en el presente estudio de emprendimiento para la empresa “Calzado Family” ya que todo este proceso se lo realizo basándose en las necesidades y expectativas empresariales y dentro del sector calzado.

Se recomienda que la innovación empresarial en diseños y calidad es muy indispensable hoy en día y dentro de la empresa “Calzado Family” se debe generar una cultura de estas características ya que gracias a una amplia visión de mejoramiento continuo llevara a la excelencia y al posicionamiento sobre todos sus rivales y competencia.

Se recomienda que se realicen mayor cantidad de estudios y planificaciones empresariales dentro del sector calzado ya que estos son muy importantes y gracias a ellos podemos encontrar diversas características y también se pueden encontrar particularidades de personas consumidoras de estos productos, conocer sus gustos, sus preferencias, sus requerimientos y sus expectativas sobre la innovación en el calzado urbano.

Como última recomendación podemos encontrar de igual manera que la capacitación es un pilar fundamental al momento de realizar cualquier tipo de calzado, se podría realizar cursos de mejoramiento continuo a empresarios de calzado de la localidad por parte de la Universidad Técnica de Ambato en convenio con CALTU, de igual manera entidades de gobierno y también tomar en cuenta a los estudiantes, con el único fin de aprovechar y cruzar conocimientos para generar nuevas técnicas e innovaciones que beneficien directamente a todos los interesados y mayormente a toda la cultura empresarial.

## CAPITULO VIII

### Referencias bibliográficas

- Abril, C., & Guajala, M. (2013). *Los procesos de producción y la productividad en la industria de calzado*. (Quinta). Thomas.
- Agenda Para La Transformación Productiva Tungurahua. (2011). Agenda Territorial Tungurahua. Recuperado 25 de octubre de 2016, a partir de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf>
- Altuve, J. (2014). Rentabilidad de la variable activo corriente o circulante. *Actualidad contable faces*, 17(29), 5–18.
- Andrade, W. (2013). *Manual práctico para el diseño y evaluación de proyectos*. Lulu.com.
- Aparicio, A. H. (2013). *El precio de mercado.: Ejemplos de aplicación en el análisis histórico*. Ed. Universidad de Cantabria.
- Arata, A. (2014). *Ingeniería y gestión de la confiabilidad operacional en plantas industriales. Aplicación de la Plataforma R-MES*. RIL Editores.
- Arbós, L. (2012a). *Diseño y organización de procesos con implantación funcional o por talleres: Organización de la producción y dirección de operaciones*. Ediciones Díaz de Santos.
- Arbós, L. (2012b). *La producción. Procesos. Relación entre productos y procesos: Organización de la producción y dirección de operaciones*. Ediciones Díaz de Santos.

- Arbós, L. C. (2012). *Gestión de la producción. Modelos Lean Management: Organización de la producción y dirección de operaciones*. Ediciones Díaz de Santos.
- Ardura, I. R. (2013). *Principios y estrategias de marketing*. Editorial UOC.
- Baca, G. (2013a). *Evaluación de proyectos (7a. ed.)*.
- Baca, G. (2013b). *Evaluación de Proyectos 7ma Edición*. Recuperado a partir de <http://documents.mx/documents/baca-urbina-gabriel-evaluacion-de-proyectos-7ma-edic-2013pdf.html>
- Bañuelos, P. (2016). *Análisis y Normatividad Contable básica aplicable a las partidas que conforman los estados financieros en una sociedad mercantil*. IMCP.
- Barretto, S. (2011). *Diseño de calzado urbano (Primera)*. Buenos Aires.
- Belio, J. L., & Sainz, A. (2013). *Claves para gestionar precio, producto y marca: cómo afrontar una guerra de precios*. Especial Directivos.
- Blanco, J., Usandizaga, I., & Jaime, A. (2014). Gestión de Proyectos en el Grado en Ingeniería Informática: del PBL a la espiral de proyectos. *ReVisión*, 7(3). Recuperado a partir de <http://www.aenui.net/ojs/index.php?journal=revision&page=article&op=view&path%5B%5D=161>
- Burneo, K., & Larios, F. (2015). *Principios de Economía (2a ed.)*. Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado a partir de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/123456789/1545>
- Cacheiro, M. (2012). *Formación en Instituciones Y Empresas: Cómo Planificar, Elaborar Y Evaluar Un Plan de Formación*. Editorial UNED.

- Caicedo, G. (2013). *El emprendimiento en el Ecuador desde la visión de la academia*. McGraw.
- Camargo, B., & Blanco, G. (2013). *Macroeconomía ideas, fundamentos y talleres*. Recuperado a partir de <http://repository.poligran.edu.co/bitstream/10823/316/1/macroeconomia%2006%20Agosto%20ISBN%20digital%20.pdf>
- Cárdenas, M. (2014). Incidencia de la morosidad de las cuentas por cobrar en la rentabilidad y la liquidez: estudio de caso de una Empresa Social del Estado prestadora de servicios de salud. *Facultad Nacional de Salud Pública*, 32(1). Recuperado a partir de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/fnsp/article/view/15182>
- Cardozo, V., John, J., Hernández, B., Ramírez, T., & Nélica, T. (2014). Caracterización de los sistemas de productos en el marco de la personalización, la variabilidad y la diferenciación: Un estudio con expertos. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 22(2), 278-291. <https://doi.org/10.4067/S0718-33052014000200013>
- Cisneros, M. (2013). *Cómo elaborar trabajos de grado* (segunda). ECOE EDICIONES.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución de bolsillo. Recuperado 26 de septiembre de 2016, a partir de [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Córdova, I. (2016). Las TIC en el emprendimiento. Recuperado a partir de [https://www.researchgate.net/profile/Irma\\_Abrigo-Cordova/publication/301219691\\_ICT\\_in\\_Entrepreneurship\\_A\\_Competitive\\_Advantage\\_for\\_Microbusiness/links/570d048b08aec783ddcda6eb.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Irma_Abrigo-Cordova/publication/301219691_ICT_in_Entrepreneurship_A_Competitive_Advantage_for_Microbusiness/links/570d048b08aec783ddcda6eb.pdf)

Corona. (2014). *NORMAS DE CONTABILIDAD EN LA UNION EUROPEA*. Editorial UNED.

Cuatrecasas, L. (2017). *Ingeniería de procesos y de planta*. Profit Editorial.

El Comercio. (2011). La industria del calzado crece con la protección estatal. Recuperado 25 de octubre de 2016, a partir de [http://www.elcomercio.com/app\\_public\\_pro.php/actualidad/negocios/industria-del-calzado-crece-proteccion.html](http://www.elcomercio.com/app_public_pro.php/actualidad/negocios/industria-del-calzado-crece-proteccion.html)

FAICA. (2010). China desequilibró la producción mundial de calzado. Recuperado 25 de octubre de 2016, a partir de [https://www.unido.org/fileadmin/user\\_media/unido.org\\_Spanish/Regional\\_Office\\_Uruguay/Argentina/foro\\_calzado/Panel\\_IV\\_-\\_Sergio\\_Miranda\\_Da\\_Cruz\\_-\\_ONUDI.pdf](https://www.unido.org/fileadmin/user_media/unido.org_Spanish/Regional_Office_Uruguay/Argentina/foro_calzado/Panel_IV_-_Sergio_Miranda_Da_Cruz_-_ONUDI.pdf)

Fajardo, G. (2013). Análisis de los efectos de la imposición de un arancel específico en el sector del calzado. Recuperado 25 de octubre de 2016, a partir de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/2875/1/09327.pdf>

FAO. (2005). *Compendio estadístico mundial de cueros y pieles sin curtir, cueros y calzado de cuero 1986-2004*. Food & Agriculture Org.

Fernández, J. A. M. (2014). *Contabilidad Superior, 4a.Ed.* Grupo Editorial Patria.

Fidalgo, E., & Victoria, J. (2013). *Análisis Competitivo de la Empresa*. Lulu.com.

Fondo Monetario Internacional. (2012). *Finanzas y Desarrollo, September 2012*. International Monetary Fund.

García, A. E. (2013). *Estrategias empresariales: Una visión holística*. Bilineata Publishing.

- García, C. (2013). *Lógica e investigación científica* (Primera).
- García, J. A. V. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. IC Editorial.
- García, M. de G. (2012). *Fundamentos empresariales*. ESIC Editorial.
- González, M. M. A. (2015). *Contabilidad y Análisis de Costos*. Grupo Editorial Patria.
- Graciá, V. B., & Sánchez, M. de F. M. (2013). *Instrumentos de marketing : decisiones sobre producto, precio, distribución, comunicación y marketing directo*. Editorial UOC.
- Gudiño, J. (2014). *Glosario contable y financiero*. Jorge Gudiño.
- Hernández, G. (2013). *Diccionario de Economía*. U. Cooperativa de Colombia.
- Herrera, A. (2015). *Bolívar, Empresario*. Grupo Planeta Spain.
- Kotler, P. (2008). *Las Preguntas Más Frecuentes Sobre*. Editorial Norma.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
- La voz de Huston. (2016). Qué es un canal de comercialización o un canal de distribución | Pequeña y mediana empresa - La Voz Texas. Recuperado 27 de marzo de 2017, a partir de <http://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-canal-de-comercializacin-o-un-canal-de-distribucin-7515.html>
- Landeta, J. M. I., & Cortés, C. B. Y. (2015). Comparación de Dos Metodologías para Evaluar la Deducibilidad Fiscal del Pago de Intereses en Proyectos de Inversión. *Conciencia Tecnológica*, (49), 12–18.
- Lasio, V. (2014). *Emprendimiento Ecuador*. Alfaomega.

- LederPiel. (2013). La industria del calzado en Latinoamérica. Recuperado 25 de octubre de 2016, a partir de <http://revistadelcalzado.com/la-industria-del-calzado-en-latinoamerica/>
- Levin, R. I., & Rubin, D. S. (2012). *Estadística para administración y economía*. Pearson Educación.
- López, B., & Ruiz, P. (2014). *La esencia del marketing* (Ediciones UPC, Vol. Segundo). Barcelona.
- López, Y. (2014). *La Industria del Calzado en América Latina*. Ecoe.
- LOS ANDES. (2013). Sector de calzado de Suramérica reconoce el esfuerzo ecuatoriano por levantar la producción y la competitividad. Recuperado 25 de octubre de 2016, a partir de <http://www.andes.info.ec/es/econom%3%ADa/sector-calzado-suram%3%A9rica-reconoce-esfuerzo-ecuatoriano-levantar-producci%3%B3n-competitividad>
- LOS ANDES. (2016). Ecuador empieza la producción de calzado industrial que sustituirá 60 millones en importaciones. Recuperado 25 de octubre de 2016, a partir de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-empieza-produccion-calzado-industrial-sustituira-60-millones-importaciones.html>
- Málaga, J. (2014). *Política de producto*. Editorial Vértice.
- Malhotra, N. K. (2014). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado* (Vol. Segunda Edición). Pearson Educación.
- MARTÍNEZ, M. (2016). *Escaparatismo y diseño de espacios comerciales*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Marx, K. (2014). *El capital: crítica de la economía política*. Fondo de Cultura Económica.

- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). Boletín mensual de Comercio Exterior. Recuperado 22 de enero de 2017, a partir de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/PROEC\\_IC\\_06\\_62.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/PROEC_IC_06_62.pdf)
- MIPRO. (2010). FLACSO – MIPRO. Recuperado 7 de octubre de 2016, a partir de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/fptpsdjzignfvcgl0i9cihvxygjk.pdf>
- Nápoles, R. A. (2016). *Costos I*. IMCP.
- Núñez, V. (2015). Análisis, diagnóstico y propuesta de mejora en la gestión de inventarios y de almacenes en una empresa del sector gráfico. *Pontificia Universidad Católica del Perú*. Recuperado a partir de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6427>
- Padilla. (2015). *Análisis Financiero: Un enfoque integral*. Grupo Editorial Patria.
- Padilla, M. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- País Productivo. (2012). País productivo. Recuperado 26 de septiembre de 2016, a partir de [http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/pais\\_productivo2.pdf](http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/pais_productivo2.pdf)
- Pérez, R. (2014). Tratamiento de la documentación contable. *Edición actualizada*. Recuperado a partir de [http://www.editexebooks.es/AdjuntosLibros/Tratamiento%20doc%20contable\\_UD01.pdf](http://www.editexebooks.es/AdjuntosLibros/Tratamiento%20doc%20contable_UD01.pdf)
- Plan Nacional Del Buen Vivir. (2013). Plan Nacional Buen Vivir 2013-2017. Recuperado 2 de octubre de 2016, a partir de

<http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

Pombo. (2015). *Estándares de valuación de activos intangibles de propiedad intelectual*.

U. Externado de Colombia.

PROECUADOR. (2013). Cuero y Calzado PRO ECUADOR. Recuperado 25 de septiembre de 2016, a partir de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cuero-y-calzado/>

REVISTA LIDERES. (2015). La producción de calzado pisa fuerte en el país. Recuperado 25 de octubre de 2016, a partir de <http://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-calzado-pisa-fuerte-pais.html>

Rizzo, M. M. (2013). EL CAPITAL DE TRABAJO NETO Y EL VALOR EN LAS EMPRESAS LA IMPORTANCIA DE LA RECOMPOSICIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO NETO EN LAS EMPRESAS QUE ATRAVIESAN O HAN ATRAVESADO CRÍISIS FINANCIERAS. *Revista EAN*, 0(61), 103-122.

Rodríguez, C., & Nicolau, A. (2015). *Contabilidad de dirección para la toma de decisiones: Contabilidad de gestión y de costes*. Profit Editorial.

Rodríguez, D. (2013). *Turismos de interior "Economía y Empresa"*. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88140288017>

Rosales, R. (2014). *Formulación Y la Evaluación de Proyectos, la*. EUNED.

RUIZ, G., MERINO, M., & CRIADO, J. (2014). *Políticas de marketing*. Ediciones Paraninfo, S.A.

Sampieri, R. H. (2013). *Fundamentos de metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

- Serna, H. (2003). *Gerencia estratégica: teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos índices de gestión*. 3R Editores.
- Sosa, A. (2014). *Modelo de Diseño Organizacional*. EAE.
- Talaya, Á. E., & Collado, A. M. (2014). *Investigación de Mercados*. ESIC Editorial.
- Talaya, A., & Mondejar, J. (2013). *Fundamentos de marketing*. Recuperado a partir de [http://www.esic.edu/editorial/editorial\\_producto.php?t=Fundamentos+de+marketing&isbn=9788473568913](http://www.esic.edu/editorial/editorial_producto.php?t=Fundamentos+de+marketing&isbn=9788473568913)
- Transformación de la Matriz Productiva. (2012). matriz productiva. Recuperado 26 de septiembre de 2016, a partir de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)
- VALVERDE, J. (2015). *Marketing en la actividad comercial*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Vásquez, F., Villareal. (2016). *Costos: Decisiones empresariales*. Ecoe Ediciones.
- Viveros, N. L. (2013). *Gerencia de compras: La nueva estrategia competitiva*. ECOE EDICIONES.
- Yuni, J., & Urbano, C. A. (2011). *Técnicas Para Investigar*. Editorial Brujas.

# ANEXOS



**ANEXO 1**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS  
ENCUESTA**



**OBJETIVO:** Comprobar la factibilidad de creación de un nuevo calzado masculino urbano con capelladas intercambiables en la empresa “Calzado Family” de la ciudad de Ambato.

**ALCANCE:** Esta encuesta está dirigida hacia el sector masculino en una edad comprendida entre los 20 años hasta los 49 años.

**INSTRUCTIVO:** Por favor lea detenidamente las preguntas y marque con un visto  $\surd$  o una X el casillero a su elección.

1.- ¿Qué rango de edad usted posee?

Edad en años	Marque su respuesta
De 20-30	
De 31-40	
De 41-49	

2.- ¿Al año cuantos pares de calzado urbano usted adquiere?

De 1 a 3 pares	
De 4 a 6 pares	
De 7 o más pares	

3.- ¿Alguna vez ha escuchado hablar sobre calzado con capelladas intercambiables?

SI	
NO	

4.- ¿Si la empresa de “Calzado Family” ofertaría una nueva línea de calzado urbano masculino con capelladas intercambiables, usted lo compraría?

SI	
NO	

5.- Responder si la respuesta a la pregunta N.-4 fue positiva, ¿Cuantos pares de calzado urbano masculino con capelladas intercambiables estaría dispuesto a comprar anualmente?

De 1 a 2 pares	
De 3 a 4 pares	
De 5 o más pares	

6.- ¿Alguna vez ha escuchado o visto que alguna empresa ecuatoriana venda calzado masculino urbano con capelladas intercambiables?

SI	
NO	

7.- ¿Qué característica sería la primordial al momento de adquirir calzado urbano masculino con capelladas intercambiables?

Calidad	
Precio	
Descuentos	
Moda	
Marca	
Material de fabricación	



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA: MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS**



**ENCUESTA**

**OBJETIVO:** Comprobar la factibilidad de creación de un nuevo calzado masculino urbano con capelladas intercambiables en la empresa “Calzado Family” de la ciudad de Ambato.

**ALCANCE:** Esta encuesta está dirigida hacia el sector masculino en una edad comprendida entre los 20 años hasta los 49 años.

**INSTRUCTIVO:** Por favor lea detenidamente las preguntas y marque con un visto  $\surd$  o una X el casillero a su elección.

8.- ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por adquirir un par de calzado urbano masculino con capelladas intercambiables?

De \$20 a \$30	
De \$31 a \$40	
De \$41 a \$50	
De \$50 en adelante	

9.- ¿En qué lugares le gustaría que se oferte este calzado urbano masculino con capelladas intercambiables?

Tiendas online	
Locales de calzado	
Cetros comerciales	
Ferias de calzado	

10.- ¿Qué forma de pago le gustaría utilizar al momento de adquirir este calzado urbano masculino con capelladas intercambiables en los locales de la empresa “Calzado Family”?

Efectivo	
Cheque	
Tarjetas débito y crédito	

11.- ¿Con que medio de comunicación quisiera que se dé a conocer este calzado masculino con capelladas intercambiables?

Prensa	
Radio	
Televisión	
Redes sociales	

## ANEXO 2: Proforma en publicidad



Nuestro placer sera servirle!

**Empresa "Calzado Family"**  
De nuestras consideraciones.

### PROFORMA

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
1000	<b>REVISTA DE 36 pag. (Incluye portada)</b> IMPRESIÓN FULLCOLOR TIRO/RETIRO TIPO DE MATERIAL: Couche 115 gr. MEDIDAS: 21 x 29,7 Tamaño final TERMINADOS: 2 grapas y doblado	1.60	1600
1000	<b>REVISTA DE 36 pag. Fullcolor</b>		
1000	<b>AFICHES FULLCOLOR (Tiro)</b> TIPO DE MATERIAL: Couche 150 gr. MEDIDAS: 29.7x42 cm (A3)	0.15	150
1000	<b>TARJETAS DE PRESENTACIÓN FULLCOLOR (Tiro)</b> TIPO DE MATERIAL: Couche 300 gr. MEDIDAS: 9x5.5 cm	0.03	30
1000	<b>TRIPTICOS FULLCOLOR (Tiro/Retiro)</b> TIPO DE MATERIAL: Couche 115 gr. MEDIDAS: 9x5.5 cm TERMINADOS: Doblado	0.076	380

GRACIAS POR PREFERIRNOS

Forma de pago a convenir.

Tiempo de entrega a convenir.

FACTURAMOS IVA 0%

Dirección: Bogotá OE3-214 entre Uruguay y Venezuela  
Telfs.: 2909090 / 2551959 / 098921815  
e-mail. graficasargenis@hotmail.com  
www.graficasargenis.com  
Ambato - Ecuador

### ANEXO 3: Proforma diseño web



**GCM SYSTEM S.A.C.**

Empresa:  
Calzado Family

**Ref.: Diseño y Desarrollo Web.**

Estimada

Por la presente nos es muy grato saludarles a nombre de nuestra firma **GCM SYSTEM S.A.C.** Agencia de Publicidad Interactiva, y enviarles adjunto a la presente nuestra Pro forma de Diseño y Desarrollo Web.

<b>TIPO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
	<b>DESARROLLO WEB CORPORATIVO</b>
<b>D</b>	❖ Sistema CMS.
<b>E</b>	❖ 1 Página de Inicio :
<b>E</b>	❖ Presentación / Imagen Corporativa
<b>T</b>	❖ 1 Página de Nosotros: Informe sobre la empresa
<b>A</b>	❖ Administración/Experiencia en el Área
<b>L</b>	❖ 1 página de Principales productos (Con sub Dominios).
<b>L</b>	❖ Página de control de calidad.
<b>E</b>	❖ Noticias.
<b>S</b>	❖ 1 Página de Contáctenos: Incluye Formulario de Consultas.
	❖ Hasta 3 animaciones en flash para el banner de inicio o cabecera
	❖ Páginas adicionales.
	❖ Hasta 15 páginas internas.
	❖ 1 Contador Estadístico de visitas por países.
	❖ 1 CD del Web Site para visualización Off-line.
	❖ Asesoría y soporte web por e-mail y Teléfono.
<b>TOTAL</b>	<b>\$580,00</b>

Referencias:

---

Jirón: Los Madrigales 296 - Int. 302 - Urb. Santa Raquel - La Molina

[www.gcmsystem.com](http://www.gcmsystem.com)

## ANEXO 4: Proforma maquinaria

### Maquina Troqueladora

**Máquina de troquelar Atom 6999** [Me gusta](#)

Usado 1 vendido



**\$2.250**

Finaliza en 1 d 0 h

Pago a acordar con el vendedor  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Pichincha ( Quito )  
[Más información](#)

¡Último disponible!

[Comprar](#)

### Maquina desbastadora de cuero

**Máquina desbastadora de cuero GoldenWheel.** [Me gusta](#)

Usado 1 vendido



**\$800**

Finaliza en 1 d 0 h

Pago a acordar con el vendedor  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Pichincha ( Quito )  
[Más información](#)

¡Último disponible!

[Comprar](#)

Máquina de coser cuero pesado

**Máquina de coser cuero pesada con triple arrastre cb5500.** [Me gusta](#)

Usado 77 1 vendido



**\$850**

Finaliza en 1 d 0 h

 **Pago a acordar con el vendedor**  
Más información

 **Entrega a acordar con el vendedor**  
Quito, Pichincha ( Quito )  
Más información

¡Último disponible!

[Comprar](#)  

CB4500

Máquina para coser a dos hilos

**Máquina para coser a dos hilos REF: NO5.86.** [Me gusta](#)

Usado 77 1 vendido



**\$2.200**

Finaliza en 1 d 0 h

 **Pago a acordar con el vendedor**  
Más información

 **Entrega a acordar con el vendedor**  
Quito, Pichincha ( Quito )  
Más información

¡Último disponible!

[Comprar](#)  

Maquina armadora

**Maquina armadora Brasimaq 7 puntas** Me gusta

Usado 1 vendido



**\$20.000**

Finaliza en 1 d 0 h

**Pago a acordar con el vendedor**  
Más información

**Entrega a acordar con el vendedor**  
Quito, Pichincha ( Quito )  
Más información

¡Último disponible!

**Comprar** Me gusta Compartir

### ANEXO 5: Proforma equipo de cómputo

Computadora de escritorio

**Computadora Intel Core i7 3.4 6ta Gen 2 Teras 4gb Led 20 Dvd** Me gusta

Nuevo 33 vendidos



**U\$S 709<sup>00</sup>**

**Pago a acordar con el vendedor**  
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.  
Más información

**Entrega a acordar con el vendedor**  
Quito, Pichincha ( Quito )  
Más información

Cantidad: 1 Comprar Me gusta Compartir

## Impresora multifunción

Impresora Epson L375 L395 Sistema Original Wifi A Domicilio

Nuevo 65 vendidos



**U\$S 260<sup>00</sup>**

Finaliza en 4 d 2 h

**Pago a acordar con el vendedor**  
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito  
[Más información](#)

**Entrega a acordar con el vendedor**  
Quito, Pichincha (Quito)  
[Más información](#)

Cantidad: 1 [Comprar](#)

## Computador portátil

Portatil Dell Inspiron 5567, I7-7g,16gb,1tb,touch,video 4gb

Nuevo 7 vendidos



**U\$S 1.080<sup>00</sup>**

**Pago a acordar con el vendedor**  
Acepta depósito bancario, efectivo.  
[Más información](#)

**Envío gratis a todo el país**  
Quito, Pichincha (Quito)  
[Más información](#)

Cantidad: 1 [Comprar](#)

## Sistema contable

Programa Monica Ecuador Facturacion Inventario Ats Contable [Me gusta](#)

Nuevo 89 vendidos



**U\$S 190<sup>00</sup>**

Finaliza en 4 d 14 h

**Pago a acordar con el vendedor**  
[Más información](#)

**Envío gratis a todo el país**  
quito, Pichincha (Quito)  
[Más información](#)

Cantidad: 1 [Comprar](#)

## ANEXO 6: Financiamiento Banco del Pacifico

### SIMULADOR DE CRÉDITO

Criterios De Simulación

Monto Solicitado:

Plazo (meses):

Sistema de Amortización:

Para conocer las condiciones, costo total del crédito y la tabla de amortización proyectada, por favor genere los archivos de los botones: [Exportar a excel](#) y [Condiciones y Costo Total de](#)

**Información General De La Simulación**  
 Segmento: COMERCIAL      Tasa de interés: 11.23      Moneda: DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
 Producto: PYME PACIFICO      Plazo (meses): 48  
 Monto Solicitado: 53029.00      Fecha de simulación: 2017/06/29  
 Sistema de Amortización: Aleman      Fecha de vencimiento: 2021/06/08

Cuota	Fecha	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital	Seguro de desgravamen	Seguro de incendio	Total seguros	Total a pagar
1	2017-07-29	\$ 53,029.00	\$ 1,104.77	\$ 496.50	\$ 1,601.27	\$ 51,924.23	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,601.27
2	2017-08-28	\$ 51,924.23	\$ 1,104.77	\$ 486.00	\$ 1,590.77	\$ 50,819.46	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,590.77
3	2017-09-27	\$ 50,819.46	\$ 1,104.77	\$ 475.80	\$ 1,580.57	\$ 49,714.69	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,580.57
4	2017-10-27	\$ 49,714.69	\$ 1,104.77	\$ 465.30	\$ 1,570.07	\$ 48,609.92	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,570.07
5	2017-11-26	\$ 48,609.92	\$ 1,104.77	\$ 455.10	\$ 1,559.87	\$ 47,505.15	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,559.87
6	2017-12-26	\$ 47,505.15	\$ 1,104.77	\$ 444.60	\$ 1,549.37	\$ 46,400.38	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,549.37
7	2018-01-25	\$ 46,400.38	\$ 1,104.77	\$ 434.40	\$ 1,539.17	\$ 45,295.61	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,539.17
8	2018-02-24	\$ 45,295.61	\$ 1,104.77	\$ 423.90	\$ 1,528.67	\$ 44,190.84	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,528.67
9	2018-03-26	\$ 44,190.84	\$ 1,104.77	\$ 413.70	\$ 1,518.47	\$ 43,086.07	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,518.47
10	2018-04-25	\$ 43,086.07	\$ 1,104.77	\$ 403.20	\$ 1,507.97	\$ 41,981.30	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,507.97
11	2018-05-25	\$ 41,981.30	\$ 1,104.77	\$ 393.00	\$ 1,497.77	\$ 40,876.53	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,497.77
12	2018-06-24	\$ 40,876.53	\$ 1,104.77	\$ 382.50	\$ 1,487.27	\$ 39,771.76	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,487.27
13	2018-07-24	\$ 39,771.76	\$ 1,104.77	\$ 372.30	\$ 1,477.07	\$ 38,666.99	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,477.07
14	2018-08-23	\$ 38,666.99	\$ 1,104.77	\$ 362.10	\$ 1,466.87	\$ 37,562.22	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,466.87
15	2018-09-22	\$ 37,562.22	\$ 1,104.77	\$ 351.60	\$ 1,456.37	\$ 36,457.45	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,456.37
16	2018-10-22	\$ 36,457.45	\$ 1,104.77	\$ 341.40	\$ 1,446.17	\$ 35,352.68	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,446.17
17	2018-11-21	\$ 35,352.68	\$ 1,104.77	\$ 330.90	\$ 1,435.67	\$ 34,247.91	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,435.67
18	2018-12-21	\$ 34,247.91	\$ 1,104.77	\$ 320.70	\$ 1,425.47	\$ 33,143.14	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,425.47
19	2019-01-20	\$ 33,143.14	\$ 1,104.77	\$ 310.20	\$ 1,414.97	\$ 32,038.37	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,414.97
20	2019-02-19	\$ 32,038.37	\$ 1,104.77	\$ 300.00	\$ 1,404.77	\$ 30,933.60	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,404.77
21	2019-03-21	\$ 30,933.60	\$ 1,104.77	\$ 289.50	\$ 1,394.27	\$ 29,828.83	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,394.27
22	2019-04-20	\$ 29,828.83	\$ 1,104.77	\$ 279.30	\$ 1,384.07	\$ 28,724.06	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,384.07
23	2019-05-20	\$ 28,724.06	\$ 1,104.77	\$ 268.80	\$ 1,373.57	\$ 27,619.29	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,373.57
24	2019-06-19	\$ 27,619.29	\$ 1,104.77	\$ 258.60	\$ 1,363.37	\$ 26,514.52	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,363.37
25	2019-07-19	\$ 26,514.52	\$ 1,104.77	\$ 248.10	\$ 1,352.87	\$ 25,409.75	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,352.87
26	2019-08-18	\$ 25,409.75	\$ 1,104.77	\$ 237.90	\$ 1,342.67	\$ 24,304.98	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,342.67
27	2019-09-17	\$ 24,304.98	\$ 1,104.77	\$ 227.40	\$ 1,332.17	\$ 23,200.21	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,332.17
28	2019-10-17	\$ 23,200.21	\$ 1,104.77	\$ 217.20	\$ 1,321.97	\$ 22,095.44	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,321.97
29	2019-11-16	\$ 22,095.44	\$ 1,104.77	\$ 206.70	\$ 1,311.47	\$ 20,990.67	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,311.47
30	2019-12-16	\$ 20,990.67	\$ 1,104.77	\$ 196.50	\$ 1,301.27	\$ 19,885.90	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,301.27
31	2020-01-15	\$ 19,885.90	\$ 1,104.77	\$ 186.30	\$ 1,291.07	\$ 18,781.13	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,291.07
32	2020-02-14	\$ 18,781.13	\$ 1,104.77	\$ 175.80	\$ 1,280.57	\$ 17,676.36	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,280.57
33	2020-03-15	\$ 17,676.36	\$ 1,104.77	\$ 165.60	\$ 1,270.37	\$ 16,571.59	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,270.37
34	2020-04-14	\$ 16,571.59	\$ 1,104.77	\$ 155.10	\$ 1,259.87	\$ 15,466.82	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,259.87
35	2020-05-14	\$ 15,466.82	\$ 1,104.77	\$ 144.90	\$ 1,249.67	\$ 14,362.05	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,249.67
36	2020-06-13	\$ 14,362.05	\$ 1,104.77	\$ 134.40	\$ 1,239.17	\$ 13,257.28	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,239.17
37	2020-07-13	\$ 13,257.28	\$ 1,104.77	\$ 124.20	\$ 1,228.97	\$ 12,152.51	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,228.97
38	2020-08-12	\$ 12,152.51	\$ 1,104.77	\$ 113.70	\$ 1,218.47	\$ 11,047.74	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,218.47
39	2020-09-11	\$ 11,047.74	\$ 1,104.77	\$ 103.50	\$ 1,208.27	\$ 9,942.97	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,208.27
40	2020-10-11	\$ 9,942.97	\$ 1,104.77	\$ 93.00	\$ 1,197.77	\$ 8,838.20	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,197.77
41	2020-11-10	\$ 8,838.20	\$ 1,104.77	\$ 82.80	\$ 1,187.57	\$ 7,733.43	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,187.57
42	2020-12-10	\$ 7,733.43	\$ 1,104.77	\$ 72.30	\$ 1,177.07	\$ 6,628.66	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,177.07
43	2021-01-09	\$ 6,628.66	\$ 1,104.77	\$ 62.10	\$ 1,166.87	\$ 5,523.89	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,166.87
44	2021-02-08	\$ 5,523.89	\$ 1,104.77	\$ 51.60	\$ 1,156.37	\$ 4,419.12	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,156.37
45	2021-03-10	\$ 4,419.12	\$ 1,104.77	\$ 41.40	\$ 1,146.17	\$ 3,314.35	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,146.17
46	2021-04-09	\$ 3,314.35	\$ 1,104.77	\$ 30.90	\$ 1,135.67	\$ 2,209.58	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,135.67
47	2021-05-09	\$ 2,209.58	\$ 1,104.77	\$ 20.70	\$ 1,125.47	\$ 1,104.81	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,125.47
48	2021-06-08	\$ 1,104.81	\$ 1,104.81	\$ 10.20	\$ 1,115.01	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,115.01
		\$ 53,029.00	\$ 12,161.70	\$ 65,190.70			\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 65,190.70

## ANEXO 7: Red social de la empresa

Es seguro | [https://www.facebook.com/calzadofamily/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/calzadofamily/?ref=br_rs)

Calzado Family

Inicio

Te gusta | Siguiendo | Enviar mensaje

Llamar

**Calzado Family**  
21 de marzo

BULL TERRIER original 2017



Me gusta | Comentar | Compartir

15 Comentarios relevantes

Escribe un comentario...

Alis Caiza Castro Que bonitos, hay para chica? Me gustan  
Me gusta · Responder · 1 · 22 de marzo a las 5:32 · Editado  
1 respuesta

**Negocio local**  
5.0 ★★★★★ · Cerrado ahora

**Comunidad**

- Invita a sus amigos a indicar que les gusta esta página
- A 377 personas les gusta esto
- 376 people follow this
- 1 persona lo ha visitado
- A Jahvi Altamirano Gómez le gusta esto o lo ha visitado

**Información** Ver todo

Calle Lavayen y Antonio Ante  
180182 Ambato  
(03) 241-8841  
Enviar mensaje  
www.calzadofamily.com  
Negocio local  
Abre mañana 9:00-18:00  
Cerrado ahora

## ANEXO 8: Invitación a curso de capacitación por parte de CALTU

Buscar en Correo y Contac... + Nuevo | ↩ Responder | 🗑 Eliminar ... ↑ ↓ ✕ ↶ Deshacer

^ Carpetas

- Bandeja de entrada 6677
- Correo no deseado 9
- Borradores
- Elementos enviados
- Elementos eliminado
- Archivo

**Caltu Camara Calzado**  
18 de mayo a las 8:40

SEPARA TU CUPO PARA SER PARTICIPE EN EL MODULO Y LAS FECHAS QUE TU GUSTES MAS INFORMACIÓN AL 2522282 O AL 0982292338... ¡¡¡¡  
PRÓXIMO MODULO A INICIAR INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA DE FABRICACIÓN DE CALZADO Y ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD ¡¡¡¡¡  
¡¡¡¡ESTÁ DISPONIBLE LA SEPARACIÓN DE LOS MÓDULOS EN MEXICO ¡¡¡¡¡



**PROGRAMA DE CAPACITACIONES**  
IMPARTIDO POR CIATEC - MÉXICO

**INSCRIPCIONES ABIERTAS POR MÓDULOS**

MÓDULOS	FECHAS 2017
Introducción a la tecnología de fabricación calzado	Del 22 al 24 de Mayo
Aseguramiento de calidad	Del 25 al 27 de Mayo
Administración de la producción	Del 19 al 23 de Junio
Determinación de costos para el calzado	Del 24 al 28 de Julio
Aplicación de herramientas de ingeniería	Del 21 al 25 de Agosto
Intensivo de modelaje de calzado	Del 13 al 22 y del 25 al 29 de Septiembre
Diseño y calzado para el calzado - MÉXICO	Del 23 al 27 de Octubre
Biomecánica aplicada al calzado MÉXICO	Del 30 de Octubre al 03 de Noviembre

**INFORMES**  
Calle Fajardo y Av. Independencia  
VIA 8 las Yaguas - Sector Industrial Dajal  
Teléfono: 098 2522282 - 098 292338  
e-mail: caltu@caltu.com.mx

AMBIENTO - ECUADOR