



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD ESTUDIOS A DISTANCIA.
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE
UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUELAS DE
ZAPATOS, Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD
DE QUITO”

*TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO DE
INGENIERO COMERCIAL*

AUTOR:

NEY GIOVANNY MEDRANO CHAMORRO

DIRECTOR DE TESIS:

Dr. LUIS QUIZHPE SALINAS

LOJA – ECUADOR

2015

CERTIFICACION

Doctor.

Luis Quizhpe Salinas

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MODALIDAD A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

CERTIFICA:

Haber asesorado y revisado prolijamente, durante todo su desarrollo, la tesis: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUELAS DE ZAPATOS, Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE QUITO", de la autoría del postulante: Ney Giovanni Medrano Chamorro, egresada de la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, de la Universidad Nacional de Loja.

Me cumple informarle que la misma reúne los requisitos de fondo y forma, exigidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, autorizo proseguir con los trámites legales pertinentes para su presentación y defensa.

Loja, 01 de Julio del 2015



.....

Dr.Mg. Luis Quizhpe.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Ney Giovanni Medrano Chamorro declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio institucional Biblioteca- Virtual

Autor: Ney Giovanni Medrano Chamorro

Firma:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ney Medrano', is written over a horizontal dotted line.

Cedula: 1711581908

Fecha: Loja, 30 de Julio del 2015

CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Ney Giovanni Medrano Camorro, **declaro** ser autor de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUELAS DE ZAPATOS, Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE QUITO”**, como requisito para optar al Grado de INGENIERO COMERCIAL: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar su contenido en este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad,

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los treinta días del mes de Julio del dos mil quince, firma el autor.

FIRMA: 

AUTOR: Ney Giovanni Medrano Chamorro.

CÉDULA: 1711581908.

DIRECCIÓN: Montevideo OE9_235 y Tegusigalpa, Cantón Quito, Provincia Pichincha.

CORREO ELECTRÓNICO: neymedrano@hotmail.com

TELEFONO: 023217056 **CELULAR:** 0994628827

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Dr. Luis Quizhpe.

TRIUNAL DE GRADO:

Ing. Edison Espinosa Bailón Mg. Sc. **(Presidente)**

Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc. **(Vocal)**

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc. **(Vocal)**

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por regalarme la vida, la esperanza y la fortaleza para emprender y afrontar nuevos retos a cada instante de mi vida.

A mi Madre Silvania Guadalupe por todo su amor y apoyo incondicional.

A mi esposa Roxana, por su dulce compañía, y su inagotable apoyo, gracias por compartir mi vida y mis logros.

A mis hermosos hijos por su paciencia y comprensión en todo este tiempo de mi carrera.

Deseo expresar mi gratitud a La Universidad Nacional de Loja, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas, a mis maestros que durante toda mi carrera aportaron con sus sabias enseñanzas en mi formación profesional.

Mi reconocimiento particular al Dr. Luis Quizhpe Salinas, director de tesis por la orientación, asesoramiento, apoyo, calidad humana, por brindarme su tiempo, experiencia y sabiduría en mi trabajo de tesis.

Por último a mi grupo de compañeros de carrera porque en esta armonía grupal hemos logrado llegar a nuestra meta.

El Autor

DEDICATORIA

Esta Tesis, producto del trabajo constante, empeño y dedicación quiero dedicársela primeramente a Dios, por regalarme la vida, y bendecirme cada día dándome la oportunidad de tener a mi lado las personas que más amo.

A mis madre Silvania Guadalupe, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por su ejemplo de perseverancia y constancia, por sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor incondicional.

A mi esposa, que ha estado a mi lado dándome cariño, confianza y apoyo para seguir adelante y poder cumplir otra etapa en mi vida.

A mis hijos Ismael, lindsay, Sofia y Dieguito quienes con su ternura llenan mi hogar de alegría y a su corta edad me demuestran que siempre se puede aprender incluso de los más pequeños. Quiero también dejar a cada uno de ellos una enseñanza que cuando se quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poderlo LOGRAR.

Ney Medrano

a) TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUELAS DE ZAPATOS, Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE QUITO”

b) RESUMEN

Las suelas de zapato es un producto de gran acogida dentro del gremio de los zapateros, es por esto que el presente trabajo tuvo como objetivo general **DETERMINAR LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUELAS DE ZAPATOS, Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO**, la cual contará con procesos idóneos que garanticen un producto de excelente calidad que alcance los estándares de calidad establecidos por la industria.

El presente trabajo en primera instancia contiene respaldos bibliográficos para el desarrollo práctico de los diferentes estudios de la tesis. Así mismo se presentan materiales y métodos, los mismos que sirvieron que facilitaron el proceso y presentación de los resultados que intervienen en los diferentes estudios. Entre los métodos utilizados se encuentra el método científico, inductivo, deductivo, analítico; las técnicas que se aplicaron fueron la de la encuesta.

Para el estudio de mercado se aplicaron 353 a una muestra de la población de zapateros de la ciudad de Quito según datos generados Servicio de Rentas Internas en el 2015 eran de 3.005, como posibles demandantes del producto y 18 encuestas a los ofertantes, número total de productores de suelas de zapatos (calzado) a nivel Quito, estableciéndose que para el primer año se cuenta con una demanda potencial de 3,005 zapateros; una demanda real de 2284 zapateros y una demanda efectiva de 127,162

suelas, una oferta de 9534 suelas, estableciendo que el proyecto tendrá una demanda insatisfecha de 117628 suelas de zapatos.

En el estudio técnico se planteó la macro y micro localización de la empresa, determinado será en la ciudad de Quito provincia de Pichincha, específicamente en el barrio Magdalena en las calles Carlos Poit y Francisco de Victoria debido a la disponibilidad de medios y recursos necesarios, principalmente el acceso a la materia prima.

Según los resultados obtenidos la empresa está en capacidad de ofertar 28800 suelas y para el primer año se tomará una capacidad utilizada del 80% para ofertar el producto. En la ingeniería del proyecto, se determinó la distribución de la planta, se diseñó el flujo de procesos, diagrama de recorrido y los requerimientos técnicos (equipos, maquinaria), así como también los muebles y enseres de oficina, que se requerirá para el normal funcionamiento de las actividades dentro de la empresa.

En el estudio organizacional y administrativo se describe la estructura organizativa de la empresa, se contemplan los factores legales y reglamentarios que se necesitan para la adecuada puesta en marcha de la empresa en el país, se estableció que la empresa será una Compañía Limitada, adicional a ello se implementó la estructura orgánico – funcional para los niveles legislativo directivo, ejecutivo, asesor, apoyo y operativo, así mismo se hace la propuesta de un manual de funciones que servirán de base para poner en práctica la organización de la empresa. La empresa dispondrá de 1 gerente, 1 asesor jurídico, 1 secretaria contadora, 1 jefe de

producción, 2 obreros y 1 vendedor, colaboradores que ayudarán al desarrollo de la empresa y cubrir las exigencias de los consumidores.

En el estudio económico constan todas las inversiones en activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo, financiamiento y todos los estados financieros que se requieran para poder realizar la evaluación financiera e identificar si el proyecto es factible o no; obteniéndose que la inversión requerida es de \$ 28,833.15 estimado el capital propio en 65% que es \$ 18,833.15 y el capital ajeno corresponde al 35% mediante un crédito al Banco de Fomento de \$ 10.000,00 a 4 años plazo.

La evaluación financiera arrojó los siguientes resultados: El **VAN**, da un valor de 47,380.15 que es factible para su realización. La **TIR**, es de 35,84%, que de igual manera es valor satisfactorio para el proyecto. La relación beneficio – costo (**R.B/C**) es de 1,25 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido tendrá una recuperación de \$0,25 centavos de dólar. El período de recuperación de capital (**PRC**) es de 2 años, 3 meses y 1 día, Los valores de sensibilidad son 0,99 con aumento en los costos y 0,99 con disminución en los ingresos. Los cambios en los costos e ingresos, incrementados en el 16,93% y disminuidos en el 13,54%, lo que permite mostrar que el proyecto no es sensible a los cambios mencionados.

En el trabajo constan las conclusiones y recomendaciones donde se verifica que el proyecto es factible por los datos expuestos en esa parte. Finalmente constan la bibliografía o recopilación de los libros y autores de las teorías expuestas en la tesis y los anexos donde está la ficha resumen del proyecto y los modelos de encuestas para la oferta y demanda del producto.

SUMMARY

The soles of the shoe is a product of great success within the guild of shoemakers, which is why this study was to **DETERMINE THE FEASIBILITY OVERALL OBJECTIVE TO CREATE A COMPANY PRODUCING SHOE SOLES, AND MARKETING IN THE CITY OF QUITO**, which will have appropriate processes that ensure a high quality product to reach quality standards set by the industry.

This work primarily contains bibliographic backups for the practical development of the different studies of the thesis. Likewise materials and methods, the same that served that facilitated the process and presentation of results involved in the different studies are presented. The methods used scientific, inductive, deductive, analytical method is; techniques applied were the survey.

For the market study 353 were applied to a sample of the population of shoemakers Quito according to data generated Internal Revenue Service in 2015 were 3,005, as potential plaintiffs Product and 18 surveys bidders, total number of producers of shoe soles (shoes) to Quito level, establishing that for the first year has a potential demand of 3,005 shoemakers; 2284 real demand for shoemakers and effective demand for 127.162 soles, an offer of 9534 soles, stating that the project will have an unmet 117628 soles.

The technical study the macro and micro location of the company was raised, given will be in the city of Quito Pichincha province, specifically in the Magdalena neighborhood streets Carlos Poit and Francisco de Victoria due to the availability of means and resources, mainly access to raw materials.

According to the results the company is able to offer 28800 soles and for the first year, a capacity utilization of 80% will be taken to offer the product. In engineering project, the distribution of the plant was determined, process flow, flow chart and technical (equipment, machinery) requirements, as well as furniture and fixtures office, which is required for normal was designed perform their duties within the company.

In the organizational and administrative study the organizational structure of the company is described, legal and regulatory factors needed for proper implementation of the company in the country are considered, it was established that the company is a Limited Company, in addition to thus the organic structure was implemented - functional levels for management, executive, legislative, advisory, operational assistant, also a proposed manual functions as a basis for implementing the organization of the company is made. The company shall have one manager, one counsel, one accountant secretary, one production manager, 2 workers and one vendor partners that will help the development of the company and meet the demands of consumers.

In the economic study comprised all investments in fixed assets, deferred assets, working capital financing and all financial statements that are required to ensure the financial assessment and identify whether the project is feasible or not; obtaining the required investment is \$ 28,833.15 equity estimated at 65% which is \$ 18,833.15 and debt capital corresponds to 35% through a loan to Banco de Fomento of \$ 10,000.00 to 4 years term. The financial evaluation produced the following results: The VAN, gives a

value of 47380.15 is feasible for implementation. The TIR is 35.84%, which likewise is satisfactory value for the project. The benefit - cost (RB / C) is \$ 1.25, meaning that for every dollar invested will have a recovery of \$ 0.25 cents. The capital recovery period (PRC) is 2 years, 3 months and 1 day, sensitivity values are 0.99 with rising costs and 0.99 with lower revenues. The changes in costs and revenues, increased by 16.93% and 13.54% decreased in allowing show that the project is not sensitive to such changes. At work consist conclusions and recommendations which verified that the project is feasible by the data presented in this part. Finally consist literature or collection of books and authors of the theories presented in the thesis and annexes where the summary of proyecto and sample surveys for the supply and demand of the product.

c) INTRODUCCIÓN

La suela de zapato es un producto que es necesario para la elaboración de zapatos (calzado) y que dentro de nuestra ciudad Quito pocas empresas son las que elaboran dicho producto es así que las pymes que elaboran calzado se ven en la necesidad de importar de Colombia este producto. Así también se puede evidenciar que sus precios son altos y no ofrecen variedad en suelas de zapatos y las que existen en el mercado no son de buena calidad es decir no cumplen con las expectativas de diseño, textura, color y durabilidad. De igual manera existe un incumplimiento de entrega de suelas de zapatos bajo pedido lo que evidencia la falta de eficiencia y eficacia en la atención a nuestros futuros clientes. También es muy importante que se considere las facilidades que se brinda a la industria del caucho al surtir insumos de diferente calidad lo que nos permite tener múltiples opciones de consumo lo que nos va a permitir generar directamente o indirectamente empleos que permitirá contribuir con la economía local o regional debido a que en el mercado existe una demanda habitual.

Por estas razones se pretende crear de una empresa productora de suelas de zapatos, y su comercialización en la ciudad de Quito.

La presente tesis presenta referentes bibliográficos respaldando la puesta en marcha del proyecto, contiene materiales y métodos que se utilizaron para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos que se plantearon con visiones de ejecución del mismo como por ejemplo se hizo necesaria la utilización del método el método científico, inductivo, deductivo, analítico; la

aplicación de técnicas como la encuesta. El presente trabajo denominado, *“proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de suelas de zapatos, y su comercialización en la ciudad de Quito”*, describe cuatro estudios que permitieron demostrar la factibilidad que tiene el proyecto.

En el estudio de mercado se determinó la demanda, oferta, y demanda insatisfecha del producto, también encontramos el plan de comercialización que permitirán dar a conocer el producto en el mercado.

En el estudio técnico se estableció el tamaño del proyectores decir la capacidad instalada y utilizada y localización adecuada para la empresa así como la ingeniería del proyecto para presupuestar los recursos técnicos, humanos y materiales pertinentes para la puesta en marcha de la empresa.

En el estudio organizacional se estableció el marco legal y administrativo de la empresa.

En el estudio económico-financiero donde se estableció los presupuestos de inversión y el financiamiento del proyecto; así mismo se determinaron los indicadores financieros que permitieron determinar la factibilidad del proyecto, concluyendo que es factible y rentable la puesta en marcha del proyecto.

Finalizando con las respectivas conclusiones y recomendaciones más pertinentes a la ejecución.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

HISTORIA DEL ZAPATO

“El zapato es una pieza que se lleva en los pies y que sirve para proteger los pies mientras realizamos diferentes tareas. El avance de los zapatos ha sido tal, que hoy en día, algunos de ellos se los considera como obras de arte, y han recopilada una larga lista de fetichistas tras ellos. Pero hasta llegar aquí, el calzado recoge una larga historia.

El primer zapato del que se tiene conocimiento es una sandalia que se encontró en Estados Unidos y que data desde el 7000 a.C. Sin embargo, no fue hasta el 3500 A.C cuando se comenzó a usar el calzado fabricado con cuero.

Los primeros diseños no eran complejos, a menudo simples “bolsas de pie” de cuero para proteger a los pies de las rocas, escombros, y el frío. Fue a partir de la Edad Media, cuando se comenzaron a utilizar diferentes materiales alternados para que se adaptara mejor al pie.”¹

“Durante el siglo XVII, el zapato se convirtió en Europa en una señal de nobleza. Los artistas comenzaron a crear zapatos de nuevos estilos para sus patrones. No fue hasta mitad del S.XX que gracias a los avances tecnológicos se comenzó a crear el calzado con otro tipo de materiales, aunque los zapatos de vestir de calidad, se siguen haciendo cosidos a mano y utilizando el cuero como material principal.

¹ Barreto , Silvia, Diseño de calzado urbano, Editorial Nobuco, Buenos Aires, Argentina, 2006

Partes de un zapato

Aunque algunos zapatos tengan más elementos que otros (no podemos comparar unas botas a unas chanclas), estas son algunas de las partes que nos encontramos en un zapato común.

Suela: es la parte trasera del zapato y es la que hace contacto con el suelo.

Plantilla: la plantilla se coloca en el interior del calzado y es lo que separa nuestro pie de la parte inferior del zapato. Protegen la zona interior del zapato y en muchas ocasiones se pueden quitar y reemplazar.

La plantilla también ayuda a reducir el impacto del pie contra al suelo cada vez que caminamos, y hoy en día se utiliza incluso en zapatos para mujeres.

Tacón: La parte trasera que alza el zapato es el tacón. Su verdadera función es ayudar al talón del pie, pero en las últimas décadas, los zapatos de las mujeres han incrementado la talla del talón por motivos de moda o para aparecer más altas. Si utilizamos tacones de más de 6 centímetros podemos sufrir deformaciones en los dedos de los pies o problemas en la planta de los pies.

Empeine: Todos los zapatos cuentan con una parte superior que sirve para sujetar el pie al zapato. En los casos más simples, como en las chanclas o en las sandalias, tan solo se necesitan una o dos tiras. Las zapatillas deportivas cuenta obviamente con mayor material en el empeine.

Lateral: La parte lateral que sirve de referencia a la parte del empeine.”²

² Barreto , Silvia, Diseño de calzado urbano, Editorial Nobuco, Buenos Aires, Argentina, 2006

La importancia del calzado en la actualidad

“Sin lugar a dudas, los zapatos son complementos que no pasan desapercibidos. Muchos de ellos han llegado a pasar a la historia, como las botas de James Dean en rebelde sin causa, Superman y sus famosas botas rojas, o incluso, Carrie de Sexo en Nueva York y sus Manolos. Otras muchas famosas, son bien conocidas por su fetichismo ante este complemento. Marilyn Monroe, Madonna o Cameron Díaz son algunas de las rubias inmortales que han conseguido dar fama a muchos diseñadores y estilos de zapatos.

Sea como sea, los zapatos son capaces de definir nuestro estilo, protegen nuestros pies y, en ocasiones, son capaces de darnos toda la elegancia que no nos puede dar un simple vestido.”³

Suela

“Parte del calzado que cubre la planta del pie y está en contacto con el suelo. Cuero de vacuno curtido, particularmente el que se utiliza para hacer esta parte del calzado.”⁴

³ Birkenbihl, Michael, Formación de Formadores, Editorial Cengage, Madrid, España, 18ª edición, 2008

⁴ Stresser-Pean, Claude, De la vestimenta y los hombres, Editorial, Fondo cultura económica, Oaxaca, México, 2012

MARCO CONCEPTUAL

DEFINICIÓN DE PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Es una propuesta de acción técnico económico para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto mediano o largo plazo, comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar hasta el término o puesta en operación normal.⁵

ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de Mercado constituye una fuente de información para estimar la demanda y en base de ello proyectar las inversiones, definir precios, aunque es frecuente; sin embargo incurrir en el error de considerarlo únicamente como el análisis de la demanda de los precios del producto que se fabrica o del producto que se ofrecerá”.⁶

Estudio de mercado es la herramienta empresarial que me permitirá saber en qué medio habrá de moverse la empresa, pero sobre todo si las

⁵ definicion.de/proyecto-de-inversión

⁶ SAPAG CHAIN. Nassier, en su obra “Preparación y Evaluación de Proyectos”. Tercera Edición. Año 2005

posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades pensadas, de modo tal que se cumplan los propósitos del empresario.⁷

ELEMENTOS QUE INTEGRAN EL ESTUDIO DE MERCADO

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercado permite poder enfocarse en ese único tipo de consumidor, y de ese modo poderse especializar en él, logrando así una mayor efectividad. Para segmentar el mercado existen variables que se puede utilizar como por ejemplo, la ubicación, la edad, el nivel socioeconómico, estilos de vida, necesidades, gustos, preferencias, hábitos, comportamientos, actitudes, entre otras. Una vez que se ha segmentado el mercado total que existe para el producto, se selecciona uno o varios de los mercados resultantes, que sean los más atractivos para el negocio, cuidando de que sean lo suficientemente amplios y tengan suficiente capacidad económica, como para que se pueda tener una buena demanda. Para segmentar un mercado, generalmente se utilizan las siguientes variables:⁸

Las variables que se analizan son las siguientes:

- Variables Geográficas
- Variables Demográficas
- Variables Psicográficas

⁸ Teoría de apoyo modulo IX

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago, se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado"⁹

El principal propósito del análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción.

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios, que el mercado requiere para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.¹⁰

Factores que Afectan la Demanda

- Tamaño y Crecimiento de la Población
- Bienes Sustitutos
- Ingresos Económicos de las Familias

Tipos de Demanda

- Demanda Potencial
- Demanda Real
- Demanda Efectiva

Determinación de la demanda insatisfecha.

⁹ COTLER PHILIP, Dirección de Marketing, Edición del Milenio Cámara Dionicio,

“Lo que se busca en el estudio de mercado es la identificación de la demanda y oferta totales, es decir, el volumen total del producto objeto de estudio, que el mercado estaría dispuesto a absorber a un precio determinado. Este análisis permite establecer el balance de la oferta y la demanda potenciales, determinando la brecha existente y que constituye la demanda insatisfecha, la cual será la primera condición para determinar el dimensionamiento de una nueva planta de producción” (Pág. 4)¹¹

La demanda insatisfecha es el resultado de la demanda actual menos la oferta actual.¹²

ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Oferta es la cantidad de bien o servicio que en cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”

El análisis de la oferta se realiza con el objetivo de conocer cuáles son los posibles competidores de la empresa en el momento que inicie sus operaciones.

Es importante conocer a la competencia, pues ello permitirá diseñar estrategias para tener mayor presencia en el mercado.¹³

Factores que afectan la oferta

- El valor de los insumos
- Desarrollo de la Tecnología

¹¹ Eriberto, Preparación y Evaluación De Proyectos.

- Nuevas Empresas.

Análisis de la comercialización

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto.”¹⁴

La comercialización no solo transferir el producto hasta que llegue a las manos del consumidor, sino que coloca el producto en el sitio y en el momento adecuado para satisfacer a los consumidores.¹⁵

Estrategias de Precio

Según Douglas HOFTMAN, K. Fundamentos de marketing de servicios. Primera Edición. “Las estrategias tradicionales de precios, como los de penetración, los competitivos y los Premium, no ofrecen grandes ventajas a los clientes ni a los prestadores de servicios. La empresa de servicios, para poder poner precios justos, primero tiene que conocer qué valora, en realidad, el mercado que tiene en la mira. Tres estrategias alternativas para poner precios, que transmiten valor al cliente, serían de los precios basados en la satisfacción, en las relaciones y en la eficiencia.”¹⁶

El precio es una expresión del valor del producto para los consumidores potenciales.¹⁷

¹⁴ Según <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>

¹⁶ Douglas HOFTMAN, K. Fundamentos de marketing de servicios. Primera Edición

Estrategias de Promoción

La promoción es un mecanismo que permite promocionar los bienes o servicios en la mente de los consumidores, utilizando las herramientas de la publicidad, promociones, relaciones públicas y fuerzas de ventas.

Ayuda a que los consumidores, adquieran el producto, la comunicación es un proceso que se debe conocer en qué momento llegar al cliente, mediante el tipo de actividades.

Estrategias de Producto

Según PHILIP. Kotler. Dirección de Marketing, Edición del Milenio. Cámara Dionicio. “La estrategia del producto es una de las más importantes dentro de la mezcla de mercadotecnia, ya que estos productos fracasarían sino satisfacen los deseos y necesidades de los consumidores”

Es decir esta estrategia se va a basar en la diferenciación, por la calidad de materia prima, ya que, lo que se busca es que los consumidores distingan a nuestros productos por su precio, prestigio y calidad.¹⁸

Estrategias de Plaza

“Las estrategias de distribución se deben en base a las decisiones y los objetivos de mercadotecnia general de la empresa.

La plaza constituye los canales de distribución utilizados para hacer llegar el bien desde las fábricas hacia el mercado meta.

¹⁸ SAPAG CHAIN. Nassier, en su obra “Preparación y Evaluación de Proyectos”. Tercera Edición. Año 2005

ESTUDIO TÉCNICO

Elementos que integran el estudio técnico

Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto

El objetivo del estudio técnico de un proyecto es analizarla posibilidad técnica de la comercialización del producto. Analiza, determina el tamaño óptimo, la localización óptima y los equipos, las instalaciones y las organizaciones requeridas para la puesta en marcha del proyecto.

Factores Determinantes de la Localización e Ingeniería.

La determinación del tamaño de un proyecto es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y los aspectos como, la disponibilidad de materias primas, la tecnología, los equipos, el financiamiento y la organización.

Para determinar el tamaño óptimo de la empresa y de esta manera obtener mejores resultados de la empresa, se requiere conocer con mayor exactitud factores relevantes que afectan el tamaño los cuales son los siguientes:

El Mercado

El mercado es el lugar en donde habitualmente se reúnen los compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales, conjunto de actos de compra y venta referidos a un producto determinado en un momento del tiempo.

Disponibilidad de Recursos Financieros

En el análisis del proyecto una de las funciones más importantes es el estudio financiero, ya que la asignación adecuada de estos recursos ayudará y facilitará la ejecución del mismo.

Evidentemente al analizar los diferentes aspectos referentes a las inversiones necesarias y requeridas, posibilidades de ingresos, estimaciones de gastos y las diversas fuentes de financiamiento, se lo hace en base al capital a invertir, para implementar y ejecutar el proyecto en estudio.¹⁹

Disponibilidad de Recurso Humano y Mano de Obra

La mano de obra es un elemento muy importante, por lo tanto su correcta administración y control determinará de forma significativa el costo final del producto o servicio.

Tipos de Mano de Obra:

- Mano de obra directa
- Mano de obra indirecta
- Mano de obra de gestión

Disponibilidad de Insumos y Materia Prima

La factibilidad de un proyecto de inversión depende, en gran medida, de la disponibilidad de materias primas, en múltiples ocasiones, el proyecto surja a partir de la existencia de materias primas susceptibles de ser transformadas o comercializadas. Cuando se realiza un estudio de materias primas, conviene conocer su disponibilidad actual y a largo plazo y si está disponibilidad es constante o estacional.

¹⁹ Según MENESES, Eriberto, Preparación y Evaluación De Proyectos.

Definición de las Capacidades de Producción

La capacidad de producción indica qué dimensión debe adoptar la estructura económica, pues si la capacidad es mucho mayor que la producción real estaremos desperdiciando recursos. Lo ideal es que la estructura permita tener una capacidad productiva flexible (minimizando costes fijos e incrementando los variables), que nos permita adaptarnos a variaciones de los niveles de producción.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.

La organización tiene que ver con el ambiente donde se desarrollará el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación y los principios que se deben regir.

La organización busca agrupar las funciones para el logro de los objetivos propuestos, asignando actividades a los diferentes niveles, definiendo unos mecanismos de coordinación.

En este estudio también se estudia la estructura legal, es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la constitución y la ley.

Estructura Organizativa.

- **Base Legal.**

Para su libre operación toda empresa debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley entre ellos tenemos:

- a) **Acta Constitutiva:** Es el documento certificador de la constitución legal de la empresa, en el cual se incluyen los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

- b) **Razón Social o Denominación:** Es el nombre bajo el cual la empresa opera, debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

- c) **Domicilio:** Se deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona en el plano jurídico.

- d) **Objeto de la Sociedad:** Se lo hace con un objeto determinado, ya sea: producir, generar y/o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

- e) **Capital Social:** Se debe indicar cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como éste se ha conformado.

- f) **Tiempo de Duración de la Sociedad:** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

- g) **Administradores:** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma.

Estructura Empresarial.

Es una parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asimilar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.²⁰

- a) **Niveles Jerárquicos de Autoridad:** Están definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme a lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más los que son propios de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- Nivel Legislativo-Directivo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel de Apoyo

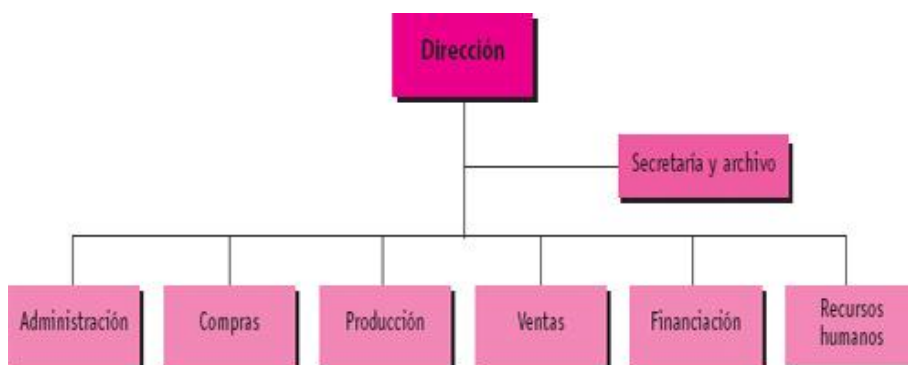
²⁰ SAPAG CHAIN. Nassier, en su obra "Preparación y Evaluación de Proyectos". Tercera Edición. Año 2005

- Nivel Operativo

b) **Organigramas:** Esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea, entre los principales tenemos: funcional y estructural.

Ejemplo de organigrama estructural y funcional.

GRÁFICO 1





Fuente: Organización de Empresas, de Enrique B. Franklin [2]

c) Manuales:

Manual de Funciones: Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica (relaciones de autoridad)
- Naturaleza del Trabajo
- Tareas Principales
- Tareas Secundarias
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.

El Manual de Procedimientos.

“Un manual de procedimientos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos o más de ellas.”²¹

El manual incluye además los puestos o unidades administrativas que intervienen precisando su responsabilidad y participación, suelen contener información y ejemplos de formularios, autorizaciones o documentos necesarios, maquinas o equipo de oficina a utilizar y cualquier otro dato que pueda auxiliar al correcto desarrollo de las actividades dentro de la empresa.²²

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Estudio Económico

Según BACA. Gabriel. Evaluación de Proyectos. Primera Edición. Año 2001“El estudio económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.” (Pág. 134).

²² <http://sexar-gestion.blogspot.com/2009/08/sintesis-algunos-escritores-remotan-la.html>

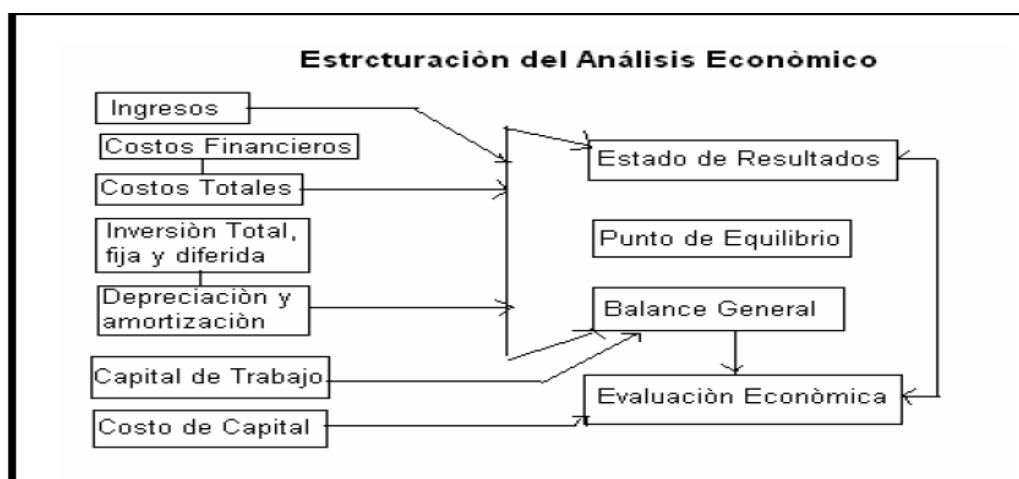
El estudio económico me permitirá establecer el valor total de los recursos a utilizarse para la implantación del proyecto, así como también obtener información que contribuirá en la parte final del estudio realizado donde se determinara la viabilidad y rentabilidad que obtendrá nuestro proyecto.

Estructuración del Estudio Económico

La estructuración del estudio económico es la que permitirá observar de mejor manera como se desarrolla las actividades para de esta manera poder realizar un estudio óptimo mediante el cumplimiento de los objetivos.

Estructuración del Estudio Económico²³

GRÁFICO 2



Fuente: Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, México Ed. Mc Graw-Hill, 2001.

Elaborado por: Anónimo

²³BACA, Gabriel, (2001),Evaluación de Proyectos, (pág. 134)

Determinación de los Costos

Según BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos. Primera Edición. Año (2001). "El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual." (Pág. 134)²⁴

Los costos se dividen de la siguiente manera además estos nos ayudaran en el desarrollo del proyecto para determinar los costos de producción, administración, venta y financieros.

COSTOS DE PRODUCCIÓN: son todos aquellos que incluyen de forma clasificada los gastos en que incurra durante el proceso productivo.

COSTOS DE ADMINISTRACIÓN: se debe incluir el valor que se proyecta gastar en gastos por concepto de salarios administrativos, servicios básicos de oficinas (agua, luz, teléfono) y por la compra de materiales (papelería y útiles) y otros de oficina.

COSTOS DE VENTA: se debe incluir sus estimaciones de gastos por empaque, transporte y distribución de los productos al mercado donde se vaya a vender.

COSTOS FINANCIEROS: Este se refiere a la cuota anual de amortización a intereses por el financiamiento del dinero a invertir, es decir, al costo del dinero invertido.

²⁴ Según MENESES, Eriberto, Preparación y Evaluación De Proyectos.

Inversión Inicial Fija y Diferida

Según BACA. Gabriel. Evaluación de Proyectos. Primera Edición. Año 2001“La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.” (Pág. 137)

El activo tangible o fijo, comprende a todos los bienes de propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros.

Cronograma de Inversión

“Un cronograma es una descripción de las actividades en relación con el tiempo en el cual se van a desarrollar. El cronograma de inversiones es un detalle de las inversiones que realizarán desde que se toma la decisión de construir el proyecto hasta su puesta en marcha, es decir, todos los costos necesarios para dejar el proyecto en funcionamiento.”²⁵

Depreciación y Amortización.

Métodos de depreciación

El termino depreciación significa la disminución en el valor de los activos por el uso, obsolescencia y/o el transcurso del tiempo. El cargo anula por depreciación debe realizarse de acuerdo a la ley del impuesto sobre la renta y significa un costo no desembolsable. Para calcular el cargo anual por depreciación se sugiere la siguiente tabla:

²⁵ <http://sexar-gestion.blogspot.com/2009/08/sintesis-algunos-escritores-remotan-la.html>

Amortización.- La amortización es la disminución invariable del valor de los libros de los activos intangibles además se dice que es la representación contable de la depreciación monetaria que en el transcurso del tiempo sufren los activos inmovilizados.

Para realizar la amortización de las marcas, patentes, franquicias, derechos de autor de del proyecto se utiliza el método de línea recta sin considerar el valor residual cuya fórmula es:

$$\text{Amortización} = \frac{\text{Costo de la marca}}{\text{vida útil estimada}}$$

Capital de Trabajo

El capital de trabajo constituye todos los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se aprecian ingresos que son determinados mediante la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante es decir es la parte de los activos que exceden sobre el importe de los pasivos, este representa el capital adicional ineludible para que la empresa desarrolle las funciones correctamente identificados dentro del proceso para la elaboración del proyecto.²⁶

Punto de Equilibrio

Según CÓRDOBA. Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos. Sexta Edición. Año 2009. "El punto de equilibrio es un elemento más para el análisis y la planeación empresarial y sirve para respaldar la toma de

²⁶ Según MENESES, Eriberto, Preparación y Evaluación De Proyectos.

decisiones en situaciones poco complejas y además permite captar con mayor facilidad muchos aspectos económicos de los negocios; sin embargo, el sistema en sí es bastante esquemático y sus aplicaciones necesitan adaptación a las circunstancias específicas.(pág. 165)²⁷

El punto de equilibrio es el volumen productivo, que corresponde a una situación en donde no se obtiene ganancias, ni se incide en pérdida.²⁸

El cálculo del punto de equilibrio se puede hacer de manera directa mediante unas cuantas operaciones aritméticas o a través del dibujo de una gráfica. La fórmula para determinarlo es la siguiente:

Punto de equilibrio (en unidades) = $\frac{\text{Costos fijos}}{\text{precio de venta} - \text{costo variable por unidad}}$

Punto de equilibrio (en pesos) = Punto de equilibrio en unidades * precio de venta unitario

Cuando los productos o servicios tienen diversos precios de venta se puede utilizar la siguiente fórmula:

Punto de equilibrio = $\frac{\text{Costos fijos}}{1 - (\text{costos variables} / \text{ventas totales})}$

Para trabajar este indicador es importante clasificar los costos en fijos y variables para lo cual se sugiere utilizar el siguiente cuadro:

²⁷ CÓRDOBA. Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos. Sexta Edición. Año 2009.

Estudio Financiero

Análisis de la rentabilidad financiera

La rentabilidad de un proyecto se puede medir en distintas formas: en unidades monetarias, en porcentajes o en el tiempo que demora la recuperación de la inversión, entre otros. Todas ellas se basan en el concepto de valor del dinero en el tiempo. Las técnicas más utilizadas son el valor presente neto (VAN) y la tasa interna de rendimiento.²⁹

EVALUACIÓN FINANCIERA.

Es determinar los puntos de inflexión de las variables endógenas en los cuales el proyecto deja de ser viable y pasa a ser no factible, se procura por tanto identificar los factores críticos y los niveles mínimos o máximos, dependiendo de la variable, que el proyecto puede soportar, puntos que pasarán a ser objetivos (metas) fundamentales de la gestión de la empresa, como parte del proceso de toma de decisiones.

Estructura del flujo de caja.

A partir de los resultados del cuadro de flujo de caja, se inicia la evaluación económica – financiera de un proyecto y constituye la base para calcular indicadores financieros que complementarán el análisis.

Comprende los siguientes elementos:

²⁹ Según MENESES, Eriberto, Preparación y Evaluación De Proyectos.

- La inversión inicial o los egresos necesarios para iniciar las actividades.
- Los ingresos y egresos generados durante el funcionamiento del proyecto tanto operaciones como no operacionales.
- El valor del salvamento de las inversiones, que representan el monto de recuperación o venta de las inversiones realizadas.

Si no se dispone formalmente de un flujo de caja para evaluar un proyecto se debe estructurarlo, sobre todo para empresas en marcha que tengan la intención de aplicar, crecer o diversificarse, de esta manera se puede contar con el insumo para efectuar el análisis del proyecto.

Estructura del estado de pérdidas y ganancias.

Refleja los resultados del proyecto en términos de costos y gastos totales en que debe incurrir para efectuar el programa de producción.

Indicadores financieros.

- **El valor actual neto.**

Es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al periodo actual. Según el criterio del valor actual neto el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es positivo. ³⁰

³⁰ Según MENESES, Eriberto, Preparación y Evaluación De Proyectos.

FÓRMULA PARA OBTENER EL VAN.

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+i)^n} - I$$

$$VAN = FNC (1+i)$$

VAN = Valor actual neto.

FNC = Flujo Neto de Caja.

I = Tasa de Interés,

N = Número de periodos,

FA = Factor de actualización. Y su formula.

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

- Si el VAN es mayor a 0 acepto el proyecto.
- Si VAN menor a 0 rechazo el proyecto
- Sí VAN igual a 0 acepto el proyecto pero se pide un análisis más profundo.

▪ Tasa interna de retorno financiero (TIRF).

La tasa interna de rendimiento financiero, también considerada como tasa interna de retorno, se define como la tasa de descuento, a la que el valor presente neto de todos los flujos de efectivo de los períodos proyectados se igualan a cero.

FORMULA PARA OBTENER EL TIR.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

VAN TASA MENOR

TIR = TASA MENOR + DIFERENCIA DE TASA _____

VAN MENOR + VAN MAYOR

- **Periodo de Recuperación del Capital (PRC).**

Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión.

FÓRMULA PRC:

PRC= AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN + $\frac{\text{INVERSIÓN} - \sum \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$

FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN

- **Coeficiente beneficio costo (b/c).**

Es la generación de excedentes fruto de la actividad principal del proyecto, debe ser mayor a 1, caso contrario estamos frente a un proyecto que dará pérdidas en vez de ganancias.

FÓRMULA R (B/C):

$$R (B/C). = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado.}}$$

- **Análisis de Sensibilidad**

Consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN en un proyecto o en un negocio.³¹

FÓRMULA A.S:

$$NTIR = Tm+Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$\text{Diferencias TIR} = \text{Tir Proyecto} - \text{Nueva Tir}$$

$$\text{Porcentaje de variación} = \frac{\text{Diferencia. Tir}}{\text{Tir del proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{Porcentaje de variación}}{\text{Nueva Tir}}$$

³¹ Según MENESES, Eriberto, Preparación y Evaluación De Proyectos.

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Para la elaboración de la investigación se utilizaron los siguientes materiales, los cuales se detalla a continuación:

MATERIALES

- Libros
- Computadora
- Esferográficos
- Pendrive
- Internet
- Hojas papel
- Calculadora
- Impresora

Así mismo se utilizaron algunos métodos y técnicas que a continuación constan

MÉTODO CIENTÍFICO

El método científico permitió recopilar información que se pueda aplicar al proyecto de investigación alcanzado conocimientos válidos mediante instrumentos confiables.

Como son información obtenida del internet, como también libros, bibliotecas virtuales, folletos y revistas.

MÉTODO INDUCTIVO.

Este método permitió obtener conclusiones generales a partir de premisas particulares, cumpliendo con objetivos específicos de la investigación.

MÉTODO DEDUCTIVO.-

El método deductivo permitió saber a partir de datos generales la factibilidad del estudio en cuanto al tamaño de la muestra con datos reales de población a nivel local dados por el Servicio de Retas Internas y así poder identificar la demanda potencial y la demanda real.

MÉTODO ANALÍTICO.-

El método analítico permitió conocer más el objeto de estudio de la investigación misma que determinará si cumplen con las expectativas de proyecto

TÉCNICAS

OBSERVACIÓN:

Esta técnica permitió obtener un mayor número de datos en el transcurso del estudio de mercado, permitiendo observar el comportamiento tanto de los demandantes como de los ofertantes.

ENCUESTA:

La técnica de la encuesta permitió recopilar todo tipo de información, mediante la aplicación de un banco de preguntas prediseñadas y que tiene como finalidad recabar datos concretos sobre un tema específico.

Es importante mencionar que para determinar la demanda del producto, se tiene que conocer la cantidad de el número de artesanos, de la ciudad de Quito donde se va a realizar el estudio por lo cual en este **caso la población de zapateros de la ciudad de Quito según datos generados Servicio de Rentas Internas en el 2015 es de 3.005**, es así que con estos datos de

población se pudo determinar el tamaño de la muestra, y la fórmula que se utilizaron es la siguiente:

FÓRMULA:

$$TM = \frac{P}{1 + (E)^2 P} = \frac{3.005}{1 + (0,05)^2 3.005} = \frac{3.005}{1 + (0.0025) * 3.005}$$

$$TM = \frac{3.005}{8,5125} = 353,01$$

$$TM = \mathbf{353 \text{ encuestas.}}$$

También es importante conocer que para realizar el presente estudio de factibilidad se tomó en consideración el número total de productores de suelas de zapatos (calzado) a nivel Quito, cuyos datos han sido proporcionados por el **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**, a fin de determinar la oferta real del producto, misma que está representada con un total de **18 oferentes**.

f) RESULTADOS.

ESTUDIO DE MERCADO

En un proyecto el objeto de estudio del mercado consiste en estimar la demanda de un producto, es decir la cantidad de producto que la población estaría dispuesto a adquirir, precio, calidad de la suela de zapato.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.

Dentro de los objetivos del estudio de mercado se encuentra el establecer los gustos y preferencias de los consumidores de suelas de zapatos.

Así también es el determinar el precio adecuado para que el producto cumpla con las condiciones necesarias y más favorables en el mercado

DEMANDA

En efecto la demanda son los deseos y necesidades que tienen los consumidores por adquirir un producto, en este caso las suelas de zapatos.

Es así que la demanda del producto serán todos consumidores de suelas de zapatos que están dispuestos a adquirir el producto elaborado por la empresa.

DISTRIBUCION DEL MERCADO OBJETIVO.

Se puede indicar que el mercado objetivo está compuesto por la población de zapateros de la ciudad de Quito según datos generados Servicio de Rentas Internas en el 2015 es de 3.005, es así que con estos datos de población se pudo determinar el tamaño de la muestra, y la fórmula que se utilizaron es la siguiente:

FÓRMULA:

$$TM = \frac{P}{1 + (E)^2 P} = \frac{3.005}{1 + (0,05)^2 3.005} = \frac{3.005}{1 + (0.0025) * 3.005}$$

$$TM = \frac{3.005}{8,5125} = 353,01$$

$$TM = \mathbf{353 \text{ encuestas.}}$$

RESULTADO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS ZAPATEROS DE LA CIUDAD DE QUITO

PREGUNTAS A LOS DEMANDANTES

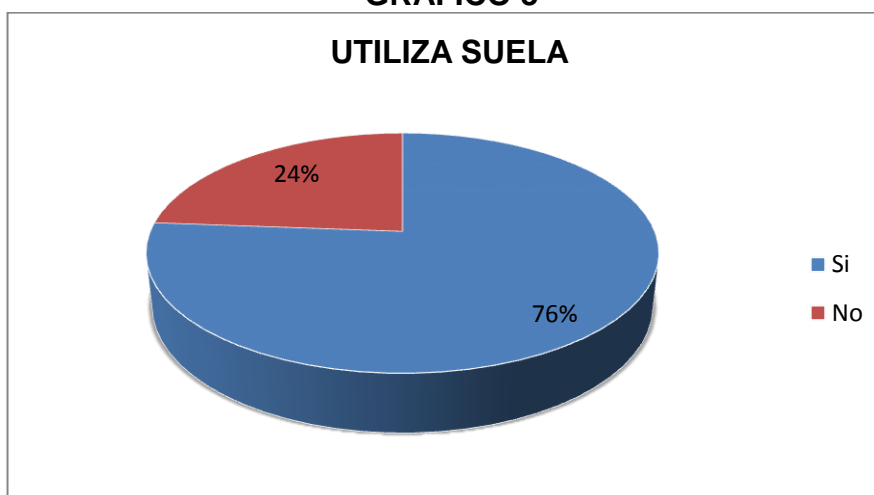
1. ¿Usted utiliza suela para confeccionar zapatos?

CUADRO 1
UTILIZA SUELA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	269	76
No	84	24
TOTAL	353	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: El Autor

GRÁFICO 3
UTILIZA SUELA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los demandantes podemos decir que el 76% utilizan suelas para la confección de zapatos por

durabilidad y precio, el 24% de encuestados manifiestan que no utilizan suelas para realizar zapatos porque utilizan otro tipo de material.

2. ¿Las suelas que usted compra en que tallas o series las adquiere?

CUADRO 2

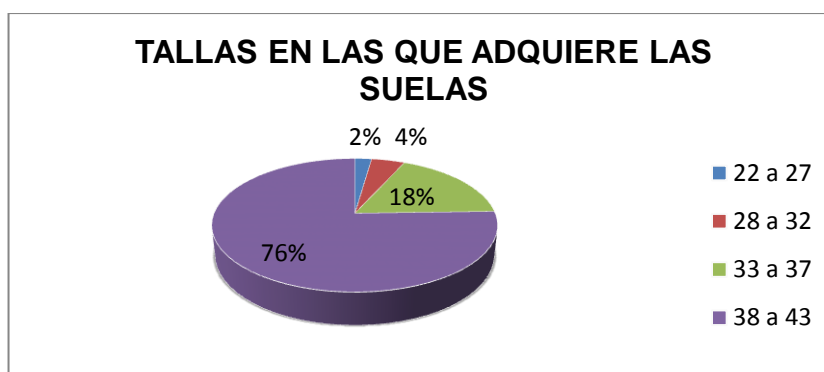
TALLAS EN LAS QUE ADQUIERE LAS SUELAS

DETALLE	FRECUENCIA	%
22 a 27	6	2
28 a 32	12	4
33 a 37	48	18
38 a 43	203	76
TOTAL	269	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido tenemos que el 75% de encuestados adquieren más cantidad de suelas en las tallas entre 38 a 43, porque estas tallas son las que más utilizan o requieren los clientes, el 18% de encuestados manifiestan hacen uso de suelas de zapatos entre los números 33 a 37, el

4% de encuestados manifiestan que las tallas de suelas que más requieren es entre 28 a 32 y el 2% utilizan el número de tallas entre 22 a 27.

3. ¿Qué es lo que usted toma en cuenta o prefiere al adquirir las suelas?

CUADRO 3

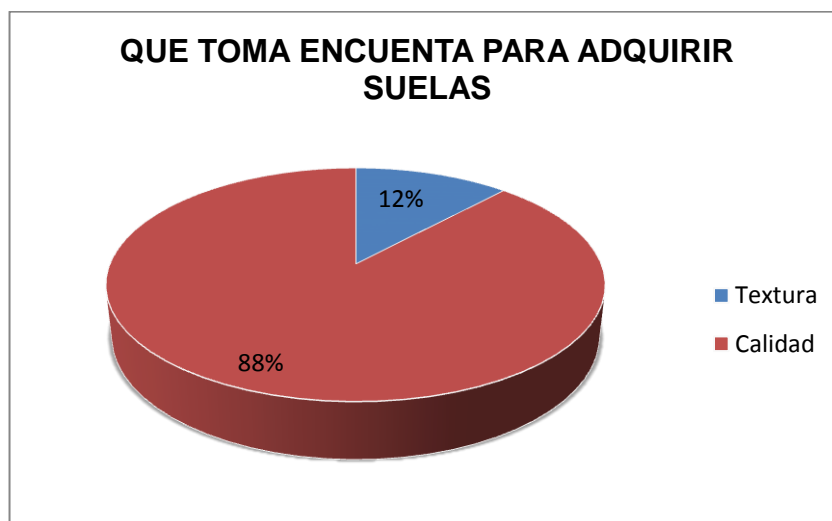
QUE TOMA ENCUESTA PARA ADQUIRIR SUELAS

DETALLE	FRECUENCIA	%
Textura	32	12
Calidad	237	88
TOTAL	269	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con el resultado de las encuesta tenemos que el 88% consideran importante para adquirir las suelas de zapatos la calidad de estas, porque los clientes

exigen un producto de buena calidad, el 12% de consideran importante la textura porque de esta depende la resistencia para el uso del calzado.

4. ¿Qué cantidad usted adquiere mensualmente de suelas?

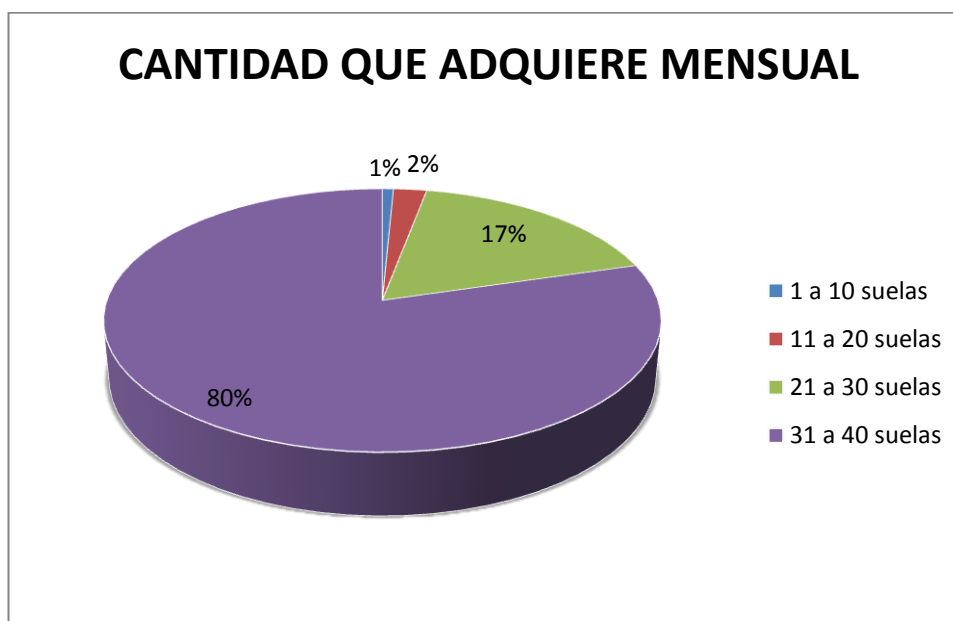
CUADRO 4
CANTIDAD QUE ADQUIERE MENSUAL

DETALLE	FRECUENCIA	%
1 a 10 suelas	2	1
11 a 20 suelas	6	2
21 a 30 suelas	47	17
31 a 40 suelas	214	80
TOTAL	269	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos podemos decir que el 80% de encuestados adquieren generalmente entre 31 a 40 suelas por mes, esto depende siempre de la cantidad de demanda que exista, el 17% manifiesta que adquieren mensualmente entre 21 a 30 suelas porque esa es la cantidad

que requiere en el arreglo de zapatos en el mes, el 2% manifiestan que adquieren entre 11 a 20 suelas mensuales porque algunos cliente prefieren otro tipo de suela, y el 1% adquieren entre 1 a 10 suelas porque utilizan otros materiales.

5. ¿A qué precio adquiere las suelas de zapatos?

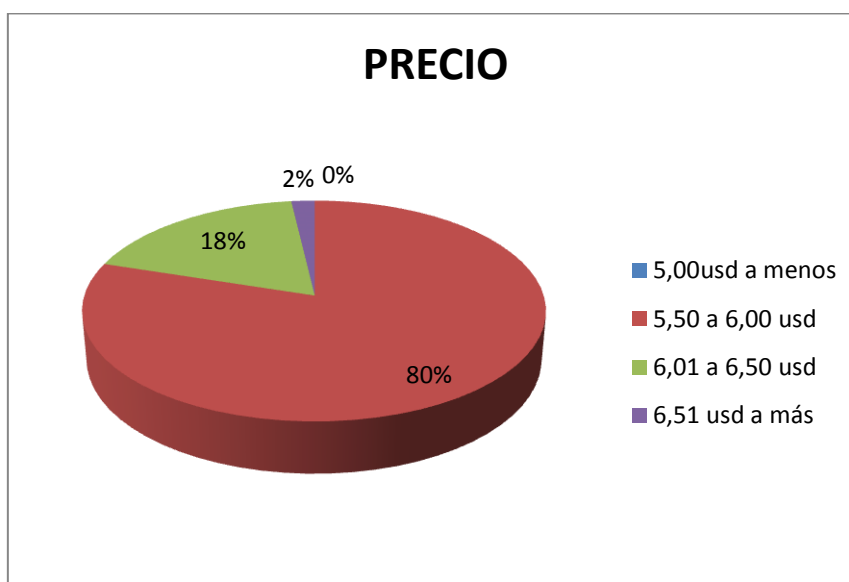
CUADRO 5
PRECIO

DETALLE	FRECUENCIA	%
a menos de 5,00usd	0	0
5,50 a 6,00 usd	215	80
6,01 a 6,50 usd	49	18
a más de 6,51 usd	5	2
TOTAL	269	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Podemos decir que el 80% de encuestados adquieren las suelas de zapatos entre 5,50 a 6,00 usd porque entre este precio está dispuesto en el mercado, el 18% manifiestan que el precio por el cual adquieren las suelas está entre 6,01 a 6,50 usd porque donde lo adquieren lo vende en este precio, el 2% manifiestan que el precio está a más de 6,51 usd considerando alto este precio pero que las suelas son buenas y ya son conocidas por el comprador.

6. ¿El precio de las suelas de zapatos que usted adquiere es?

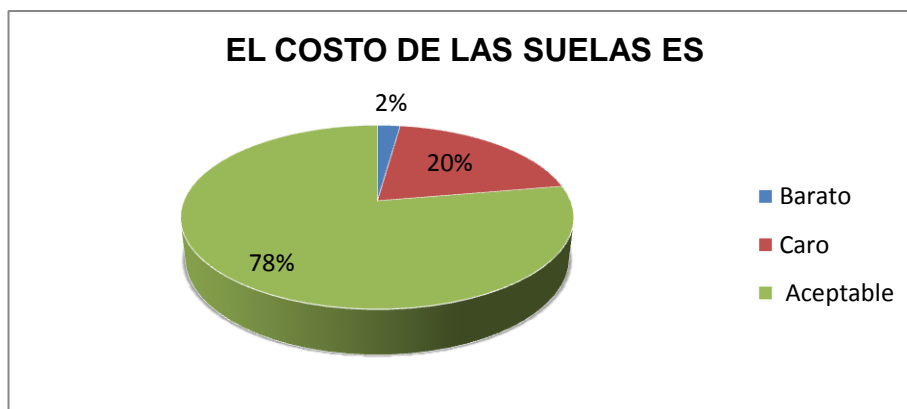
CUADRO 6
PRECIO

DETALLE	FRECUENCIA	%
Barato	6	2
Caro	54	20
Aceptable	209	78
TOTAL	269	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos podemos decir que el 78% de encuestados consideran que el precio por el que adquieren las suelas de los zapatos si es aceptable porque considera que ese precio es conveniente para poder adquirirlo, el 20% consideran que el precio por el que pagan para adquirir las suelas es caro porque no permite adquirir más docenas por su precio y adquieren otro tipo de suelas y el 2% consideran que el precio por la que pagan las suelas es barato.

7. ¿Qué marcas de suelas adquiere usted?

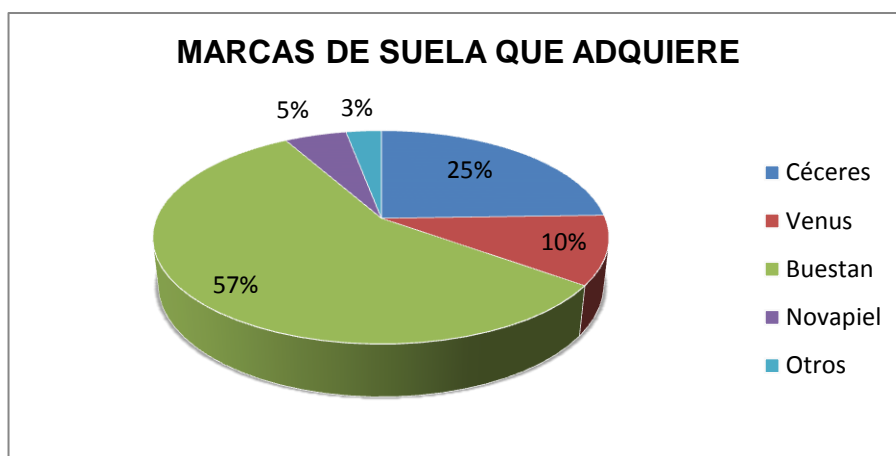
CUADRO 7
MARCAS DE SUELA QUE ADQUIERE

DETALLE	FRECUENCIA	%
Céceres	66	25
Venus	28	10
Buestan	153	57
Novapiel	14	5
Otros	8	3
TOTAL	269	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido de las encuestas aplicadas podemos decir que el 57% adquieren las suelas de marca Buestan porque ya son conocidas y son de buena calidad, el 25% adquieren la marca Cáceres porque es buena y el precio cómodo, el 10% la marca Venus porque es reconocida, el 5% Novapiel y el 3% otras marcas no muy reconocidas en el mercado.

8. ¿Dónde adquiere usualmente las suelas de zapatos

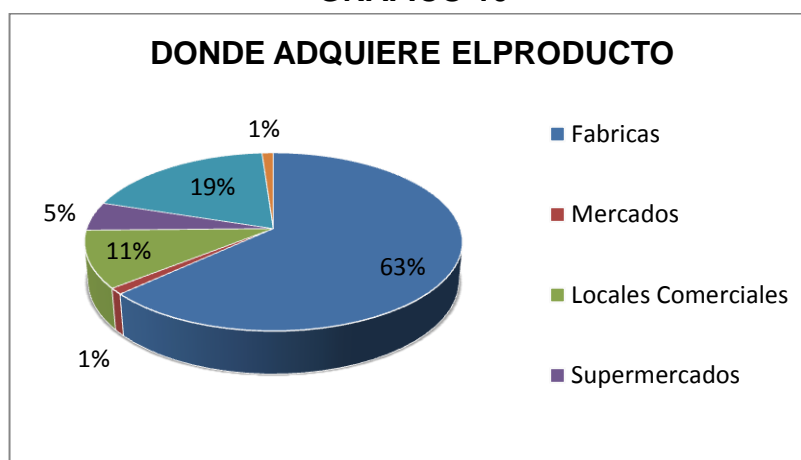
**CUADRO 8
DONDE ADQUIERE EL PRODUCTO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Fábricas	170	63
Mercados	3	1
Locales Comerciales	28	10
Supermercados	14	5
Vendedores Ambulantes	51	19
Otros	3	1
TOTAL	269	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos podemos decir que el 63% de encuestados adquieren las suelas de zapatos en fábricas porque en este lugar las adquieren a un menor precio y encuentran más producto, el 19% adquieren a vendedores ambulantes porque visitan sus lugares de negocios, el 10% compran las suelas en locales comerciales por su cercanía, el 1% adquieren en mercados y otro porcentaje que representa 1% adquieren en otros lugares.

9. ¿A través de que medio publicitario conoció el producto?

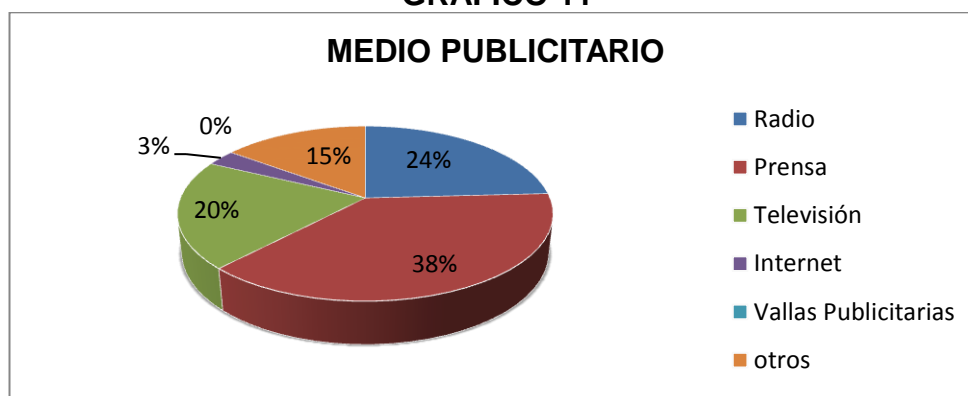
**CUADRO 9
MEDIO PUBLICITARIO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Radio	65	24
Prensa	102	38
Televisión	54	20
Internet	8	3
Vallas Publicitarias	0	0
otros	40	15
TOTAL	269	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido el 38% de encuestados conocieron de la venta de suelas por medio de la prensa escrita porque este medio es el que prefieren y se informan de más anuncios de oportunidad, el 24% prefieren el medio publicitario radial porque es más fácil anoticiarse mientras trabajan, el 20% por medio televisivo, el 15% por otros medios, como el de comentarios de amigos o familiares y el 3% en internet.

10. ¿Si se creará una empresa productora y comercializadora de suelas de zapatos de buena calidad, y precio cómodo estaría dispuesto adquirir este producto?

CUADRO 10

SI SE CREA UNA EMPRESA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	257	96
No	12	4
TOTAL	269	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos tenemos que el 96% de encuestados si adquirirían los el producto suela de zapatos que sea de buena calidad y buen precio para realizar sus trabajos, el 4% manifiestan que no apoyarían a la nueva empresa porque ya adquieren el producto en otros lugares.

11. ¿Qué tipo de promociones le gustaría obtener por la compra del producto?

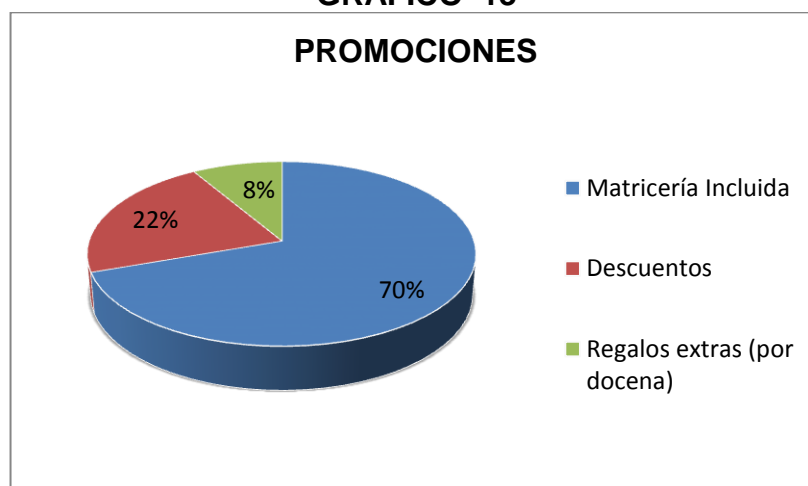
CUADRO 11
PROMOCIONES

DETALLE	FRECUENCIA	%
Matricería Incluida	179	70
Descuentos	56	22
Regalos extras (por docena)	22	9
TOTAL	257	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 13
PROMOCIONES



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido podemos decir que el 70% de encuestados les gustaría recibir como promoción matrickeras de zapatos, el 22% les gustaría recibir como promoción descuentos porque realizan compras consecutivas y el 9% regalos extras.

12. ¿Qué color de suela de zapato más utiliza o prefiere?

CUADRO 12

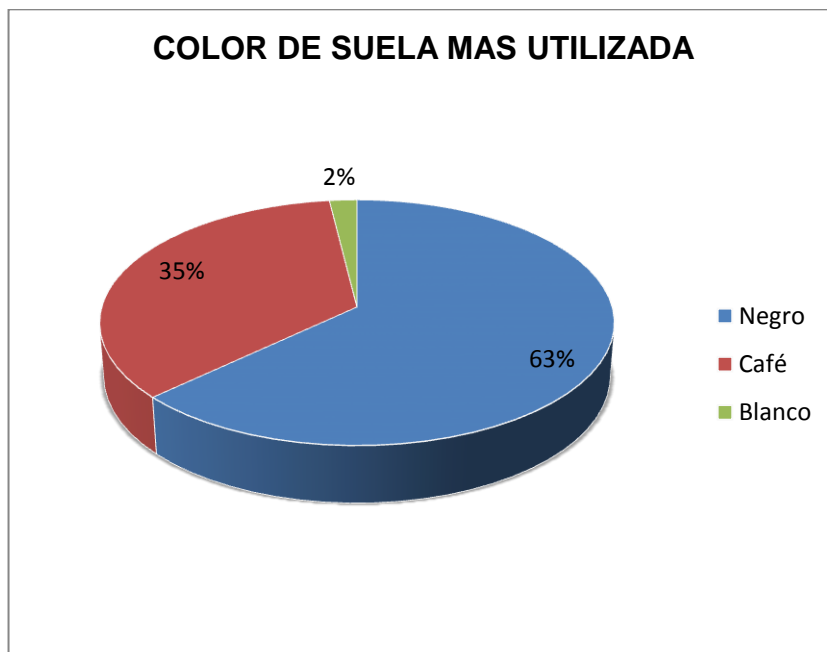
COLOR DE SUELA MAS UTILIZADA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Negro	162	63
Café	90	35
Blanco	5	2
TOTAL	257	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 63% de encuestados manifiestan que la suela de color negro es la que más adquieren para realizar sus trabajos porque ese color es el que más se usa en la elaboración y arreglo de zapatos, el 35% adquieren color café porque este color es el que más se utiliza, el 2% adquieren color blanco.

TABULACION E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS OFERENTES.

También es importante conocer que para realizar el presente estudio de factibilidad se tomó en consideración el número total de productores de suelas de zapatos (calzado) a nivel Quito, cuyos datos han sido proporcionados por el **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**, a fin de determinar la oferta real del producto, misma que está representada con un total de **18 oferentes**.

ENCUESTA A LOS OFERENTES

1. ¿En su negocio vende suelas de zapatos?

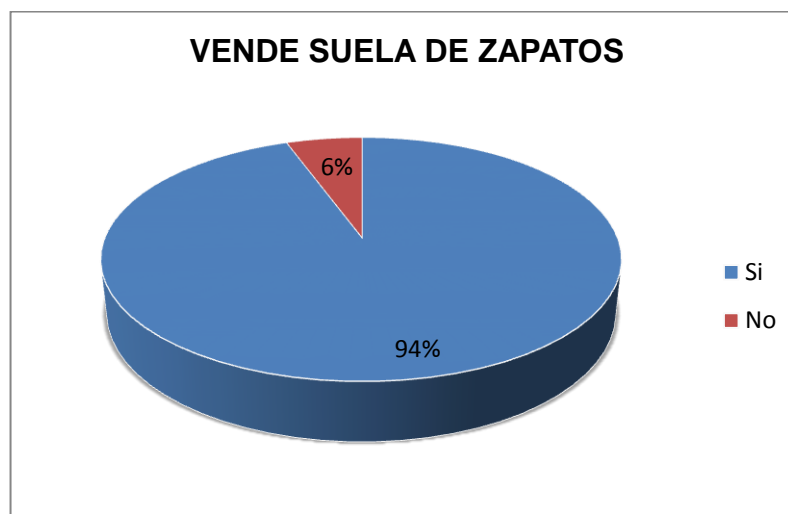
CUADRO 13
VENDE SUELA DE ZAPATOS

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	17	94
No	1	6
TOTAL	18	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

GRÁFICO 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido de las encuestas aplicadas a los oferentes tenemos que el 94% venden suelas de zapatos porque existe bastante demanda, el 6% no venden suelas de zapatos.

2. ¿En qué tallas o series usted vende más la suelas de zapatos?

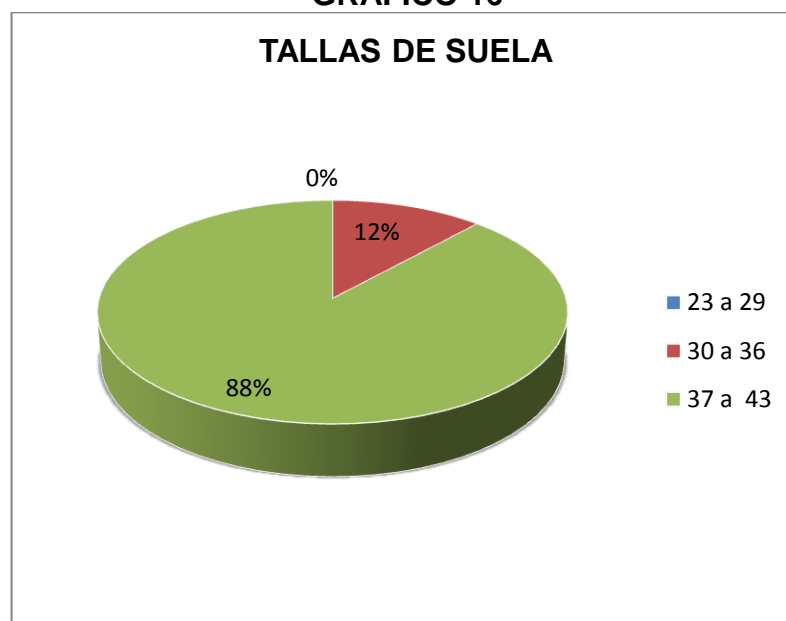
CUADRO 14
TALLAS DE SUELA

DETALLE	FRECUENCIA	%
23 a 29	0	0
30 a 36	2	12
37 a 43	15	88
TOTAL	17	100

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: El autor

GRÁFICO 16
TALLAS DE SUELA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos el 88% de encuestados vende suelas de zapatos en las tallas 37 a 43 estas son más utilizadas por personas adultas, el 12% adquieren tallas de 30 a 36.

3. ¿Qué cantidad de suela de zapatos vende mensualmente?

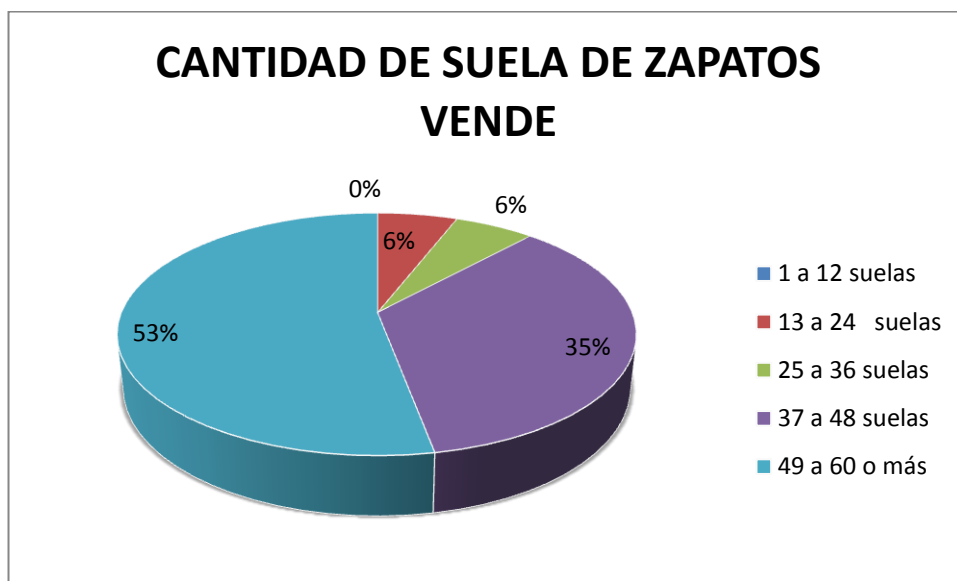
CUADRO 15
CANTIDAD DE SUELA DE ZAPATOS VENDE

DETALLE	FRECUENCIA	%
1 a 12 suelas	0	0
13 a 24 suelas	1	6
25 a 36 suelas	1	6
37 a 48 suelas	6	35
49 a 60 o más	9	53
TOTAL	17	100

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: El autor

GRÁFICO 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los oferentes el 53% vende mensualmente más de 60 suelas de zapatos estas compras la realizan más los zapateros, el 35% vende entre 37 a 48 suelas al mes, el 6% de 24 a 36 suelas y el 6% de 12 a 24 suelas al mes.

4. ¿El precio de venta de las suela de zapatos esta entre?

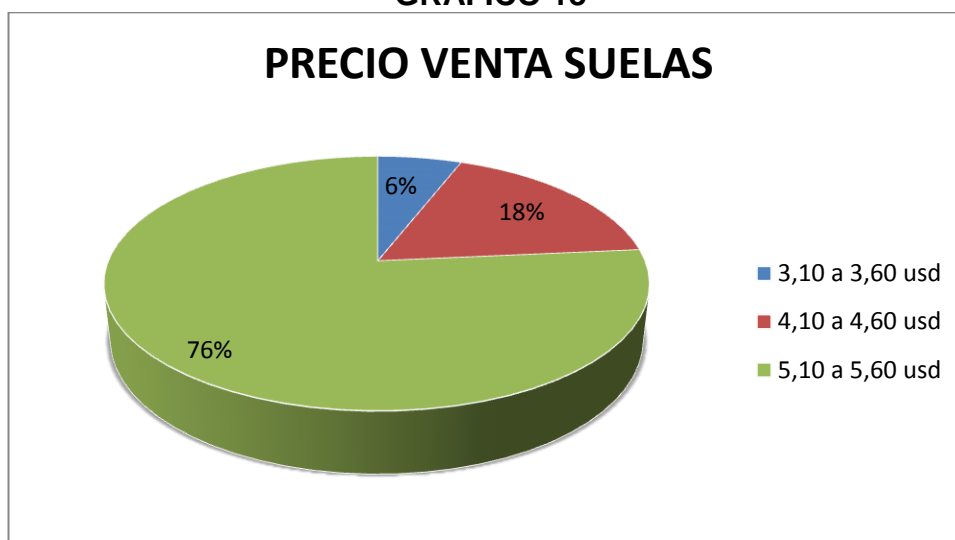
**CUADRO 16
PRECIO VENTA SUELAS**

DETALLE	FRECUENCIA	%
3,10 a 3,60 usd	1	6
4,10 a 4,60 usd	3	18
5,10 a 5,60 usd	13	76
TOTAL	17	100

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: El autor

GRÁFICO 18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 76% de encuestados manifiestan que el precio de venta por par de suela de zapatos es de 5,10 a 5,60 porque este es el precio que se establece en el mercado tomando en consideración que la suela es de muy buena calidad, el 18% venden la suelas de zapatos entre 4,10 a 4,60 y el 6% venden las suelas se zapatos entre 3,10 a 3,60 dependiendo de la calidad de suela.

5. ¿Qué colores de suelas son los que más se vende?

CUADRO 17

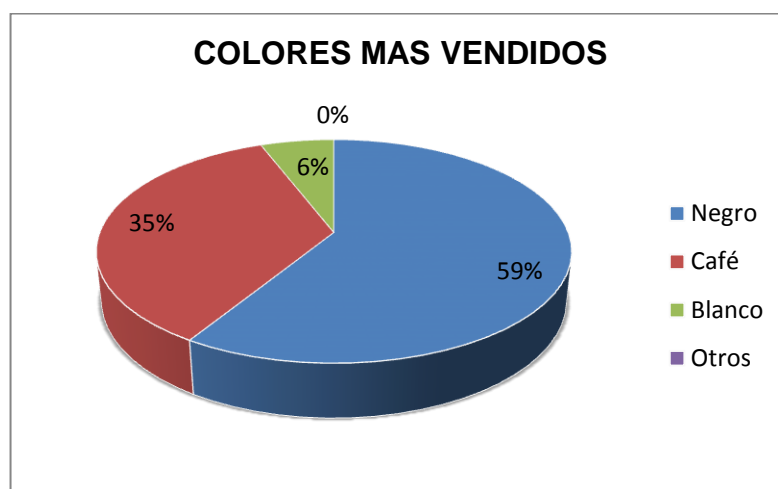
COLORES MAS VENDIDOS

DETALLE	FRECUENCIA	%
Negro	10	59
Café	6	35
Blanco	1	6
Otros	0	0
TOTAL	17	100

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: El autor

GRÁFICO 19



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 59% de encuestados manifiestan que el color negro de suela de zapato es el que más vende, el 35% manifiestan que el color de suela que más vende es café y el 6% vende color de suela blanco.

6. ¿Usted utiliza algún medio de comunicación para dar a conocer los productos que vende?

CUADRO 18

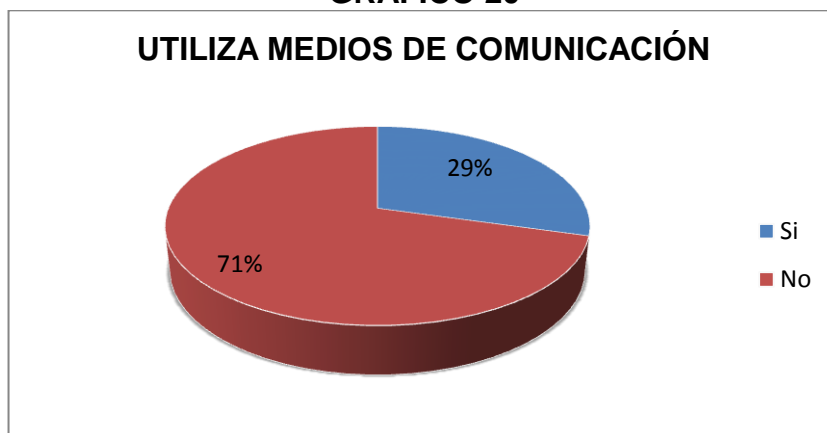
UTILIZA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	5	29
No	12	71
TOTAL	17	100

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: El autor

GRÁFICO 20



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos tenemos que el 71% no hacen uso de ningún medio de comunicación porque han considerado que no es necesario porque los clientes ya conocen de su negocio y la publicidad tiene un costo caro, el 29% si hacen uso de publicidad porque creen que es muy beneficioso para atraer más clientes.

7. ¿Qué medio de comunicación utiliza?

CUADRO 19

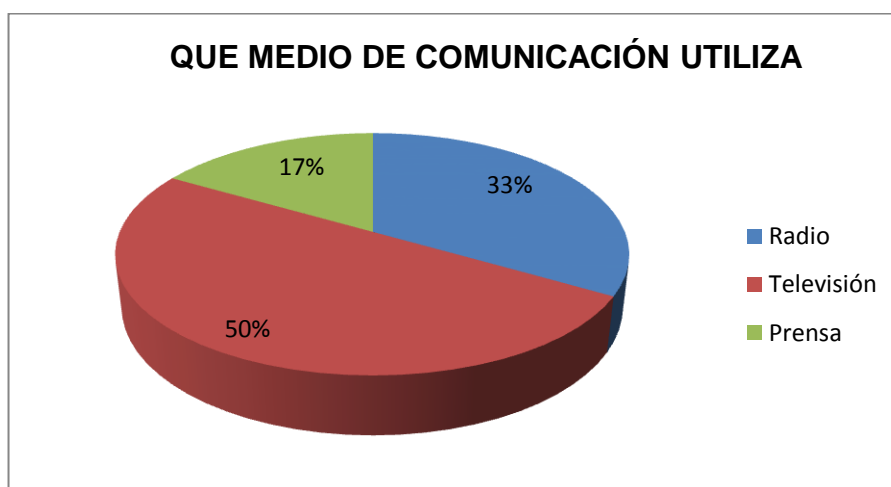
QUE MEDIO DE COMUNICACIÓN UTILIZA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Radio	2	40
Televisión	3	60
Prensa	1	20
Otros	0	0
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: El autor

GRÁFICO 21



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 60% de encuestados manifiestan que el medio de comunicación para realizar la publicidad de su negocio es la televisión porque este medio es el que más acogida tiene, el 40% de encuestados utilizan el medio comunicativo radio porque es más económico y el 20% utilizan la prensa como medio de comunicación por su valor económico.

g) DISCUSIÓN

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

La demanda es todo aquello que recibimos como respuesta a la gran cantidad de productos y servicios que encontramos en un mercado a un determinado precio, es decir aquellos que están dispuestos a comprar en esas circunstancias son los demandantes; y precisamente éstas las razones por las cuales los consumidores satisfacen sus necesidades dando la mejor respuesta frente a lo que ofrecen los fabricantes.

DEMANDA POTENCIAL

Ésta demanda se determina mediante el número de artesanos, de la ciudad de Quito, en este caso se toma en consideración a toda la población de zapateros, con la tasa de crecimiento proporcionada por el Servicio de Rentas Internas que es del 2,59% como se muestra en el cuadro siguiente

CUADRO 20
DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	Tasa de crecimiento	DEMANDA POTENCIAL
0	2.59%	3,005
1	2.59%	3,083
2	2.59%	3,163
3	2.59%	3,245
4	2.59%	3,329
5	2.59%	3,415
6	2.59%	3,503
7	2.59%	3,594
8	2.59%	3,687
9	2.59%	3,783
10	2.59%	3,881

Fuente: SRI

Elaboración: El Autor

DEMANDA REAL

Para determinar la demanda real fue necesario preguntar a los encuestados si utilizan el producto suelas de zapatos el producto que producirá la nueva empresa, estableciendo que el 76% de los encuestados hacen uso de suelas de zapatos, calculando así la demanda real.

CUADRO 21
DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	3,005	76%	2284
1	3,083	76%	2343
2	3,163	76%	2404
3	3,245	76%	2466
4	3,329	76%	2530
5	3,415	76%	2595
6	3,503	76%	2662
7	3,594	76%	2731
8	3,687	76%	2802
9	3,783	76%	2875
10	3,881	76%	2949

Fuente: Cuadro 20 y 1

Elaboración: El Autor

CONSUMO PER CÁPITA

Para calcular la cantidad de suelas de zapatos que hacen uso los encuestados se procede a establecer el punto medio de la variable y luego se multiplica este punto medio por la frecuencia. Finalmente se multiplica el valor $x_m.f$ por el tiempo que ente caso es meses del año, es decir 12, de lo cual en total resultan **15630** suelas de zapatos, que divididos para **269** personas de la demanda real resulta que el consumo per cápita es de **58** suelas de zapatos.

CUADRO 22

Promedio de Uso suelas de zapatos

VARIABLE	FRECUENCIA	xm	xm.f	TIEMPO	TOTAL ANUAL
1 par a 10 pares	2	5,5	11	12	132
11 a 20 pares	6	15,5	93	12	1116
21 a 30 pares	47	25,5	1198,5	12	14382
31 a 40 pares	214	35,5	7597	12	91164
TOTAL	269				15630

Fuente: Cuadro 4

Elaboración: El Autor

$$PC = \frac{xm.f}{F}$$

$$PC = \frac{15630}{269}$$

Promedio mensual de suelas.

$$PC = 58$$

DEMANDA EFECTIVA

Una vez determinado el consumo per cápita de suelas de zapatos se debe determinar la demanda efectiva del producto, como se muestra a continuación. Multiplicando el número de personas de la demanda efectiva por el promedio consumo de suelas de zapatos. La demanda efectiva se establece tomando en cuenta el porcentaje de personas que están dispuestas a adquirir el producto de la nueva empresa que según la pregunta 10 es el 96%.

CUADRO 23
DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA REAL	PROMEDIO USO PERCAPITA	DEMANDA REAL EN SUELAS DE ZAPATOS	PORCENTAJE DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA EFECTIVA EN SUELAS DE ZAPATOS
0	2284	58	132472	96%	127,162
1	2343	58	135894	96%	130,455
2	2404	58	139432	96%	133,834
3	2466	58	143028	96%	137,301
4	2530	58	146740	96%	140,857
5	2595	58	150510	96%	144,505
6	2662	58	154396	96%	148,248
7	2731	58	158398	96%	152,087
8	2802	58	162516	96%	156,026
9	2875	58	166750	96%	160,067
10	2949	58	171042	96%	164,213

Fuente: Cuadro 10,21 y 22

Elaboración: El Autor

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

OFERTA REAL

Para la oferta se toma en cuenta la pregunta 1 uno de la encuesta a los oferentes, para determinar el porcentaje de negocios que vende suelas de zapatos, confirmando que el **94%** de encuestados venden el producto, además para proyectar este valor se toma en cuenta la tasa de crecimiento de estos negocios que según **el SRI es de 2,59%**

CUADRO 24
OFERTA REAL

AÑOS	Población Oferta	Tasa de crecimiento	Porcentaje	Oferta Real
0	18	2.59%	94%	17
1	18	2.59%	94%	17
2	18	2.59%	94%	17
3	18	2.59%	94%	17
4	18	2.59%	94%	17
5	18	2.59%	94%	17
6	19	2.59%	94%	18
7	19	2.59%	94%	18
8	20	2.59%	94%	19
9	20	2.59%	94%	19
10	21	2.59%	94%	20

Fuente: Cuadro 13

Elaboración: El Autor

OFERTA EFECTIVA

Además de determinar la oferta real del producto se ha determinado la oferta efectiva, que hace referencia al porcentaje de los ofertantes que efectivamente venden suela de zapatos que es el **94%** de los encuestados según **el cuadro 17, pregunta 1** de la encuesta a los oferentes, como se muestra en el siguiente cuadro.

**CUADRO 25
OFERTA EFECTIVA**

AÑOS	OFERTA REAL	PORCENTAJE	OFERTA EFECTIVA
0	17	94%	16
1	17	94%	16
2	17	94%	16
3	17	94%	16
4	17	94%	16
5	17	94%	16
6	17	94%	16
7	18	94%	17
8	18	94%	17
9	19	94%	18
10	19	94%	18

Fuente: Cuadro 13 y 24

Elaboración: El Autor

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

Para determinar la oferta se debe hacer referencia a la pregunta 3 de la oferta donde se pregunta qué cantidad de suelas de zapatos venden mensualmente, estableciendo la oferta total de suelas como se muestra en el cuadro siguiente:

**CUADRO 26
OFERTA TOTAL EN SUELAS DE ZAPATOS**

VARIABLE	FRECUENCIA	xm	xm.f	TIEMPO	TOTAL ANUAL
1 a 12	0	6,5	0	12	0
13 a 24	1	18,5	18,5	12	222
25 a 36	1	30,5	30,5	12	366
37 a 48	6	42,5	255	12	3060
49 a 60	9	54,5	490,5	12	5886
TOTAL	17				9534

Fuente: Cuadro 15

Elaboración: El Autor

OFERTA PROYECTADA

Una vez establecida la oferta total para el primer año de vida útil del proyecto es necesario proyectarla a fin de establecer el valor de ella a lo largo de la vida útil del proyecto, para ello se toma en cuenta la tasa de crecimiento de los negocios que es de **2,37% anual**, como se muestra a continuación

CUADRO 27
OFERTA PROYECTADA

AÑOS	OFERTA ANUAL	TASA DE CRECIMIENTO
0	9534	2.37%
1	9760	2.37%
2	9991	2.37%
3	10228	2.37%
4	10470	2.37%
5	10719	2.37%
6	10973	2.37%
7	11233	2.37%
8	11499	2.37%
9	11771	2.37%
10	12050	2.37%

Fuente: Cuadro 26

Elaboración: El Autor

DEMANDA INSATISFECHA

Luego de haber determinado la demanda efectiva y la oferta se calcula la demanda insatisfecha del proyecto, teniendo para el primer año de vida útil del proyecto **117.628 suelas de zapatos**, por lo que se puede apreciar que si existe demanda insatisfecha de este tipo de productos.

**CUADRO 28
DEMANDA INSATISFECHA**

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	Oferta Total	Demanda Insatisfecha
0	127,162	9534	117628
1	130,455	9760	120696
2	133,834	9991	123843
3	137,301	10228	127073
4	140,857	10470	130386
5	144,505	10719	133786
6	148,248	10973	137275
7	152,087	11233	140854
8	156,026	11499	144527
9	160,067	11771	148296
10	164,213	12050	152163

Fuente: Cuadro 23 y 27

Elaboración: El Autor

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Una vez establecida la demanda insatisfecha del producto se debe determinar las 4 P de la mercadotecnia, como a continuación se verifica.

Precio

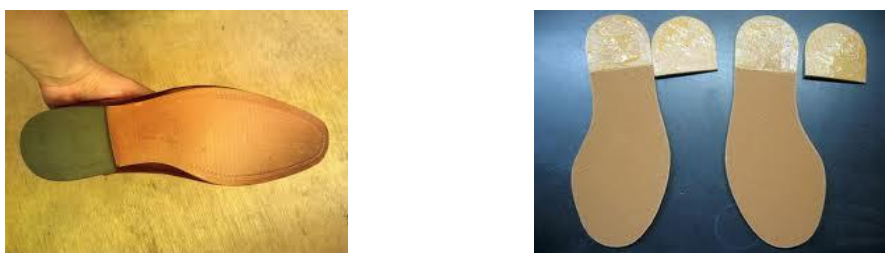
Para determinar el precio del producto suelas de zapatos se debe tener en consideración 2 factores, el precio que establece la competencia en el mercado, que es un referente para la nueva empresa para no establecer precios muy altos que no permiten introducir el producto en el mercado, el segundo factor es los costos de producción que generará el producto y más el margen de utilidad que redundará el precio de venta del producto.

Producto

El producto que ofertará la nueva empresa suelas de zapatos de excelente calidad en colores negro, café y blanco. Este producto si tendrá acogida

según la pregunta 10 realizada a los demandantes

GRÁFICO 22



Plaza

El tipo de distribución que utilizara la empresa es el canal Productor, al consumidor final sin intermediarios, ya que es el más adecuado para poder llegar con el producto a un mayor número de clientes.

GRÁFICO 23



Promoción y Publicidad

Las promociones que se utilizarán son las que son de preferencia de los encuestados según la pregunta 11 de la encuesta a los demandantes, se harán promociones como matricerías, descuentos, regalos.

Para realizar la publicidad de la empresa se tomará en cuenta a la prensa escrita como medio preferido de los encuestados, los anuncios se realizarán en el diario el comercio que tiene gran acogida en la ciudad de Quito.

ESTUDIO TÉCNICO.

A continuación se expone el Estudio Técnico que determina los requerimientos empresariales que se requiere en función de tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada como utilizada) y la cantidad de recursos humanos.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Tamaño de la planta.

Luego de haber realizado el estudio de mercado, se determinará el tamaño de la planta, es decir en este estudio se da a conocer que la cantidad demandada proyectada a futuro fue considerada como el factor principal. La cantidad demandada estará en función del crecimiento de las personas que compren las suelas de zapatos.

Capacidad Instalada.

La capacidad instalada son las condiciones que tenga la planta para poder atender o producir una cantidad determinada de suelas de zapatos que se entregara al público. Se ha podido determinar que la capacidad instalada de la empresa productora de suelas de zapatos así:

Se realiza la Recepción e inspección de la materia prima, en tiempo de 20 minutos. Luego se procede a realizar el corte o suajado de suelas con el debido cuidado de la materia prima, ocupando un tiempo de 35 minutos.

Luego se realiza el Pespunte de las suelas, en tiempo de 25 minutos terminado el pespunte se procede a terminar con el acabado del filo de la suela, en 5 minutos. Ya terminado todos procesos anteriores se procede a enfundar y etiquetar cada par de suelas, en tiempo de 20 minutos. Y por último se almacenan las suelas listas para su comercialización. En 15 minutos. En todo el proceso se requiere tiempo de 120 minutos y se elaboran 30 suelas. En el cuadro siguiente se indica la capacidad instalada de la empresa: En 120 minutos o en 2 horas se elaboran 30 suelas de zapatos de x 8 horas laborables se elaboran 120 suelas, x los 5 días laborables= 600 suelas x 4 semanas de 2400 suelas mensuales x 12 meses del año 28800 suelas anuales, es decir la capacidad instalada es de **28800 suelas de zapatos.**

CUADRO 29

CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	%	CAPACIDAD INSTALADA VENTA SUELAS
0	117.628	24,48%	28.800

Fuente: Cuadro 28

Elaboración: El Autor

Capacidad Utilizada

La Empresa Productora de suelas de zapatos producirá para el primer año

23.040 suelas utilizando el 80% de la capacidad. Podemos indicar la capacidad para los siguientes diez años.

CUADRO 30
CAPACIDAD UTILIZADA EN SUELAS

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA SUELAS
1 y 2	28.800	80%	23.040
3 y 4	28.800	85%	24.480
5 y 6	28.800	90%	25.920
7 y 8	28.800	95%	27.360
9 y 10	28.800	99%	28.512

Fuente: Cuadro 29

Elaboración: El Autor

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

La Empresa estará ubicada en la Ciudad de Quito Provincia de Pichincha al noroeste del Ecuador, considerada como una de las más hermosas ciudades de América Latina, no sólo por poseer el Centro Histórico más grande de la región, sino también por su arquitectura moderna, sus parques y principalmente por calidez y amabilidad de su gente; cuenta con aeropuerto con vías de comunicación, cercanía a los proveedores, servicios básicos, facilidad de transporte para que los usuarios tengan la facilidad de acceder a ella. Complementada con la comodidad de los servicios y estructura que tendrá el proyecto al considerar que es un lugar que cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación como vías de comunicación, cercanía a los proveedores, servicios básicos, facilidad de transporte. Para determinar la localización del proyecto, es necesario determinar la **macro y micro localización**.

MACRO LOCALIZACIÓN.

La empresa estará localizada en el Cantón Quito, provincia de Pichincha, por cuanto se ha considerado el lugar donde se tenga accesibilidad a la materia prima de óptima calidad.

GRÁFICO 24

MACRO LOCALIZACIÓN



MICRO LOCALIZACIÓN

En la Micro localización se identifica o se da a conocer la ubicación exacta de la empresa especificando calles con nombres exactos, números para determinar la localización exacta de la nueva empresa. En nuestro caso estará ubicada en el Barrio Magdalena en las calles Carlos Poit y Francisco de Victoria.

GRÁFICO 25

MICRO LOCALIZACIÓN



Para la localización exacta de la empresa hemos tomado en cuenta algunos factores como:

- Servicios generales.-** Se ubicara a la empresa en un sector donde existan todos los servicios básicos como: agua, energía eléctrica, agua, teléfono, alcantarillado.
- Disponibilidad de acceso para el cliente.-** Es muy importante el acceso para los clientes ya que en cierta forma tiene mucho que ver la ubicación de la empresa respecto a los consumidores, tomando en cuenta los gastos de transporte que estos deben realizar para llegar a la misma el que no existan dificultades para llegar a la empresa.
- Mano de Obra.-** Se elegirá el personal adecuado para cada función lo que permitirá un producto de calidad.
- Posibilidad de eliminación de desechos.-** Se utilizará mecanismos adecuados para la eliminación de desechos, la cual brindará beneficios no solo para la empresa si no para la localidad.

PONDERACIÓN DE FACTORES

La tabla de ponderación se ha utilizado por el tamaño de la empresa y tipo de actividad con la finalidad de encontrar herramientas que permitan evaluar tanto la factibilidad de iniciar como de continuar con una determinada actividad, de compararlo con otras posibilidades y de analizar las acciones tendientes a mejorar las actividades ya en marcha.

TABLA DE PONDERACIÓN DE FACTORES

CUADRO 31

PONDERACIÓN DE FACTORES				
NUMERO	FACTORES	A	B	C
		CENTRO	NORTE	SUR
1	Ubicación Geográfica Estratégica	20	20	20
2	Servicios básicos	30	30	30
3	Infraestructura de acceso vías	10	10	10
4	Transporte público	10	10	30
5	El esparcimiento	1	5	5
6	Existencia de competencia	1	5	1
TOTAL		72	80	96

De acuerdo al resultado obtenido se ha podido considerar que en el Magdalena tiene un total de **96 puntos sobre el 100%**, siendo el que mayores oportunidades para realizar este proyecto.

FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA TABLA DE PONDERACIONES

1.- Hacer seguimiento de la evolución de esta actividad y monitorear sus

posibilidades futuras y su comparación con otras actividades.

2.- Analizar la factibilidad del nuevo negocio de producto o servicio.

3.- Monitorear los cambios que tenga la empresa.

En cuanto a los factores a tomar en consideración debe ser los de mayor posibilidad a los efectos de tomar al momento de la evaluación todos aquellos que sean determinantes de la rentabilidad y riesgos.

Los factores a considerar tenemos:

Ubicación.- La localización o ubicación de la empresa en muchos casos es fundamental, sobre todo si se trata de producción de suelas de zapatos.

Rentabilidad.- Podemos considerar la rentabilidad sobre la inversión o bien la rentabilidad sobre los activos totales. En el caso de analizar una actividad deberá calcularse tal rentabilidad en función de las inversiones necesarias para la realización de las actividades.

Conocimientos.- Para el profesional dentro del área de servicios, debe estar preparado y tener conocimientos sobre la atención al cliente.

Experiencia.- En cualquier trabajo es fundamental la experiencia para realizar un mejor desempeño.

Nivel de competencia externa.- ante la grande existencia de la competencia es importante seguir muy de cerca la evolución de los competidores externos en la actividad de la empresa. Cuanto mayor sea el riesgo de un incremento de competencia foránea menor será el puntaje. Generar ventajas competitivas en materia de precios, calidad, servicios y diferenciación es una forma de contrarrestar dichas interferencias.

Forma de calificar:

Para el caso de una empresa unipersonal la calificación deberá razonarla el propietario con su asesor personal o bien con el encargado de la empresa. Es fundamental que la calificación no sea individual sino conjunta, para visualizar cada factor desde diferentes y variadas perspectivas.

Siempre se debe estar alerta ante factores que alteren o puedan alterar las calificaciones otorgadas a cada factor. La calificación en si es el razonar la manera en que la empresa se ve favorecida o desfavorecida ante los cambios y de qué forma podemos mejorar la posición y ventaja competitiva de la empresa.

En lo que hace al puntaje concreto a aplicar va de:

Uno: Para una situación muy mala.

Tres: Factor Competencia Externa.

Cinco: Para una situación mala.

Diez: Para una posición regular.

Veinte: Valido para una buena situación.

Treinta: Correspondiente a una situación o posición muy buena.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Aquí es donde se debe seleccionar la tecnología adecuada y los procesos apropiados para la distribución de la planta los mismos que se utilizarán para poder realizar un trabajo adecuado en la empresa de suelas de zapatos y poder ofrecer y brindar un buen producto, basándonos en el diseño de la planta o instalaciones su distribución con sus respectivo

mobiliario, equipo, mano de obra, personal administrativo, equipos y materiales de oficina, etc. Con las diferentes políticas diseñadas.

Con la elaboración del diseño de la empresa se logrará definir cada área de la empresa, la misma que contará con servicio cliente, gerente, secretaría, contadora, departamento producción, servicios generales.

Requerimiento de Recursos Humanos

Se debe seleccionar el personal necesario y adecuado para el funcionamiento de la empresa y con la finalidad aportar, propiciar los elementos necesarios para crear un buen clima laboral y cuente con todos los recursos humanos satisfechos y calificados que brinden eficiencia en los servicios que requieren los clientes. Para que la empresa productora de suelas de zapatos cuente con el personal indicado en cada una de sus áreas en el momento que son requeridos.

Personal Administrativo: Gerente, Asesor Jurídico y Secretaría - Contadora






Departamento de Producción: Jefe Producción, Obrero y Vendedor.

Equipo de Oficina: Computadora, impresora, teléfono, archivador y mueble de escritorio.

Suministros de Oficina: Resmas de papel bond, lápices, esferos, tijeras, calculadora y borradores.

FLUJOGRAMA DE PROCESO DE ELABORACIÓN DE SUELA DE ZAPATOS

GRÁFICO 26

ASES	PROCESO PRODUCTIVO	OPERACIÓN	INSPECCION o CONTROL	DEMORA O RETRAZO	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	TIEMPO EN MINUTOS
							
1	Recepción de Materia Prima	x					20'
2	Sección corte o suajado de suelas	x					35'
3	Pespunte			x			25'
4	Acabado filo suela		x				5'
5	Enfundado	x					20'
6	Almacenado					x	15'
Total minutos							120

PROCESO DE PRODUCCIÓN DE SUELAS DE ZAPATOS

1. Recepción, inspección de materia prima.

Se recibe la materia prima (suela) donde se inspecciona que el material la calidad que se encuentre en buen estado. En 20 minutos.

2. Corte o Suajado de Suelas.

En esta sección se realiza el corte de la suela, con la máquina de cortar suela con ayuda de los suajes (herramienta confeccionada con placa de acero con un filo a un lado para cortar, doblar o marcar). El corte se realiza de acuerdo a patrones ósea modelo y números. Ejemplo La numeración y los pares a cortar, se comienza a cortar con los números mayores, para aprovechar al máximo la piel, colocando los números menores útilmente, evitando el desperdicio de la suela. Ocupando un tiempo de 35 minutos.

3. Pespunte

Se procede a eliminar el sobrante de los filos de las suelas, rebajando las orillas para que no queden bordes en las suelas ya cortadas, con mucho cuidado, evitando errores para que la suela no quede deforme en la punta y talón. En 25 minutos

4. Acabado filo suela

Las suelas cortadas se meten a una prensa hidráulica o neumática manteniendo una presión constante durante unos segundos para rebajar el excedente de suela y se pinta el canto u orilla y se pule la suela con una lija quedando lista. En 5 minutos.

5. Enfundado y Etiquetado

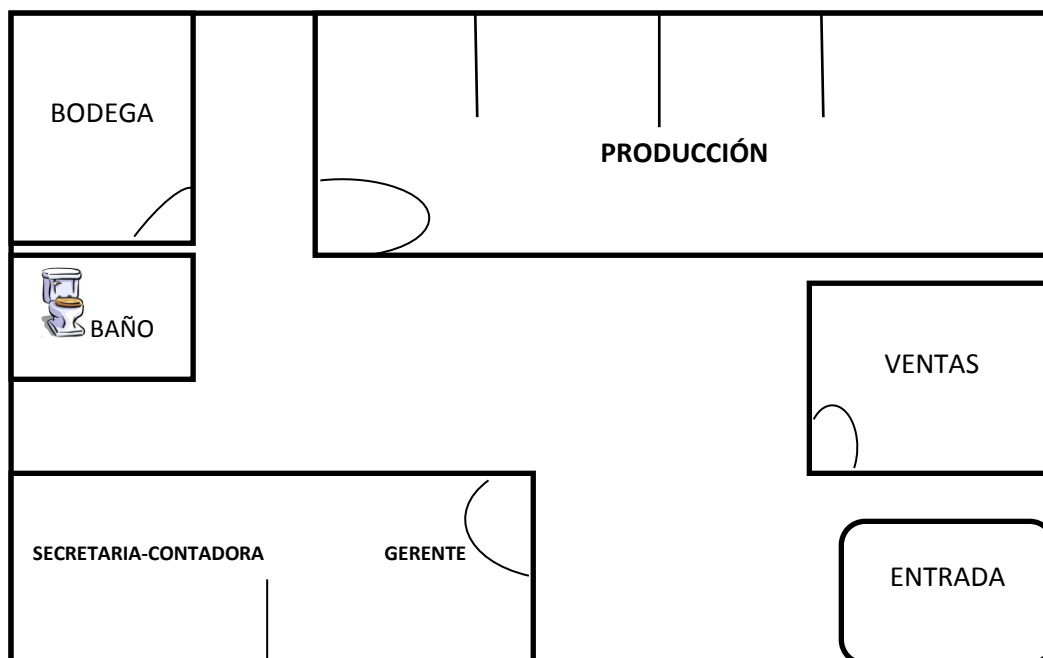
Se unen las suelas por pares se va enfundando cada par de suelas y etiquetando. En tiempo de 20 minutos.

6. Almacenado

Se almacena o percha las suelas ya terminadas listas para comercializarlas. En 15 minutos.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

GRÁFICO 27



EQUIPOS DE PRODUCCIÓN

CORTADORA SUELA 1 UNIDAD

GRÁFICO 28



PRESA HIDRÁULICA 1 UNIDAD

GRÁFICO 29



PULIDORA DE SUELAS

GRÁFICO 30



CUCHILLAS ARTESANALES 7 UNIDADES

GRÁFICO 31



TIJERAS PARA CORTAR SUELA 4 UNIDADES

GRÁFICO 32



PERCHAS 3 UNIDADES

GRÁFICO 33



FUNDAS PLÁSTICAS

GRÁFICO 34



ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

En cada proyecto se presentan características específicas, que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución. Todas las actividades que se requieren para la implementación y operación del proyecto se programan, coordinan y controlan por alguna instancia que el estudio del proyecto debe proveer.

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Parte fundamental para implementar un proyecto, es la organización pues para su funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos la forma o modo en que se estructuran y ordenan las diversas unidades administrativas que dependen del poder ejecutivo.

ORGANIZACIÓN LEGAL

La denominación y constitución de la Empresa, se basó en preceptos como: responsabilidad por parte de los socios, tipo de participación

o acciones, disolución de la compañía, y muchas otras, decidiendo que la Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que más se ajusta a las necesidades de la empresa y es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

Es de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías.

Objetivo Social

La empresa tendrá como objeto social la producción de suelas de zapatos, y su comercialización en la Ciudad de Quito.

En lo que se refiere a constitución y trámite se tiene.

- 1.- Los socios presentaran a la Superintendencia la minuta de escritura pública, conteniendo el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración del capital pagado de la sociedad.
- 2.- se realizará el depósito en una cuenta de integración del capital pagado (mínimo \$ 600.00 del total de aportación)
- 3.- Se efectuara la afiliación en la Cámara de Comercio, en este caso la compañía se realizara en la Cámara de Comercio de Quito.
- 4.- Se tendrá el otorgamiento de la escritura pública en constitución.
- 5.-Se receptara la aprobación de la resolución expedida por la

Superintendencia.

6.- Se obtendrá la protocolización de la resolución aprobatoria.

7.- se realizara la publicación en un diario local el extracto de la escritura pública de la sociedad.

8.- Se inscribirá en el registro mercantil y en el registro de la Sociedades de la Superintendencia y en registro único de Contribuyentes.

9.- Se realizará la designación de los Administradores de la Compañía mediante una junta general precedidos por los socios.

10.- Se realizara la inscripción en el registro mercantil el nombramiento de los administradores con la razón de aceptación del cargo.

11.- Se dispondrá la autorización de la Superintendencia para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser retirados por los socios.

La Escritura de Constitución contendrá lo siguiente:

El Lugar y fecha de celebración del contrato.

Los nombres, apellidos nacionalidades y domicilio de los promotores.

La denominación, objeto capital social.

Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores.

El número de acciones de que el capital estuviere dividido, la clase de valor nominal de cada acción, su categoría y series.

La forma y época de convocar a los socios a juntas generales.

La manera de convocar repartir las utilidades, o políticas de reinversión de las utilidades para incrementar el capital.

El plazo y condición de suscripción de las acciones.

El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las

cantidades a pagarse del concepto de la suscripción.

El plazo dentro de la cual se otorga la escritura de fundación; y,

El domicilio de la Compañía. Tipo de Servicio.

El tipo de empresa al que le corresponde la empresa productora de suelas de zapatos es una empresa que ofrece un producto tangible a los clientes.

ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE SUELAS DE ZAPATOS

En la Ciudad de Quito, Provincia de Pichincha a los dieciocho días del mes de Junio del año 2015, por iniciativa propia y con el asesoramiento del

Dr. Gabriel Ortega, se reúnen dos personas naturales, con todos los derechos, han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el fin de lucro, la que tendrá por objeto social la producción y comercialización de suelas de zapatos en la Ciudad de Quito.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SUELAS DE ZAPATOS CIA. LTDA.

Señor Notario:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, el acta de constitución de compañía, contenida con las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- Comparecientes.- **Nelson Darío Caicedo Navarrete**, ecuatoriano portador de la cédula de identidad **1715203640** y el Señor **Samuel Ulpiano Caicedo Arcos** ecuatoriano portador de la cédula

cedula de identidad 1709007411, en ejercicio pleno de sus derechos, los comparecientes convienen en constituir la Compañía se Responsabilidad limitada **“Empresa Productora y comercializadora de suelas de zapatos Cía. Ltda.** Que se registrá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

SEGUNDA.-Estatuto De La Compañía de Responsabilidad Limitada.
“Empresa Productora y comercializadora de suelas de zapatos Cía. Ltda.”

CAPITULO PRIMERO.- NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL, Y PLAZO DE DURACIÓN.

Artículo 1.- La Compañía llevara el nombre o razón Social de: **“Suelas Shoes Cía. Ltda.”**

Artículo 2.- El domicilio de la Compañía es en la Ciudad de Quito, Provincia de Pichincha.

Artículo 3.- La Compañía tiene como objeto social la creación de una Empresa Productora y comercializadora de suelas de zapatos a toda la población de la ciudad de Quito.

Artículo 4.- La empresa inicia sus operaciones en la fecha de su inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, de la forma prevista en la ley y en este estatuto.

CAPITULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL DE LAS PARTICIPACIONES Y LA RESERVA LEGAL.

Artículo 5.- El capital social de la Compañía es del 50%, del total de la inversión que será pagado en partes iguales por los socios los que estarán representados por el certificado de aprobación correspondiente de

conformidad con la ley y estos estatutos.

Artículo 6.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta general de los Socios con el consentimiento de las terceras partes del capital social presente en la sección.

Artículo 7.- El aumento del capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: En numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas, por revalorización del patrimonio realizado conforme a la ley y la reglamentación pertinente, o por demás medios previstos en la ley.

Artículo 8.- La reducción del capital se regirá por lo previsto por la ley de compañías y en ningún caso se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución de los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas con las excepciones de ley.

Artículo 9.- La compañía entregara a cada socio el certificado de aprobación que le corresponde. Dicho certificado de aportación se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor certificado, nombre del socio o propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de consecución, notaría en que se otorgó, fecha y número de la inscripción en el registro mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rubrica del presidente y gerente general de la compañía.

Artículo 10.- Al perderse o destruirse un certificado de aportación el interesado solicitara por escrito al gerente general de emisión de un duplicado del mismo.

Artículo 11.- las participaciones en esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones de la ley.

Artículo 12.- Las participaciones de los socios en esta compañía son transmisibles por herencia, conforme a la ley.

CAPÍTULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES, Y RESPONSABILIDAD.

Artículo 13.- Son obligaciones de los socios:

Las que señalan la ley de compañías.

Cumplir las funciones y actividades deberes que les asignase la junta General de socios, al gerente general y presidente de la Compañía.

Cumplir con las aportaciones implementarias en proporción a las participaciones que tuvieren en la compañía, cuando y en la forma que decida la junta general de socios.

La demás que señale este estatuto.

Artículo 14.- Los socios de la compañía tienen los derechos y atribuciones:

Intervenir con vos y voto en las sesiones de Junta general de Socios, personalmente o mediante poder a un socio o extraño, ya se trate del poder notarial o de carta poder.

A elegir y ser elegido para los organismos de administración y fiscalización.

A percibir las utilidades o beneficios a prorrata de las participaciones pagadas, lo mismo respecto al acervo social, de producirse las

liquidaciones.

Los demás derechos previstos en la ley y estatutos.

Artículo 15.-La responsabilidad de los socios de la compañía por las obligaciones sociales se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a compañías, salvo las acepciones de ley.

CAPITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO Y DE LA ADMINISTRACIÓN.

Art. 16: (GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN).- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Gerente General, este órgano con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 17.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

Art. 18.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Gerente de la empresa mediante comunicación escrita, cuando menos con diez días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.

Art. 19.- (REPRESENTACIÓN DE LOS ACCIONISTAS).- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta

personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

Art. 20.- (QUÓRUM).- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General se instalará con el número de accionistas presentes o que concurran, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresará en la convocatoria para los casos contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

Art. 21.- (DE LA PRESIDENCIA).- Presidirá la Junta General de Accionistas el Gerente de la Empresa, el mismo que actuará como secretario, a falta de este actuará quien lo subrogue.

Art. 22.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorías externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y

resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prorroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar los sueldos que percibirán los miembros del Directorio; h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley; j) Interpretar obligatoriamente el presente estatuto; k) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa; l) Los demás que contemple la ley y estatutos.

Art. 23.- (JUNTA UNIVERSAL).- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y

válidamente constituida.

Art. 24.- (DEL DIRECTORIO).- El directorio estará integrado por el Presidente de la empresa y por dos vocales principales, los vocales deben ser elegidos por la Junta General de Accionistas, los vocales durarán en sus funciones cuatro años y pueden ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados, para ser vocales del Directorio no se requiere la calidad de accionista.

Art. 25.- (PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO).- Presidirá las sesiones del Directorio el Gerente General, a falta de este lo reemplazará su subrogante y se nominará un secretario Ad-hoc.

Art. 26.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.

Art. 27.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y

celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.

Art. 28.- (RESOLUCIONES).- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 29.- (ACTAS).- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.

Art. 30.- (DEL GERENTE GENERAL).- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.

Art. 31.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar

legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informe de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente Técnico, responsable directo de las plantaciones; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.

Art. 32.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.

Art. 33.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.

Art. 34.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

CAPITULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual la cantidad de 5.000,00 dólares, es decir un total de 10.000,00 dólares.

CAPITULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa como Gerente General al Sr. Ney Giovanni Medrano Chamarro. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente

Escritura Pública. Dr. Gabriel Ortega, Matrícula QCA -113. Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe.

Dr. Gabriel Ortega

Abogado, Matrícula QCA -113

Nelson Darío Caicedo Navarrete.

C.I: 1715203640

Samuel Ulpiano Caicedo Arcos

C.I: 1709007411

Estructura Administrativa Interna

Es necesario determinar el modelo de estructura administrativa que le permita, a la nueva empresa, realizar funciones de la manera más eficiente, la estructura administrativa será de tipo lineal, este modelo es aplicable a empresas que se encuentran en su etapa de iniciación, permite una delimitación y definición de responsabilidades clara para lograr unidad de acción, de dirección y ejecución en la actividad de la propia administración, encaminada a la consecución de los fines del Estado.

NIVELES JERÁRQUICOS

La estructura administrativa de la empresa “**Suelas Shoes Cía. Ltda.**” estará establecida por cinco niveles jerárquicos, que son:

Nivel Legislativo Directivo: Estará conformado por la Junta General de Accionistas

Nivel Ejecutivo: Aquí se ejecuta los planes y programas impuestos por el nivel legislativo, es decir la ejecución y control de la empresa, estará representado por el Gerente de la misma.

Nivel Asesor: La constituye la persona que la empresa contratará en forma temporal según las necesidades de la misma, estará integrado por un asesor Jurídico (Temporal).

Nivel de Apoyo: Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con eficiencia y eficacia, se encuentra conformado por la Secretaria.

Nivel Operativo: Se describen los departamentos que se encargan de la marcha operativa de la empresa, dentro de este nivel estarán el departamento de Contabilidad, Producción y Ventas.

ORGANIGRAMAS

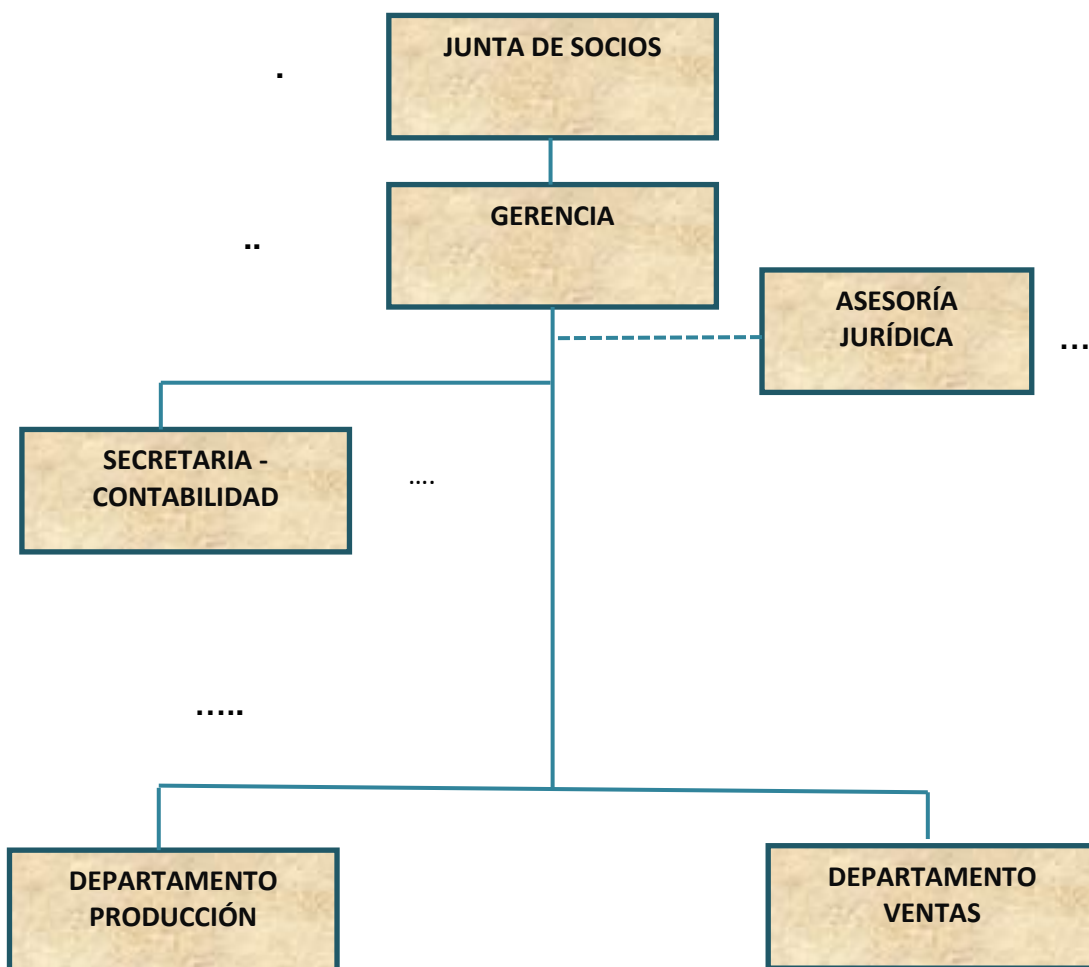
Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

Organigrama Estructural.- Representa el esquema básico de una organización, permitiendo conocer de una forma objetiva sus unidades administrativas, apreciándose la organización de la empresa como un todo.

Organigrama Funcional.- Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales o básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por los más importantes y luego se registra aquellas de menor trascendencia.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “SUELAS SHOES CÍA. LTDA.

GRÁFICO 35



.. Nivel Ejecutivo.

... Nivel Asesor.

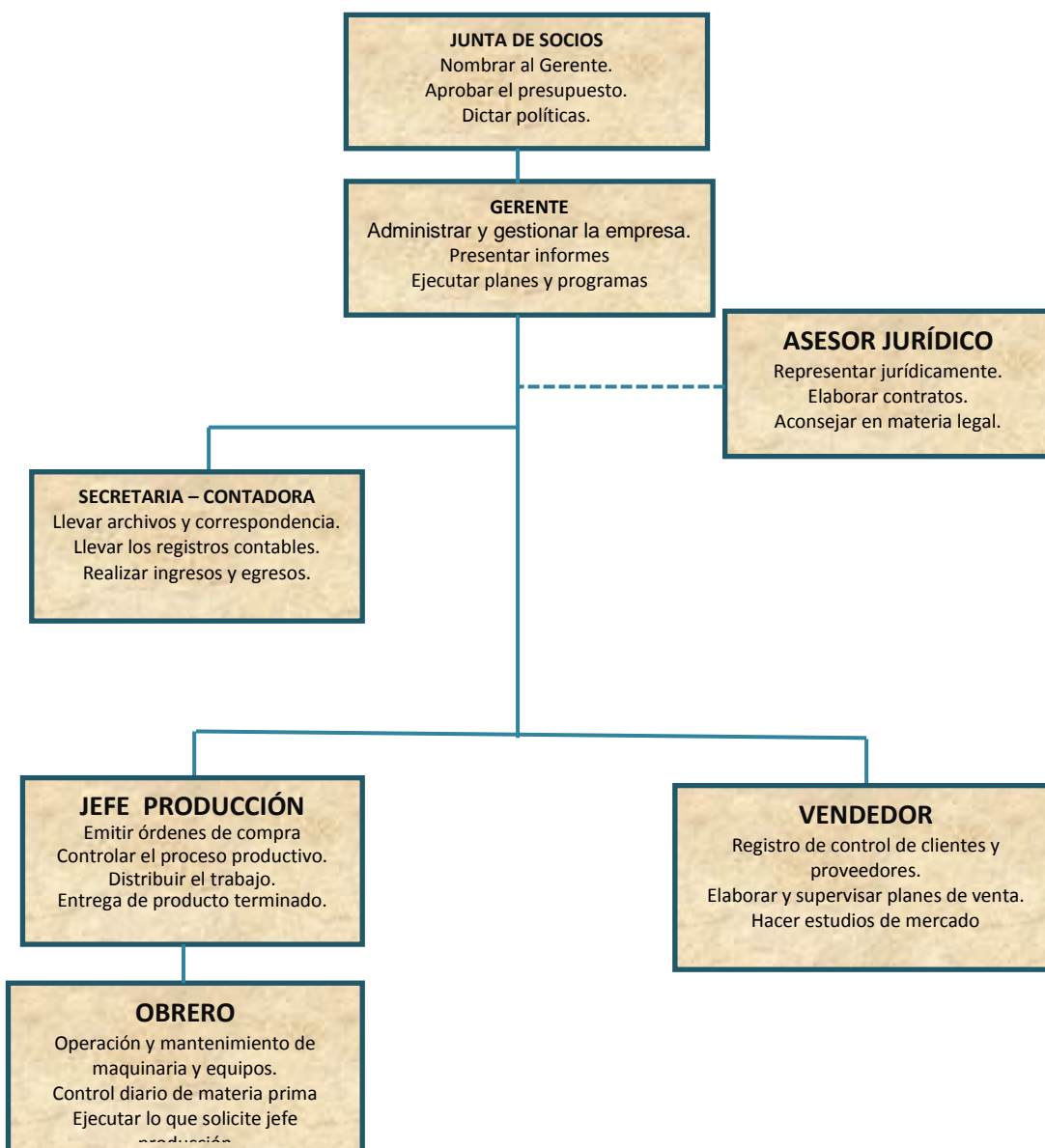
.... Nivel de Apoyo

..... Nivel Operativo.

ELABORACIÓN: El Autor

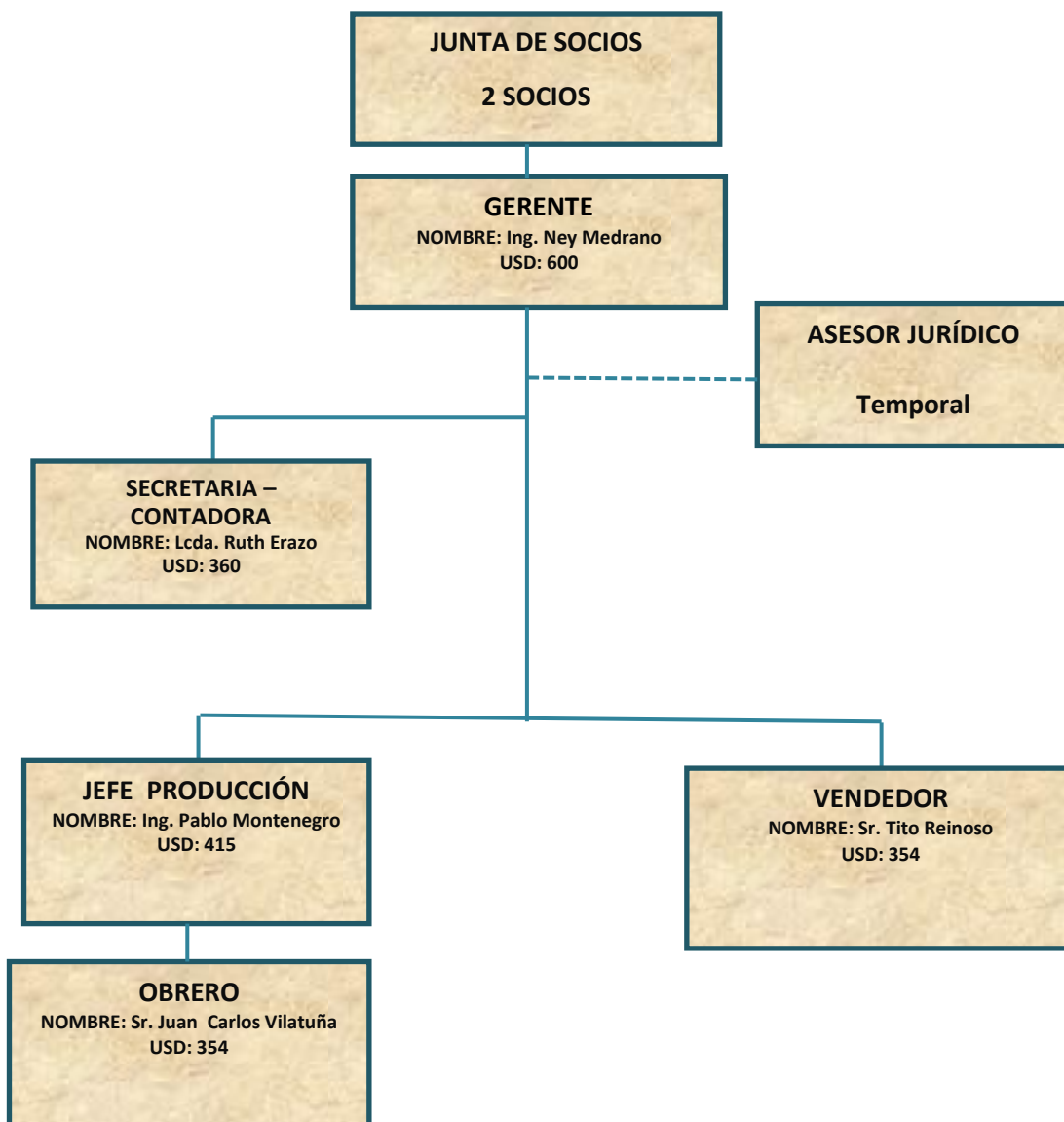
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “SUELAS SHOES CÍA. LTDA.

GRÁFICO 36



**ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “SUELAS SHOES CÍA.
LTDA.**

GRÁFICO 37



ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA “SUELAS SHOES CÍA. LTDA.

El manual de funciones es muy importante porque contiene información necesaria respecto de las tareas y actividades que se deben cumplir dentro de cada puesto de trabajo, para el buen desarrollo del personal.

<p>CÓDIGO: 01</p> <p>TÍTULO DE PUESTO: GERENTE</p>
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.
<p>FUNCIONES TÍPICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las disposiciones que disponga el directorio e informar sobre la marcha de las mismas. • Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa. Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima. • Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento. • Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso. • Organizar cursos de capacitación. • Presentar al directorio, programas de producción, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.
<p>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimiento sobre cómo administrar una empresa • Tener capacidad de comunicación con los demás colaboradores • Principios y prácticas de contabilidad. • Aplicación y desarrollo de sistemas contables. • Tener conocimientos en leyes y decretos dentro del área de contabilidad.
<p>REQUISITOS MÍNIMOS</p> <p>EDUCACIÓN: Título de Ingeniero Comercial, Mg s. en Administración</p> <p>EXPERIENCIA: Cuatro años en funciones similares.</p>

CÓDIGO: 02

TÍTULO DE PUESTO: ASESOR JURÍDICO

NATURALEZA DEL TRABAJO

- Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.
- Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
- Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en procesos contractuales.
- Asesorar a los accionistas en lo relacionado al aspecto legal.
- Realizar los trámites legales de la empresa.
- Preparar informes y dictámenes de tipo legal.
- Prestar sus servicios temporalmente cuando se amerite de ellos.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

- Responsabilidad en la legalización de documentos.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Título Universitario de Abogado

EXPERIENCIA: Experiencia en casos similares (2 años)

CÓDIGO: 03

TÍTULO DE PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA

NATURALEZA DEL TRABAJO

- Realizar labores de secretaría o asistencia directa al gerente de la empresa.
- Proporcionar información contable y financiera en forma oportuna y confiable, así como cumplir con las obligaciones tributarias además de llevar los documentos encargados en forma clara y ordenada

FUNCIONES TÍPICAS

- Redactar y digitar todo tipo de correspondencia, como oficios, memorando, circulares de la empresa.
 - Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el gerente de la empresa.
 - Llevar la contabilidad de la empresa.
 - Elaborar y revisar las declaraciones tributarias.
 - Elaborar los estados financieros.
 - Elaborar roles de pago.
 - Presentar y firmar los estados financieros al Gerente mensualmente.
- Llevar Los registros en la empresa
- Mantener archivos de la correspondencia enviada y recibida.
 - Ordenar y archivar la documentación que respalda las operaciones contables
 - Registrar las operaciones contables en los libros autorizados.
 - Informar sobre los resultados obtenidos en las transacciones de la organización en un periodo determinado.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

- El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.
- , Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y público en general.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Título de Licenciado en contabilidad y auditoria

EXPERIENCIA: Un año en funciones afines.

ADICIONAL: Haber participado en cursos de relaciones humanas.

CÓDIGO: 04

TÍTULO DE PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN

NATURALEZA DEL TRABAJO

- Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento del departamento de producción.

FUNCIONES TÍPICAS

- Supervisar y controlar las actividades diarias de los trabajadores.
- Elaborar y hacer ejecutar los programas de producción.
- Mantener los niveles de producción correctamente para evitar desabastecimiento del producto.
- Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento.
- Presentar informes de los requerimientos del departamento.
- Establecer sistemas de medidas, de tiempos y movimientos para efectivizar al máximo su producción.
- Controlar inventarios de materias primas e insumos.
- Controlar el buen uso de la maquinaria y equipos.
- Realizar un correcto control de calidad del producto.
- Dar el mantenimiento adecuado a las máquinas supervisando y controlando esta actividad.
- Informar a los directivos de la empresa en asuntos de producción.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

- Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materias primas y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las actividades.
- Responder por equipos a su cargo.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Técnico en diseño y producción de calzado

EXPERIENCIA: Un año en labores afines.

<p>CÓDIGO: 05</p> <p>TÍTULO DE PUESTO: OBRERO</p>
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para el procesamiento de la materia prima. Dar mantenimiento a la misma
<p>FUNCIONES TÍPICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operar, cuidar y custodiar la maquinaria a su cargo. • Cumplir las disposiciones dadas por sus superiores. • Procesar la materia prima y obtener un producto final de buena calidad. • Vigilar el proceso productivo. • Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaria. • Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo • Evitar desperdicios de materiales.
<p>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Destreza y agilidad para el manejo de la máquina a utilizar (máquina industrial). • Conocimientos en elaboración de calzado
<p>REQUISITOS MÍNIMOS</p> <p>EDUCACIÓN: Bachiller</p> <p>EXPERIENCIA: Conocimiento de manejo de maquinaria</p>

CÓDIGO: 06

TÍTULO DE PUESTO: VENDEDOR

NATURALEZA DEL TRABAJO

- Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades que se realicen en la Empresa en referencia a Ventas.

FUNCIONES TÍPICAS

- Atender al público que requiera información sobre las suelas.
- Realizar pronósticos de ventas, manteniendo relación con el departamento de producción.
- Establecer sistemas efectivos sobre precios realizando estudios de comportamiento de los mismos.
- Mantener un sistema adecuado de comercialización.
- Informar a los directivos de la empresa en asuntos concernientes a ventas.
- Establecer stocks mínimos y máximos en bodega.
- Elaborar los planes y calendarios de pedidos y entregas del producto.
- Presentar informes de ventas a su inmediato superior.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

- Es el responsable por la ejecución de las labores de ventas
- Requiere de iniciativa y criterio para la ejecución de su trabajo.
- Requiere constante concentración
- Requiere de mediano esfuerzo físico para la ejecución de su trabajo

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Licenciado en comercio o carrera a fin.

EXPERIENCIA: Un año en labores de ventas.

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Las inversiones son los desembolsos que hay que efectuar desde el inicio de proyecto, los requerimientos del proyecto, el capital de trabajo y otros a fin de dejar el proyecto en condiciones de operación normal. La Inversión Fija Tangible e Intangible, y el Capital de Trabajo.

INVERSIONES

Las inversiones consisten en un proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de expectativas de obtener unos beneficios también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo, denominado vida útil, u horizonte temporal del proyecto. Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles o Diferidos y,
- Capital de Trabajo

ACTIVOS FIJOS

Son recursos a favor de la entidad, representados por todos aquellos bienes y derechos adquiridos con el propósito de utilizarlos, para la realización de sus operaciones; es decir se mantienen en la empresa con el propósito de ser usados y no como objeto de su comercialización, estos activos tienen cierta permanencia en la empresa y solo se enajenan cuando dejan de ser útiles. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

ADECUACIONES: Aquí se hace constar el valor de las adecuaciones del local, como por ejemplo pintura, laca, etc.

CUADRO 32
Adecuaciones

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Pintura (galones)	7	\$ 17.00	\$ 119.00
Luminarias	12	\$ 12.25	\$ 147.00
Mampara	3	\$ 175.00	\$ 525.00
Señalética (letreros)	3	\$ 4.50	\$ 13.50
Alfombra (metros)	6	\$ 19.40	\$ 116.40
TOTAL			\$ 920.90

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN: Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción.

CUADRO 33
Maquinaria y Equipo de Producción

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cortadora de Suela	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Prensa Hidráulica	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Pulidora de Suela	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Molde	7	\$ 600.00	\$ 4,200.00
TOTAL			\$ 11,200.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

HERRAMIENTAS: Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local.

CUADRO 34
Herramientas

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cuchillas Artesanales	7	\$ 7.00	\$ 49.00
Tijeras para Cortar Suela	4	\$ 12.00	\$ 48.00
Mesa de acero inoxidable	2	\$ 115.00	\$ 230.00
TOTAL			\$ 327.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

MUEBLES Y ENSERES: Se relaciona con el mobiliario con que cuenta la empresa en las diferentes dependencias, tanto de producción como administrativas. Se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 35
Muebles y Enseres

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorio	5	\$ 125.00	\$ 625.00
Librero	2	\$ 110.00	\$ 220.00
Archivador	2	\$ 75.00	\$ 150.00
Sillón Giratorio	1	\$ 125.00	\$ 125.00
Sillas Giratorias	4	\$ 65.00	\$ 260.00
Mesa de Reuniones	1	\$ 175.00	\$ 175.00
Sillas	6	\$ 12.00	\$ 72.00
Perchas	3	\$ 60.00	\$ 180.00
TOTAL			\$ 1,807.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

EQUIPO DE OFICINA: Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa.

CUADRO 38
Equipo de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Calculadora	2	\$ 25.00	\$ 50.00
Teléfono Inalámbrico	2	\$ 85.00	\$ 170.00
Grapadora	2	\$ 12.00	\$ 24.00
Perforadora	2	\$ 10.00	\$ 20.00
TOTAL			\$ 264.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

EQUIPO DE COMPUTACIÓN: Comprende el equipo informático que utilizará la empresa, como son computadora e Impresora. Se detalla a continuación:

CUADRO 39
Equipo de Computación

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador	5	\$ 730.00	\$ 3,650.00
Impresora	2	\$ 147.30	\$ 294.60
TOTAL			\$ 3,944.60

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

EQUIPO DE SEGURIDAD: Comprende los elementos de seguridad exigidos por los organismos como municipio y bomberos para otorgar los permisos correspondientes, para que se proceda a operar. Se detalla a continuación:

CUADRO 40
Equipos de Seguridad

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Extintor	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Señales de Auxilio Inmediato	6	\$ 18.00	\$ 108.00
Luces de Emergencia	2	\$ 28.50	\$ 57.00
TOTAL			\$ 240.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Se detalla a continuación el total de inversiones en activos fijos.

CUADRO 41
Resumen de Inversiones en Activos fijos

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Adecuaciones	\$ 920.90
Maquinaria y Equipo de Producción	\$ 11,200.00
Herramientas	\$ 327.00
Muebles y Enseres	\$ 1,807.00
Equipo de Oficina	\$ 264.00
Equipo de Computación	\$ 3,944.60
Equipos de Seguridad	\$ 240.00
Imprevistos 5%	\$ 935.18
TOTAL	\$ 19,638.68

FUENTE: Cuadro 32 a 40
ELABORACION: Ney Medrano

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización.

CUADRO 42
Activos Diferidos

DETALLE	V/TOTAL
Estudios Preliminares	\$ 900.00
Gastos Legales de Constitución	\$ 260.00
Patente municipal	\$ 35.00
Permiso de funcionamiento	\$ 35.00
Permisos de Bomberos	\$ 75.00
Imprevistos 5%	\$ 65.25
TOTAL	\$ 1,370.25

FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: Ney Medrano

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Se define como **capital de trabajo** a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Para este proyecto se establece el capital de operación para un mes.

Materia Prima Directa

Son los componentes del producto, en este caso las suelas, como se detalla a continuación

CUADRO 43
Materia Prima Directa

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD en Kilos	CAPACIDAD UTILIZADA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Suela	kilos	9216	23040	\$ 4.50	\$41,472.00
TOTAL					\$41,472.00

Fuente: Investigación directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Materia Prima Indirecta

Constituyen los elementos adicionales necesarios para la elaboración del producto, en este caso se ha considerado las fundas donde se colocará el producto.

CUADRO 44

Materia Prima Indirecta

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Fundas	Unidad	23040	\$ 0.02	\$ 460.80
TOTAL				\$ 460.80

Fuente: Investigación directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Mano de obra directa.

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra directa correspondiente al obrero en total durante un mes, asciende a 452.14 dólares. Se detalla a continuación

CUADRO 45
Mano de Obra Directa

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS, IECE, Y SECAP 12,15%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	VACACIONES	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL M.O.D. ANUAL
Obrero	354	41.31		28.33	28.33	14.17	452.14	2	10851.44
TOTAL							452.14		10851.44

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Ney Medrano

De la misma manera se calcula la mano de obra indirecta para a partir de año 2

CUADRO 46
Mano de Obra Directa Segundo año

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS, IECE Y SECAP 12,15%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	VACACIONES	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL M.O.D. ANUAL
Obrero	354	41.31	28.33	28.33	28.33	14.17	480.48	2	11531.44
TOTAL							480.48		11531.44

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Mano de obra Indirecta.

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra indirecta total durante un mes, asciende a los 545.63 dólares.

CUADRO 47
Mano de Obra Indirecta

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS, IECE Y SECAP 12,15%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	VACACIONES	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL M.O.D. ANUAL
Jefe de Producción	415	50.42		34.58	28.33	17.29	545.63	1	6547.57
TOTAL							545.63		6547.57

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Ney Medrano

De la misma manera se calcula la mano de obra indirecta para a partir de año 2

CUADRO 48
Mano de Obra Indirecta Segundo año

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS, IECE Y SECAP 12,15%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	VACACIONES	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL M.O.D. ANUAL
Jefe de Producción	415	50.42	34.58	34.58	28.33	17.29	580.21	1	6962.57
TOTAL							580.21		6962.57

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Sueldos Administrativos

El valor requerido para cubrir el pago de los sueldos administrativos total durante un mes, asciende a 1717.92 dólares.

CUADRO 49
Sueldos Administrativos

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS, IECE Y SECAP 12,15%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	VACACIONES	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL S. A. ANUAL
Gerente	600	72.90		50.00	28.33	25.00	776.23	1	9314.80
Secretaria									
Contadora	360	43.74		30.00	28.33	15.00	477.07	1	5724.88
Vendedor	354	42.53		29.17	28.33	14.58	464.61	1	5575.30
TOTAL							1717.92		20614.98

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Ney Medrano

De la misma manera se calcula la mano de obra indirecta para a partir de año 2

CUADRO 50
Sueldos Administrativos Segundo año

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS, IECE Y SECAP 12,15%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	VACACIONES	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL S. A. ANUAL
Gerente	600	72.90	50.00	50.00	28.33	25.00	826.23	1	9914.80
Secretaria Contadora	360	43.74	30.00	30.00	28.33	15.00	507.07	1	6084.88
Vendedor	354	42.53	29.17	29.17	28.33	14.58	493.78	1	5925.30
TOTAL							1827.08		21924.98

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Suministros de oficina

Son los suministros necesarios para el funcionamiento administrativo de la nueva empresa.

CUADRO 51
Suministros de Oficina

CONCEPTO	Cantidad Anual	PRECIO UNITARIO	VALOR ANUAL
Papel bond (resma)	6	4.1	24.6
Facturas (libretín)	12	15	180
Clip (caja)	1	2	2
Tinta - Impresora (frasco)	4	4.5	18
Grapas (caja)	2	1.15	2.3
TOTAL			226.9

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Servicios básicos

Se han considerado dentro de este rubro el servicio de energía eléctrica, servicio telefónico, y servicio de agua.

CUADRO 52
Servicios Básicos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	12.5	150
Agua	15.00	180
Energía Eléctrica	30.00	360
Internet	22.50	270
TOTAL	\$ 80.00	\$ 960.00

FUENTE: CNT, Municipio de Quito, EEQ

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Útiles de aseo

Son los elementos necesarios para realizar el aseo de las instalaciones de la nueva empresa

CUADRO 53
Útiles de Aseo

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR ANUAL
Mandil (unidad)	8	\$ 5.00	\$ 40.00
Jabón líquido	4	\$ 1.15	\$ 4.60
Papel Higiénico	12	\$ 0.60	\$ 7.20
Escoba	2	\$ 1.70	\$ 3.40
Trapeador	1	\$ 2.00	\$ 2.00
Cloro (galón)	2	\$ 2.40	\$ 4.80
Desinfectante (galón)	2	\$ 2.00	\$ 4.00
TOTAL			\$ 66.00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Publicidad

La publicidad se realizará a través de la prensa escrita, específicamente Diario El Comercio y que ofrece cobertura en toda la provincia.

CUADRO 54
Publicidad

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Anuncios Escritos	Unidad	30	\$ 3.50	\$ 105.00	\$ 1,260.00
TOTAL				\$ 105.00	\$ 1,260.00

FUENTE: Diario El Comercio

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Arriendo

En el caso de la nueva empresa se arrendará un local para el inicio de operaciones, el cual se ha estimado que tenga un costo mensual de 580.00 dólares.

CUADRO 55
Arriendo

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo Local	mes	1	\$ 580.00	\$ 580.00	\$ 6,960.00
TOTAL				\$ 580.00	\$ 6,960.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Ney Medrano

TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTES

A continuación se presenta el total de activos circulantes.

CUADRO 56
Resumen de Activo Circulante para el Primer mes de Operación

CONCEPTO	TOTAL
Materia Prima Directa	\$ 3,456.00
Materia Prima Indirecta	\$ 38.40
Mano de Obra Directa	\$ 904.29
Mano de Obra Indirecta	\$ 545.63
Sueldos Administrativos	\$ 1,717.92
Suministros de Oficina	\$ 18.91
Servicios Básicos	\$ 80.00
Útiles de Aseo	\$ 5.50
Publicidad	\$ 105.00
Arriendo	\$ 580.00
Imprevistos 5%	\$ 372.58
TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTE	\$ 7,824.22

FUENTE: Cuadros 43 al 55

ELABORACIÓN: Ney Medrano

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

La inversión requerida para el proyecto se detalla a continuación

CUADRO 57
INVERSIONES TOTALES

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS		\$ 19,638.68	68.11%
Adecuaciones	\$ 920.90		
Maquinaria y Equipo de Producción	\$ 11,200.00		
Herramientas	\$ 327.00		
Muebles y Enseres	\$ 1,807.00		
Equipo de Oficina	\$ 264.00		
Equipo de Computación	\$ 3,944.60		
Equipos de Seguridad	\$ 240.00		
Imprevistos 5%	\$ 935.18		
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 1,370.25	4.75%
Estudios Preliminares	\$ 900.00		
Gastos Legales de Constitución	\$ 260.00		
Patente municipal	\$ 35.00		
Permiso de funcionamiento	\$ 35.00		
Permisos de Bomberos	\$ 75.00		
Imprevistos 5%	\$ 65.25		
ACTIVO CIRCULANTE		\$ 7,824.22	27.14%
Materia Prima Directa	\$ 3,456.00		
Materia Prima Indirecta	\$ 38.40		
Mano de Obra Directa	\$ 904.29		
Mano de Obra Indirecta	\$ 545.63		
Sueldos Administrativos	\$ 1,717.92		
Suministros de Oficina	\$ 18.91		
Servicios Básicos	\$ 80.00		
Útiles de Aseo	\$ 5.50		
Publicidad	\$ 105.00		
Arriendo	\$ 580.00		
Imprevistos 5%	\$ 372.58		
TOTAL DE INVERSIONES		\$ 28,833.15	100%

FUENTE: Cuadro 41, 42 y 56

ELABORACIÓN: Ney Medrano

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de fuentes internas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

a. FUENTES INTERNAS

El 65% del total de la inversión y que corresponde a \$ 18,833.15 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b. FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Fomento, al interese más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 35% que corresponde a \$ 10.000 dólares a 4 años plazo al 15% de interés anual. En consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así

CUADRO 58

FINANCIAMIENTO		
FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	65	\$ 18,833.15
Crédito	35	\$ 10,000.00
TOTAL	100	\$ 28,833.15

FUENTE: Cuadro 57

ELABORACIÓN: Ney Medrano

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Para poder cancelar el crédito mensualmente es necesario determinar, el dividendo que se cancelará, por ellos se ha realizado la siguiente tabla de amortización del crédito.

CUADRO 59

TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑO	CAPITAL	INTERÉS 15% ANUAL	DIVIDENDO MENSUAL	SALDO CAPITAL
0				\$ 10,000.00
1	\$ 208.33	\$ 125.00	\$ 333.33	\$ 9,791.67
2	\$ 208.33	\$ 122.40	\$ 330.73	\$ 9,583.33
3	\$ 208.33	\$ 119.79	\$ 328.13	\$ 9,375.00
4	\$ 208.33	\$ 117.19	\$ 325.52	\$ 9,166.67
5	\$ 208.33	\$ 114.58	\$ 322.92	\$ 8,958.33
6	\$ 208.33	\$ 111.98	\$ 320.31	\$ 8,750.00
7	\$ 208.33	\$ 109.38	\$ 317.71	\$ 8,541.67
8	\$ 208.33	\$ 106.77	\$ 315.10	\$ 8,333.33
9	\$ 208.33	\$ 104.17	\$ 312.50	\$ 8,125.00
10	\$ 208.33	\$ 101.56	\$ 309.90	\$ 7,916.67
11	\$ 208.33	\$ 98.96	\$ 307.29	\$ 7,708.33
12	\$ 208.33	\$ 96.35	\$ 304.69	\$ 7,500.00
13	\$ 208.33	\$ 93.75	\$ 302.08	\$ 7,291.67
14	\$ 208.33	\$ 91.15	\$ 299.48	\$ 7,083.33
15	\$ 208.33	\$ 88.54	\$ 296.88	\$ 6,875.00
16	\$ 208.33	\$ 85.94	\$ 294.27	\$ 6,666.67
17	\$ 208.33	\$ 83.33	\$ 291.67	\$ 6,458.33
18	\$ 208.33	\$ 80.73	\$ 289.06	\$ 6,250.00
19	\$ 208.33	\$ 78.13	\$ 286.46	\$ 6,041.67
20	\$ 208.33	\$ 75.52	\$ 283.85	\$ 5,833.33
21	\$ 208.33	\$ 72.92	\$ 281.25	\$ 5,625.00
22	\$ 208.33	\$ 70.31	\$ 278.65	\$ 5,416.67
23	\$ 208.33	\$ 67.71	\$ 276.04	\$ 5,208.33
24	\$ 208.33	\$ 65.10	\$ 273.44	\$ 5,000.00
25	\$ 208.33	\$ 62.50	\$ 270.83	\$ 4,791.67
26	\$ 208.33	\$ 59.90	\$ 268.23	\$ 4,583.33
27	\$ 208.33	\$ 57.29	\$ 265.63	\$ 4,375.00
28	\$ 208.33	\$ 54.69	\$ 263.02	\$ 4,166.67
29	\$ 208.33	\$ 52.08	\$ 260.42	\$ 3,958.33
30	\$ 208.33	\$ 49.48	\$ 257.81	\$ 3,750.00

31	\$ 208.33	\$ 46.88	\$ 255.21	\$ 3,541.67
32	\$ 208.33	\$ 44.27	\$ 252.60	\$ 3,333.33
33	\$ 208.33	\$ 41.67	\$ 250.00	\$ 3,125.00
34	\$ 208.33	\$ 39.06	\$ 247.40	\$ 2,916.67
35	\$ 208.33	\$ 36.46	\$ 244.79	\$ 2,708.33
36	\$ 208.33	\$ 33.85	\$ 242.19	\$ 2,500.00
37	\$ 208.33	\$ 31.25	\$ 239.58	\$ 2,291.67
38	\$ 208.33	\$ 28.65	\$ 236.98	\$ 2,083.33
39	\$ 208.33	\$ 26.04	\$ 234.38	\$ 1,875.00
40	\$ 208.33	\$ 23.44	\$ 231.77	\$ 1,666.67
41	\$ 208.33	\$ 20.83	\$ 229.17	\$ 1,458.33
42	\$ 208.33	\$ 18.23	\$ 226.56	\$ 1,250.00
43	\$ 208.33	\$ 15.63	\$ 223.96	\$ 1,041.67
44	\$ 208.33	\$ 13.02	\$ 221.35	\$ 833.33
45	\$ 208.33	\$ 10.42	\$ 218.75	\$ 625.00
46	\$ 208.33	\$ 7.81	\$ 216.15	\$ 416.67
47	\$ 208.33	\$ 5.21	\$ 213.54	\$ 208.33
48	\$ 208.33	\$ 2.60	\$ 210.94	\$ 0.00
TOTAL	\$ 10,000.00		\$ 13,062.50	

Fuente: Cuadro 58 y Banco Nacional de Fomento
ELABORACIÓN: Ney Medrano

Depreciaciones de activos Fijos.- A continuación se presentan las depreciaciones correspondientes de los activos diferidos

**CUADRO 60
DEPRECIACIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Adecuaciones	\$ 920,90	\$ 184,18	\$ 736,72	5	\$ 147,34
Maquinaria y Equipo de Producción	\$ 11.200,00	\$ 1.120,00	\$ 10.080,00	10	\$ 1.008,00
Herramientas	\$ 327,00	\$ 32,70	\$ 294,30	10	\$ 29,43
Muebles y Enseres	\$ 1.807,00	\$ 180,70	\$ 1.626,30	10	\$ 162,63
Equipo de Oficina	\$ 264,00	\$ 26,40	\$ 237,60	10	\$ 23,76
Equipo de Computación	\$ 3.944,60	\$ 1.314,87	\$ 2.629,73	3	\$ 876,58
Equipos de Seguridad	\$ 240,00	\$ 80,00	\$ 160,00	3	\$ 53,33

Fuente: Cuadro 57

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Depreciaciones de Reinversión de activos Fijos.- A continuación se presentan las depreciaciones correspondientes al activo que se debe reinvertir ya que se deprecia totalmente hasta el año 3 y 5 respectivamente.

CUADRO 61

DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE REINVERSIÓN
Equipo de computación año 4	\$ 4.436,89	\$ 1.478,96	\$ 2.957,92	3	\$ 985,97	\$ 4.706,84
Equipo de seguridad año 4	\$ 269,95	\$ 89,98	\$ 179,97		\$ 59,99	
Adecuaciones año 6	\$ 1.112,45	\$ 222,49	\$ 889,96	5	\$ 177,99	\$ 1.112,45
Equipo de computación año 7	\$ 4.990,61	\$ 1.663,54	\$ 3.327,07	3	\$ 1.109,02	\$ 5.294,25
Equipo de seguridad año 7	\$ 303,64	\$ 101,21	\$ 202,43		\$ 67,48	
Equipo de computación año 10	\$ 5.613,44	\$ 1.871,15	\$ 3.742,29		\$ 1.247,43	\$ 5.954,97
Equipo de seguridad año 10	\$ 341,54	\$ 113,85	\$ 227,69	\$ 75,90		

Fuente: Cuadro 60 .

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Valor Residual.- Es el valor final de un activo, una vez que haya perdido su valor, tras haber sido utilizado durante unos años de vida determinados.

**CUADRO 62
VALOR RESIDUAL**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	TOTAL
Equipo de Computación	Año 3	\$ 1.314,87	\$ 1.394,87
Equipos de Seguridad		\$ 80,00	
Adecuaciones	Años 5	\$ 184,18	\$ 184,18
Equipo de Computación	Años 6	\$ 1.478,96	\$ 1.568,95
Equipos de Seguridad		\$ 89,98	
Equipo de Computación	Año 9	\$ 1.663,54	\$ 1.764,75
Equipos de Seguridad		\$ 101,21	
Maquinaria y Equipo de Producción	Año 10	\$ 1.120,00	\$ 3.567,28
Herramientas		\$ 32,70	
Muebles y Enseres		\$ 180,70	
Equipo de Oficina		\$ 26,40	
Adecuaciones		\$ 222,49	
Equipo de Computación (años 12)		\$ 1.871,15	
Equipo de Seguridad (años 12)		\$ 113,85	

Fuente: Cuadro 60 y 61

ELABORACIÓN: Ney Medrano

Amortización de activos diferidos.- A continuación se presenta la amortización de los activos diferidos.

**CUADRO 63
AMORTIZACIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	VALOR DE AMORTIZACIÓN ANUAL
Activos Diferidos	\$ 1.370,25	10	\$ 137,03
Amortización de crédito	\$ 10.000,00	4	\$ 2.500,00
TOTAL			\$ 2.637,03

Fuente: Cuadro 57 y 59

ELABORACIÓN: Ney Medrano

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS

PRESUPUESTO DE COSTOS

Para llevarlo a efecto se procede a sumar todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año. En este caso calcularemos los presupuestos para diez años. De esta manera determinaremos la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo. Cada presupuesto fue proyectado para los diez años de vida útil de este proyecto, tomando la tasa de inflación acumulada del año 2014, la cual es de 3,67% de referencia del Banco central del Ecuador como se hace referencia en el siguiente cuadro.

CUADRO 64
Costos y Gastos del Proyecto

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO PRIMO	\$ 52.784,24	\$ 55.208,64	\$ 57.505,32	\$ 59.897,55	\$ 62.389,28	\$ 64.984,68	\$ 67.688,04	\$ 70.503,86	\$ 73.436,82	\$ 76.491,80
Materia Prima Directa	\$ 41.472,00	\$ 43.197,24	\$ 44.994,24	\$ 46.866,00	\$ 48.815,63	\$ 50.846,36	\$ 52.961,56	\$ 55.164,77	\$ 57.459,62	\$ 59.849,94
Materia Prima Indirecta	\$ 460,80	\$ 479,97	\$ 499,94	\$ 520,73	\$ 542,40	\$ 564,96	\$ 588,46	\$ 612,94	\$ 638,44	\$ 665,00
Mano de Obra Directa	\$ 10.851,44	\$ 11.531,44	\$ 12.011,15	\$ 12.510,81	\$ 13.031,26	\$ 13.573,36	\$ 14.138,01	\$ 14.726,16	\$ 15.338,76	\$ 15.976,86
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 37.676,53	\$ 39.743,18	\$ 41.300,77	\$ 43.039,21	\$ 44.729,09	\$ 46.519,92	\$ 48.483,86	\$ 50.393,53	\$ 52.382,64	\$ 54.601,33
Sueldos Administrativos	\$ 20.614,98	\$ 21.924,98	\$ 22.837,06	\$ 23.787,08	\$ 24.776,62	\$ 25.807,33	\$ 26.880,92	\$ 27.999,16	\$ 29.163,93	\$ 30.377,15
Mano de Obra Indirecta	\$ 6.547,57	\$ 6.962,57	\$ 7.252,21	\$ 7.553,90	\$ 7.868,15	\$ 8.195,46	\$ 8.536,39	\$ 8.891,51	\$ 9.261,39	\$ 9.646,67
Suministros de Oficina	\$ 226,90	\$ 236,34	\$ 246,17	\$ 256,41	\$ 267,08	\$ 278,19	\$ 289,76	\$ 301,82	\$ 314,37	\$ 327,45
Servicios Básicos	\$ 960,00	\$ 999,94	\$ 1.041,53	\$ 1.084,86	\$ 1.129,99	\$ 1.177,00	\$ 1.225,96	\$ 1.276,96	\$ 1.330,08	\$ 1.385,42
Útiles de Aseo	\$ 66,00	\$ 68,75	\$ 71,61	\$ 74,58	\$ 77,69	\$ 80,92	\$ 84,28	\$ 87,79	\$ 91,44	\$ 95,25
Arriendo	\$ 6.960,00	\$ 7.249,54	\$ 7.551,12	\$ 7.865,24	\$ 8.192,44	\$ 8.533,24	\$ 8.888,23	\$ 9.257,98	\$ 9.643,11	\$ 10.044,26
Dep. de Adecuaciones	\$ 147,34	\$ 147,34	\$ 147,34	\$ 147,34	\$ 147,34	\$ 177,99	\$ 177,99	\$ 177,99	\$ 177,99	\$ 177,99
Dep. de Maquinaria y Equipo	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00
Dep. de Herramientas	\$ 29,43	\$ 29,43	\$ 29,43	\$ 29,43	\$ 29,43	\$ 29,43	\$ 29,43	\$ 29,43	\$ 29,43	\$ 29,43
Dep. Muebles y Enseres	\$ 162,63	\$ 162,63	\$ 162,63	\$ 162,63	\$ 162,63	\$ 162,63	\$ 162,63	\$ 162,63	\$ 162,63	\$ 162,63
Dep. de Equipo de Oficina	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76
Dep. de Equipo de Computación	\$ 876,58	\$ 876,58	\$ 876,58	\$ 985,97	\$ 985,97	\$ 985,97	\$ 1.109,02	\$ 1.109,02	\$ 1.109,02	\$ 1.247,43
Dep. de Equipos de Seguridad	\$ 53,33	\$ 53,33	\$ 53,33	\$ 59,99	\$ 59,99	\$ 59,99	\$ 67,48	\$ 67,48	\$ 67,48	\$ 75,90
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.260,00	\$ 1.312,42	\$ 1.367,01	\$ 1.423,88	\$ 1.483,11	\$ 1.544,81	\$ 1.609,08	\$ 1.676,01	\$ 1.745,73	\$ 1.818,36
Publicidad	\$ 1.260,00	\$ 1.312,42	\$ 1.367,01	\$ 1.423,88	\$ 1.483,11	\$ 1.544,81	\$ 1.609,08	\$ 1.676,01	\$ 1.745,73	\$ 1.818,36
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.465,15	\$ 1.090,15	\$ 715,15	\$ 340,15	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03
Activos Diferidos	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03
Interese de Préstamo	\$ 1.328,13	\$ 953,13	\$ 578,13	\$ 203						
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 93.185,92	\$ 97.354,39	\$ 100.888,26	\$ 104.700,79	\$ 108.738,51	\$ 113.186,43	\$ 117.918,00	\$ 122.710,43	\$ 127.702,22	\$ 133.048,50

Fuente: Cuadros 57 al 63 -

INGRESOS TOTALES

Los ingresos constituyen el beneficio de la venta de los productos o servicios que genera el proyecto.

En los ingresos que se han establecido en la vida útil de la empresa, tal como se indica en el cuadro siguiente, y se ha establecido un margen de utilidad del 25%.

CUADRO 65

Ingresos por venta

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD 25%	PRECIO DE VENTA	INGRESOS TOTALES
1	\$ 93.185,92	23040	\$ 4,04	\$ 1,01	\$ 5,06	\$ 116.482,39
2	\$ 97.354,39	23040	\$ 4,23	\$ 1,06	\$ 5,28	\$ 121.692,99
3	\$ 100.888,26	24480	\$ 4,12	\$ 1,03	\$ 5,15	\$ 126.110,32
4	\$ 104.700,79	24480	\$ 4,28	\$ 1,07	\$ 5,35	\$ 130.875,99
5	\$ 108.738,51	25920	\$ 4,20	\$ 1,05	\$ 5,24	\$ 135.923,14
6	\$ 113.186,43	25920	\$ 4,37	\$ 1,09	\$ 5,46	\$ 141.483,04
7	\$ 117.918,00	27360	\$ 4,31	\$ 1,08	\$ 5,39	\$ 147.397,49
8	\$ 122.710,43	27360	\$ 4,49	\$ 1,12	\$ 5,61	\$ 153.388,03
9	\$ 127.702,22	28512	\$ 4,48	\$ 1,12	\$ 5,60	\$ 159.627,78
10	\$ 133.048,50	28512	\$ 51,33	\$ 12,83	\$ 64,16	\$ 166.310,63

Fuente: Cuadro 30 y 64

Elaboración: Ney Medrano

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Se han establecido los ingresos y egresos generados por el proyecto en un período diez años, mostrando las utilidades del proyecto.

CUADRO 66
Estado de Pérdidas y Ganancia

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESO POR VENTAS	\$ 116.482,39	\$ 121.692,99	\$ 126.110,32	\$ 130.875,99	\$ 135.923,14	\$ 141.483,04	\$ 147.397,49	\$ 153.388,03	\$ 159.627,78	\$ 166.310,63
(-) COSTO TOTAL	\$ 93.185,92	\$ 97.354,39	\$ 100.888,26	\$ 104.700,79	\$ 108.738,51	\$ 113.186,43	\$ 117.918,00	\$ 122.710,43	\$ 127.702,22	\$ 133.048,50
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 23.296,48	\$ 24.338,60	\$ 25.222,06	\$ 26.175,20	\$ 27.184,63	\$ 28.296,61	\$ 29.479,50	\$ 30.677,61	\$ 31.925,56	\$ 33.262,13
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	\$ 3.494,47	\$ 3.650,79	\$ 3.783,31	\$ 3.926,28	\$ 4.077,69	\$ 4.244,49	\$ 4.421,92	\$ 4.601,64	\$ 4.788,83	\$ 4.989,32
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 19.802,01	\$ 20.687,81	\$ 21.438,76	\$ 22.248,92	\$ 23.106,93	\$ 24.052,12	\$ 25.057,57	\$ 26.075,97	\$ 27.136,72	\$ 28.272,81
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 4.950,50	\$ 5.171,95	\$ 5.359,69	\$ 5.562,23	\$ 5.776,73	\$ 6.013,03	\$ 6.264,39	\$ 6.518,99	\$ 6.784,18	\$ 7.068,20
(=) UTILIDAD NETA DE EJERCICIO	\$ 14.851,51	\$ 15.515,86	\$ 16.079,07	\$ 16.686,69	\$ 17.330,20	\$ 18.039,09	\$ 18.793,18	\$ 19.556,97	\$ 20.352,54	\$ 21.204,61
(-) 10% RESERVA LEGAL	\$ 1.485,15	\$ 1.551,59	\$ 1.607,91	\$ 1.668,67	\$ 1.733,02	\$ 1.803,91	\$ 1.879,32	\$ 1.955,70	\$ 2.035,25	\$ 2.120,46
(=) UTILIDAD LÍQUIDA PARA SOCIOS	\$ 13.366,35	\$ 13.964,27	\$ 14.471,16	\$ 15.018,02	\$ 15.597,18	\$ 16.235,18	\$ 16.913,86	\$ 17.601,28	\$ 18.317,29	\$ 19.084,14

Fuente: Cuadro 65

Elaboración: Ney Medrano

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta clave para determinar la solvencia de la empresa y su nivel de rentabilidad. Para ello se han clasificado los costos fijos y variables, que se encuentran detallados en el cuadro siguiente.

CUADRO 67
CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO	\$ 0,00	\$52.784,24	\$ 0,00	\$62.389,28	\$ 0,00	\$76.491,80
Materia Prima Directa		\$41.472,00		\$48.815,63		\$59.849,94
Materia Prima Indirecta		\$ 460,80		\$ 542,40		\$ 665,00
Mano de Obra Directa		\$10.851,44		\$ 13.031,26		\$ 15.976,86
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$37.676,53	\$ 0,00	\$44.729,09	\$ 0,00	\$54.601,33	\$ 0,00
Sueldos Administrativos	\$20.614,98		\$24.776,62		\$30.377,15	
Mano de Obra Indirecta	\$ 6.547,57		\$ 7.868,15		\$ 9.646,67	
Suministros de Oficina	\$ 226,90		\$ 267,08		\$ 327,45	
Servicios Básicos	\$ 960,00		\$ 1.129,99		\$ 1.385,42	
Útiles de Aseo	\$ 66,00		\$ 77,69		\$ 95,25	
Arriendo	\$ 6.960,00		\$ 8.192,44		\$10.044,26	
Dep. de Adecuaciones	\$ 147,34		\$ 147,34		\$ 177,99	
Dep. de Maquinaria y Equipo	\$ 1.008,00		\$ 1.008,00		\$ 1.008,00	
Dep. de Herramientas	\$ 29,43		\$ 29,43		\$ 29,43	
Dep. Muebles y Enseres	\$ 162,63		\$ 162,63		\$ 162,63	
Dep. de Equipo de Oficina	\$ 23,76		\$ 23,76		\$ 23,76	
Dep. de Equipo de Computación	\$ 876,58		\$ 985,97		\$ 1.247,43	
Dep. de Equipos de Seguridad	\$ 53,33		\$ 59,99		\$ 75,90	
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.260,00	\$ 0,00	\$ 1.483,11	\$ 0,00	\$ 1.818,36	\$ 0,00
Publicidad	\$ 1.260,00		\$ 1.483,11		\$ 1.818,36	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.465,15	\$ 0,00	\$ 137,03	\$ 0,00	\$ 137,03	\$ 0,00
Activos Diferidos	\$ 137,03		\$ 137,03		\$ 137,03	
Interese de Préstamo	\$ 1.328,13		\$ 0,00		\$ 0,00	
TOTAL DE COSTO	\$40.401,68	\$ 52.784,24	\$ 46.349,23	\$ 62.389,28	\$ 56.556,71	\$ 76.491,80

Fuente: Cuadro 58

Elaboración: Ney Medrano

El punto de equilibrio se ha calculado para el año 1, 5 y 10

AÑO 1
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 40.401,68}{\$ 116.482,39 - \$ 52.784,24} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 40.401,68}{\$ 63.698,15} \times 100$$

$$PE = \mathbf{63,43 \%}$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

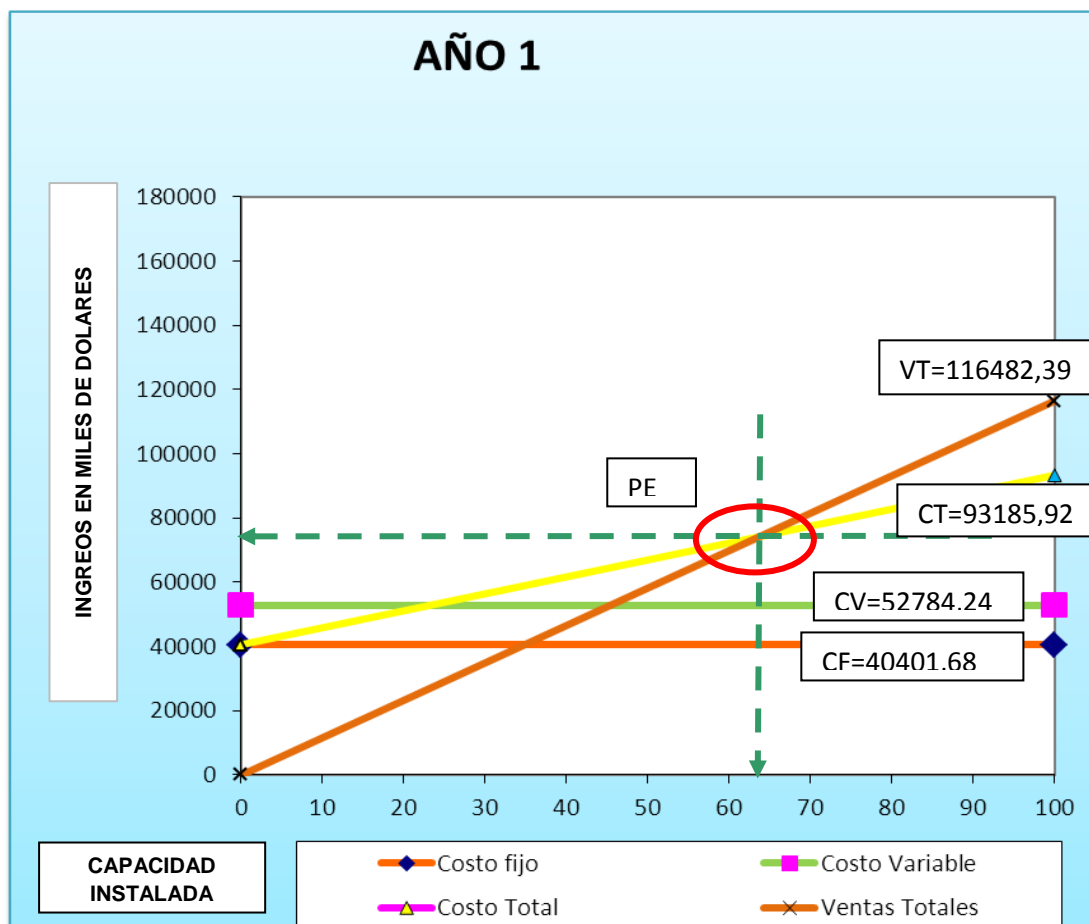
$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 40.401,68}{1 - \frac{\$ 52.784,24}{\$ 116.482,39}}$$

$$PE = \frac{\$ 40.401,68}{1 - 0,4531521}$$

$$PE = \mathbf{\$ 73.881,01}$$

GRAFICA 38
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y
LA CAPACIDAD INSTALADA AÑO 1



Se ha determinado que el punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada del 63,43%, y con un ingreso en función de las ventas de \$ 73.881,01 dólares, en este punto la empresa no gana ni pierde.

AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 46.349,23}{\$ 135.923,14 - \$ 62.389,28} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 46.349,23}{\$ 73.533,86} \times 100$$

PE = 63,03 %

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

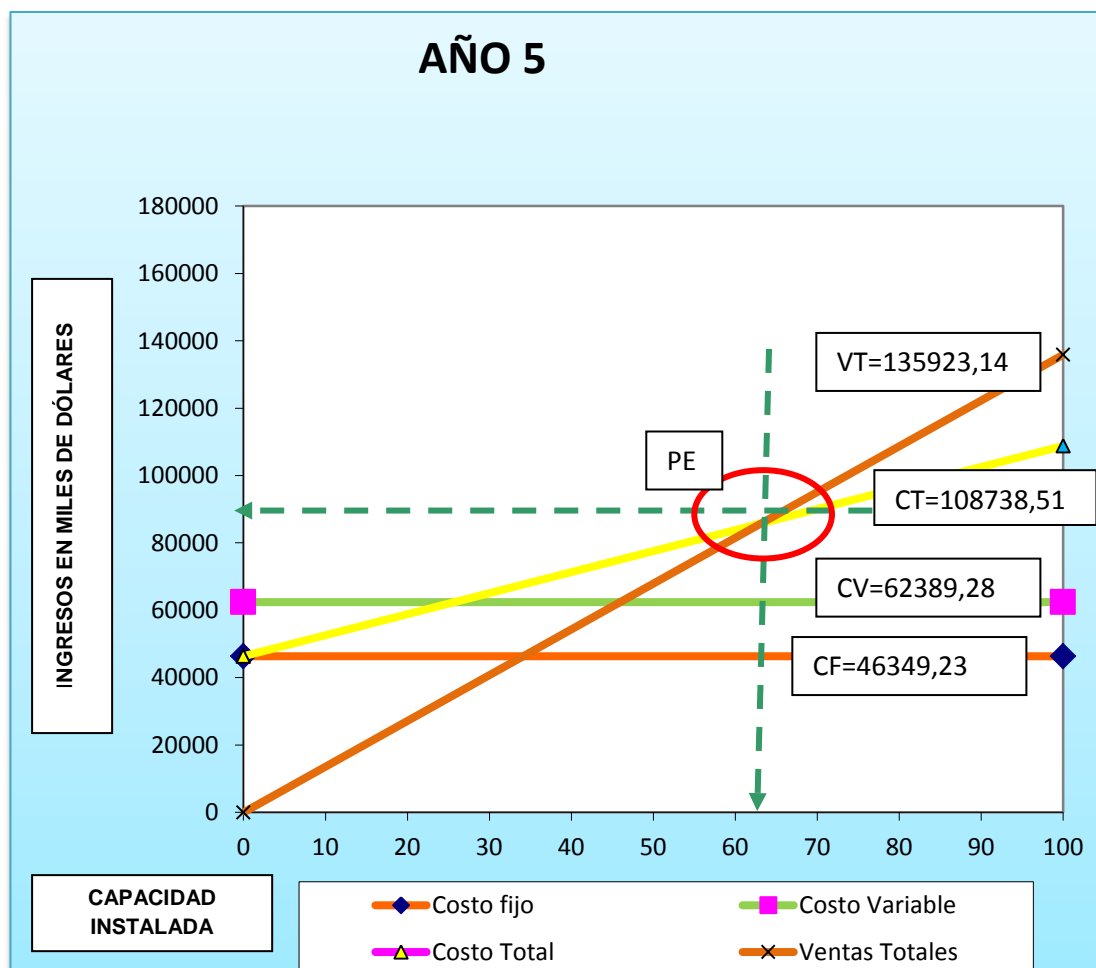
$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 46.349,23}{1 - \frac{\$ 62.389,28}{\$ 135.923,14}}$$

$$PE = \frac{\$ 46.349,23}{1 - 0,4590041}$$

PE = \$ 85.673,91

GRAFICA 39
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y
LA CAPACIDAD INSTALADA AÑO 5



El punto de equilibrio se produce cuando la empresa en el año 5 trabaja con un 63,03% de la capacidad instalada y con 85.673,91 dólares de ingresos, por ventas, en este punto la empresa no gana ni pierde.

AÑO 10
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 56.556,71}{\$ 166.310,63 - \$ 76.491,80} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 56.556,71}{\$ 89.818,83} \times 100$$

PE = 62,97 %

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

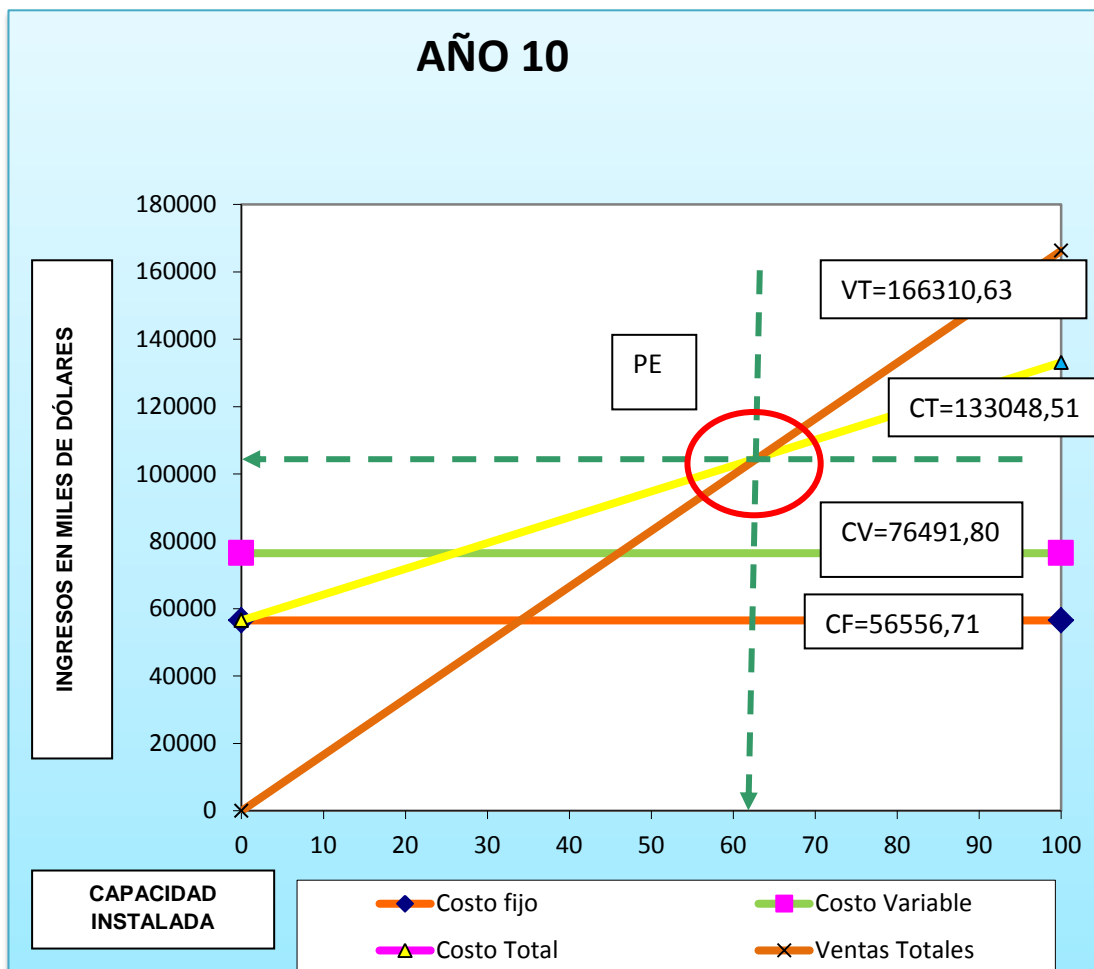
$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 56.556,71}{1 - \frac{\$ 76.491,80}{\$ 166.310,63}}$$

$$PE = \frac{\$ 56.556,71}{1 - 0,4599333}$$

PE = \$ 104.721,71

GRAFICA 40
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA
CAPACIDAD INSTALADA AÑO 10



Se ha determinado que el punto de equilibrio se produce cuando la empresa en el año 10 trabaja con una capacidad instalada del 62,97% y con un ingreso en las ventas de \$104.721,71 dólares, en este punto la empresa no gana ni pierde.

FLUJO DE CAJA

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.

El flujo de caja es el estado financiero básico que muestra cambio en la situación financiera a través de efectivo y equivalente del efectivo de la empresa, así como previa información importante acerca de los ingresos y pagos de efectivo de una empresa durante un periodo determinado.

**CUADRO 68
FLUJO DE CAJA**

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESO POR VENTAS		\$ 116.482,39	\$ 121.692,99	\$ 126.110,32	\$ 130.875,99	\$ 135.923,14	\$ 141.483,04	\$ 147.397,49	\$ 153.388,03	\$ 159.627,78	\$ 166.310,63
CAPITAL	\$28.833,15										
(+) VALOR RESIDUAL				\$ 1.394,87		\$ 184,18	\$ 1.568,95			\$ 1.764,75	\$ 3.567,28
TOTAL DE INGRESOS	\$28.833,15	\$ 116.482,39	\$ 121.692,99	\$ 127.505,19	\$ 130.875,99	\$ 136.107,32	\$ 143.051,99	\$ 147.397,49	\$ 153.388,03	\$ 161.392,53	\$ 169.877,91
EGRESOS											
ACTIVOS FIJOS	\$19.638,68										
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.370,25										
ACTIVOS CIRCULANTES	\$ 7.824,22										
REINVERSIÓN					\$ 4.706,84		\$ 1.112,45	\$ 5.294,25			\$ 5.954,97
(-) COSTO TOTAL		\$ 93.185,92	\$ 97.354,39	\$ 100.888,26	\$ 104.700,79	\$ 108.738,51	\$ 113.186,43	\$ 117.918,00	\$ 122.710,43	\$ 127.702,22	\$ 133.048,50
TOTAL DE EGRESOS	\$28.833,15	\$ 93.185,92	\$ 97.354,39	\$ 100.888,26	\$ 109.407,63	\$ 108.738,51	\$ 114.298,88	\$ 123.212,25	\$ 122.710,43	\$ 127.702,22	\$ 139.003,48
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 0	\$ 23.296,48	\$ 24.338,60	\$ 26.616,93	\$ 26.175,20	\$ 27.368,81	\$ 29.865,55	\$ 29.479,50	\$ 30.677,61	\$ 33.690,31	\$ 36.829,41
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES		\$ 3.494,47	\$ 3.650,79	\$ 3.992,54	\$ 3.926,28	\$ 4.105,32	\$ 4.479,83	\$ 4.421,92	\$ 4.601,64	\$ 5.053,55	\$ 5.524,41
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTO RTA		\$ 19.802,01	\$ 20.687,81	\$ 22.624,39	\$ 22.248,92	\$ 23.263,49	\$ 25.385,72	\$ 25.057,57	\$ 26.075,97	\$ 28.636,76	\$ 31.305,00
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA		\$ 4.950,50	\$ 5.171,95	\$ 5.656,10	\$ 5.562,23	\$ 5.815,87	\$ 6.346,43	\$ 6.264,39	\$ 6.518,99	\$ 7.159,19	\$ 7.826,25
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO		\$ 14.851,51	\$ 15.515,86	\$ 16.968,29	\$ 16.686,69	\$ 17.447,62	\$ 19.039,29	\$ 18.793,18	\$ 19.556,97	\$ 21.477,57	\$ 23.478,75
(+) DEPRECIACIONES		\$ 2.301,08	\$ 2.301,08	\$ 2.301,08	\$ 2.417,13	\$ 2.417,13	\$ 2.447,78	\$ 2.578,31	\$ 2.578,31	\$ 2.578,31	\$ 2.725,14
(+) AMORTIZACIONES ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03	\$ 137,03
(-) AMORTIZACIÓN CRÉDITO		\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00						
FLUJO NETO	\$ 0	\$ 14.789,61	\$ 15.453,96	\$ 16.906,39	\$ 16.740,84	\$ 20.001,77	\$ 21.624,09	\$ 21.508,52	\$ 22.272,31	\$ 24.192,91	\$ 26.340,91

Fuente: Cuadros 57, al 64
Elaboración: El Autor

VALOR ACTUAL NETO

En un proyecto empresarial es muy importante analizar la posible rentabilidad del proyecto y sobre todo si es viable o no. Cuando se forma una empresa hay que invertir un capital y se espera obtener una rentabilidad a lo largo de los años. Esta rentabilidad debe ser mayor al menos que una inversión con poco riesgo

En el caso del proyecto de suelas de zapatos se ha hecho una estimación de los ingresos de la nueva empresa durante diez años, para que el proyecto sea rentable el VAN tendrá que ser superior a cero, lo que significará que se recuperará la inversión inicial y tendremos más capital que si lo hubiéramos puesto a renta fija, como se muestra en el cuadro siguiente

La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente, donde I es la inversión, Q_n es el flujo de caja del año n , r la tasa de interés con la que estamos comparando y N el número de años de la inversión:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

CUADRO 69**VALOR ACTUAL NETO**

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	28,833.15		
1	14,789.61	0.869565217	12,860.53
2	15,453.96	0.756143667	11,685.41
3	16,906.39	0.657516232	11,116.23
4	16,740.84	0.571753246	9,571.63
5	20,001.77	0.497176735	9,944.41
6	21,624.09	0.432327596	9,348.69
7	21,508.52	0.37593704	8,085.85
8	22,272.31	0.326901774	7,280.86
9	24,192.91	0.284262412	6,877.13
10	26,340.91	0.247184706	6,511.07
Sumatoria valor actualizado			93,281.81
Inversión			28,833.15
Reinversión			17,068.51
VAN AL 15%			47,380.15

Fuente: Cuadro 68

Elaboración: Ney Medrano

Al tener un VAN con un valor positivo significa que la inversión La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida

TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno, que sería el tipo de interés en el que el VAN se hace cero. Si el TIR es alto, estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos. Sin embargo, si el TIR es bajo, posiblemente podríamos encontrar otro destino para nuestro dinero.

Como se puede verificar en el cuadro siguiente el proyecto es rentable puesto que la TIR tiene un valor positivo de 35.84%, lo cual significa que se puede invertir en el proyecto ya que se tendrá buena rentabilidad.

CUADRO 70
TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		35.00%		36.00%	
0	28,833.15				
1	14,789.61	0.740740741	10,955.26	0.735294118	10,874.71
2	15,453.96	0.548696845	8,479.54	0.540657439	8,355.30
3	16,906.39	0.406442107	6,871.47	0.397542235	6,721.01
4	16,740.84	0.301068228	5,040.14	0.292310467	4,893.52
5	20,001.77	0.223013502	4,460.66	0.214934167	4,299.06
6	21,624.09	0.165195187	3,572.20	0.158039829	3,417.47
7	21,508.52	0.122366805	2,631.93	0.116205756	2,499.41
8	22,272.31	0.090642078	2,018.81	0.085445409	1,903.07
9	24,192.91	0.06714228	1,624.37	0.062827507	1,519.98
10	26,340.91	0.049735022	1,310.07	0.046196696	1,216.86
		Valor actualizado	46,964.44	Valor actualizado	45,700.39
		Inversión	28,833.15	Inversión	28,833.15
		Reinversión	17,068.51	Reinversión	17,068.51
		VAN MENOR	1,062.78	VAN MAYOR	-201.27

Fuente: Cuadro 69

Elaboración: Ney Medrano

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 35\% + 1 \left(\frac{1,062.78}{1,264.05} \right)$$

$$TIR = 35.84\%$$

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

CUADRO 71
RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACIÓN 15%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO	FACT. ACTUALIZACIÓN 15%	INGRESO ACTUALIZADO
1	93,185.92	0.869565217	81,031.23	116,482.39	0.869565217	101,289.04
2	97,354.39	0.756143667	73,613.91	121,692.99	0.756143667	92,017.38
3	100,888.26	0.657516232	66,335.67	126,110.32	0.657516232	82,919.59
4	104,700.79	0.571753246	59,863.02	130,875.99	0.571753246	74,828.77
5	108,738.51	0.497176735	54,062.26	135,923.14	0.497176735	67,577.82
6	113,186.43	0.432327596	48,933.62	141,483.04	0.432327596	61,167.02
7	117,918.00	0.37593704	44,329.74	147,397.49	0.37593704	55,412.18
8	122,710.43	0.326901774	40,114.26	153,388.03	0.326901774	50,142.82
9	127,702.22	0.284262412	36,300.94	159,627.78	0.284262412	45,376.18
10	133,048.50	0.247184706	32,887.56	166,310.63	0.247184706	41,109.44
TOTAL COSTO ACTUALIZADO			537,472.20	INGRESO ACTUALIZADO		671,840.24

Fuente: Cuadro 65

Elaboración: Ney Medrano

$$R B/C = \frac{\text{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO}}{\text{COSTO TOTAL ACTUALIZADO}}$$

$$R B/C = \frac{671,840.24}{537,472.20} = 1.25$$

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios del proyecto. En este caso el proyecto **se obtendrá 0,25 centavos por cada dólar invertido, por lo cual es recomendable realizar la inversión.**

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

El PRC mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días, para calcularlo se utiliza la siguiente Fórmula:

$$PRC = a + \frac{(b-c)}{d}$$

DONDE:

- a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- b = Inversión Inicial
- c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Para el proyecto se puede establecer que se recuperará la inversión inicial en un periodo de **2 años, 3 meses y 1 días**

CUADRO 72
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Periodo	Inversión	Flujo neto de caja	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO	Flujo acumulado
0	\$ 28,833.15		15%		
1		\$ 14,789.61	0.86956522	\$ 12,860.53	\$ 12,860.53
2		\$ 15,453.96	0.75614367	\$ 11,685.41	\$ 24,545.94
3		\$ 16,906.39	0.65751623	\$ 11,116.23	\$ 35,662.17
4		\$ 16,740.84	0.57175325	\$ 9,571.63	\$ 45,233.80
5		\$ 20,001.77	0.49717674	\$ 9,944.41	\$ 55,178.21
6		\$ 21,624.09	0.43232760	\$ 9,348.69	\$ 64,526.90
7		\$ 21,508.52	0.37593704	\$ 8,085.85	\$ 72,612.75
8		\$ 22,272.31	0.32690177	\$ 7,280.86	\$ 79,893.61
9		\$ 24,192.91	0.28426241	\$ 6,877.13	\$ 86,770.74
10		\$ 26,340.91	0.24718471	\$ 6,511.07	\$ 93,281.81

Fuente: Cuadro 65

Elaboración: Ney Medrano

$$\text{PRC} = 2 + \frac{28,833.15 - 24,545.94}{16,906.39}$$

$$\begin{aligned} \text{PRC} &= 2.2536 &= & 2 \text{ AÑOS} \\ \text{PRC} &= 0.2536 \times 12 \text{ MESES} = 3.0430 &= & 3 \text{ MESES} \\ \text{PRC} &= 0.0430 \times 30 \text{ DIAS} = 1.291 &= & 1 \text{ DÍAS} \end{aligned}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El Análisis de sensibilidad muestra cuán sensible es, el presupuesto de caja a determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE LOS COSTOS

En primer lugar se ha determinado que el proyecto puede soportar hasta un 16,67% de aumento de los costos originales.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS

Para el proyecto se ha determinado que puede soportar hasta un 13,33% de disminución de los ingresos originales.

CUADRO 73
Análisis de sensibilidad con un incremento del 16,93% de los costos

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 16,93%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	FLUJO NETO	26,00%	VAN MENOR	27,00%	VAN MAYOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-28.833,15		-28.833,15
1	93.185,92	108.962,29	116.482,39	7.520,10	0,793650794	5968,34	0,787401575	5921,34122
2	97.354,39	113.836,49	121.692,99	7.856,50	0,629881582	4948,66	0,62000124	4871,0394
3	100.888,26	117.968,64	126.110,32	8.141,68	0,499906018	4070,08	0,488189953	3974,68763
4	104.700,79	122.426,63	130.875,99	8.449,35	0,396750808	3352,29	0,384401538	3247,94456
5	108.738,51	127.147,95	135.923,14	8.775,20	0,314881593	2763,15	0,302678376	2656,06272
6	113.186,43	132.348,89	141.483,04	9.134,15	0,249906027	2282,68	0,23832943	2176,93558
7	117.918,00	137.881,51	147.397,49	9.515,98	0,198338116	1887,38	0,187660968	1785,77845
8	122.710,43	143.485,30	153.388,03	9.902,73	0,157411203	1558,80	0,147764542	1463,27257
9	127.702,22	149.322,21	159.627,78	10.305,57	0,124929526	1287,47	0,116350033	1199,05333
10	133.048,50	155.573,62	166.310,63	10.737,01	0,099150418	1064,58	0,091614199	983,662964
						350,27		-553,37

Fuente: Cuadros 71

ELABORACIÓN: El autor

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 26 + 1 \left(\frac{350,27}{903,64} \right) = 26,39\%$$

$$Diferencias \ TIR = Tir \ Proyecto - Nueva \ Tir = 35,84\% - 26,39\% = 9,45\%$$

$$Porcentaje \ de \ variación = \frac{Diferencia \ Tir}{Tir \ del \ proyecto} = \frac{9,45\%}{35,84\%} = 26,37\%$$

$$Sensibilidad = \frac{Porcentaje \ de \ variación}{Nueva \ Tir} = \frac{26,37\%}{26,39\%} = 0,99999$$

CUADRO 74
Análisis de sensibilidad con una disminución del 13,54% de los ingresos

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO EN UN 13,54%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	26,00%	VAN MENOR	27,00%	VAN MAYOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-28.833,15		-28.833,15
1	93.185,92	116.482,39	100.710,68	7.524,76	0,793650794	5972,03	0,787401575	5925,010
2	97.354,39	121.692,99	105.215,76	7.861,37	0,629881582	4951,73	0,62000124	4874,057
3	100.888,26	126.110,32	109.034,99	8.146,73	0,499906018	4072,60	0,488189953	3977,150
4	104.700,79	130.875,99	113.155,38	8.454,59	0,396750808	3354,36	0,384401538	3249,957
5	108.738,51	135.923,14	117.519,15	8.780,64	0,314881593	2764,86	0,302678376	2657,708
6	113.186,43	141.483,04	122.326,24	9.139,80	0,249906027	2284,09	0,23832943	2178,284
7	117.918,00	147.397,49	127.439,87	9.521,88	0,198338116	1888,55	0,187660968	1786,885
8	122.710,43	153.388,03	132.619,29	9.908,87	0,157411203	1559,77	0,147764542	1464,179
9	127.702,22	159.627,78	138.014,18	10.311,95	0,124929526	1288,27	0,116350033	1199,796
10	133.048,50	166.310,63	143.792,17	10.743,67	0,099150418	1065,24	0,091614199	984,272
						368,35		-535,85

Fuente: Cuadros 71

ELABORACIÓN: El autor

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 26 + 1 \left(\frac{368,35}{904,20} \right) = 26,41\%$$

$$Diferencias \ TIR = Tir \ Proyecto - Nueva \ TIR = 35,84\% - 26,41\% = 9,43\%$$

$$Porcentaje \ de \ variación = \frac{Diferencia \ TIR}{TIR \ del \ proyecto} = \frac{9,43\%}{35,84\%} = 26,32\%$$

$$Sensibilidad = \frac{Porcentaje \ de \ variación}{Nueva \ TIR} = \frac{26,32\%}{26,407\%} = 0,99664$$

h) CONCLUSIONES

Al término del presente estudio se llegó a las siguientes conclusiones:

- En el presente proyecto se determinó que para el primer año se cuenta con una demanda potencial de 3,005 zapateros; una demanda real del 76% de la demanda potencial que se calculó en 2284 zapateros y una demanda efectiva de 127,162 suelas de zapatos.
- En el mercado se determinó que existe una oferta de 9534 suelas, estableciendo que el proyecto tendrá una demanda insatisfecha de 117628 suelas de zapatos.
- El canal de comercialización a utilizarse es Productor al consumidor o Usuario final sin intermediarios y la publicidad se realizará en el Diario El Comercio
- La macro y micro localización de la empresa será en la ciudad de Quito provincia de Pichincha, específicamente en el barrio Magdalena en las calles Carlos Poit y Francisco de Victoria.
- La capacidad instalada para el primer año del proyecto será de 28800 suelas de zapatos y para el primer año se tomará una capacidad utilizada del 80% para ofertar el producto en óptima calidad y precios accesibles, calculando que será de 23040 suelas de zapatos.
- La empresa dispondrá de 1 gerente, 1 asesor jurídico, 1 secretaria contadora, 1 jefe de producción, 2 obreros y 1 vendedor, colaboradores

que ayudarán al desarrollo de la empresa y cubrir las exigencias de los usuarios.

- La micro empresa estará constituida por una compañía de Responsabilidad Limitada sujetándose a las normas legales establecidas en la Ley de Compañías de nuestro país.
- Para la puesta en marcha del proyecto la inversión que se requiere es de \$ 28,833.15, estimado el capital propio en un 65% que es \$ 18,833.15 y el capital ajeno corresponde al 35% mediante un crédito al Banco de Fomento de \$ 10.000,00 a 4 años plazo.
- El costo unitario será de \$ 4,04, y al sumar el margen de utilidad del 25% da un precio de venta de \$ 5.06, lo que permite que el producto ingrese al mercado fácilmente.
- De acuerdo a la evaluación financiera el proyecto es rentable ya que el VAN es positivo con valor de 47,380.15, la TIR tiene un valor de 35,84%, mayor a la tasa de oportunidad vigente en el mercado, la Relación Beneficio – Costo es de \$1,25 dólares, lo que significa que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0.25 de ganancia; la recuperación de capital se dará en un plazo 2 años, 3 mes, y 1 día; El Análisis de Sensibilidad incrementando los costos y disminuyendo los egresos se determinó que el proyecto alcanzará sensibilidad si los costos se elevan más del 16.93% y si los ingresos disminuyen más del 13,54%.

i) RECOMENDACIONES

Además de las conclusiones se pudo establecer las siguientes recomendaciones

- La empresa debe utilizar el máximo de la capacidad instalada para satisfacer el 100% de la demanda insatisfecha.
- Utilizar siempre la excelencia en materias primas de calidad, atención al público y precios accesibles que permitan conservar e incrementar los clientes.
- Implementar el plan de comercialización desarrollado en el presente proyecto de tesis con la finalidad de dar a conocer la nueva empresa y así captar el mayor número de nuevos clientes.
- Realizar una mejora continua en la producción, ventas y recurso humano, para cumplir los objetivos planteados por lo que se necesitará obtener un rendimiento superior en las tareas encomendadas.
- Generar planes de financiamiento de la deuda a fin de liquidarla en el tiempo establecido, evitando con ello el incremento de los gastos financieros.
- Se recomienda la ejecución del proyecto debido a los resultados obtenidos a través de los criterios de evaluación financiera.

j) BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Baca, Gabriel, (2001), Evaluación de Proyectos, (pág. 134)
- Barreto, Silvia, Diseño de calzado urbano, Editorial Nobuco, Buenos Aires, Argentina, 2006
- Birkenbihl, Michael, Formación de Formadores, Editorial Cengage, Madrid, España, 18ª edición, 2008
- CÓRDOBA. Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos. Sexta Edición. Año 2009.
- COTLER PHILIP, Dirección de Marketing, Edición del Milenio Cámara Dionicio,
- Douglas HOFTMAN, K. Fundamentos de marketing de servicios. Primera Edición
- Eriberto, Preparación y Evaluación De Proyectos.
- SAPAG CHAIN. Nassier, en su obra "Preparación y Evaluación de Proyectos". Tercera Edición. Año 2005
- SAPAG CHAIN. Nassier, en su obra "Preparación y Evaluación de Proyectos". Tercera Edición. Año 2005
- Según MENESES, Eriberto, Preparación y Evaluación De Proyectos

- Stresser-Pean, Claude, De la vestimenta y los hombres, Editorial, Fondo cultura económica, Oaxaca, México, 2012

PÁGINAS WEB

- <http://sexar-gestion.blogspot.com/2009/08/sintesis-algunos-escritores-remotan-la.html>
- <http://sexar-gestion.blogspot.com/2009/08/sintesis-algunos-escritores-remotan-la.html>
- Según <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>

k) ANEXOS**ANEXO 1****FICHA RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO*****a.* TEMA**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SUELAS DE ZAPATOS, Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE QUITO”

b.- PROBLEMÁTICA.

La realidad económica actual hace que tratemos de encontrar una mejor estabilidad económica, buscando oportunidades para salir adelante como son la creación de puestos de trabajo a través de la creación de Pymes, con la ayuda de instituciones financieras (IFI'S), esto nos permite que se pueda incursionar en el mercado de nuestro localidad.

Es así que dentro de este mercado se encuentra la industria de (Suelas de zapatos), mismos que comprenden la creación, diseño, textura y su comercialización.

La suela de zapato es un producto que es necesario para la elaboración de zapatos (calzado) y que dentro de nuestra ciudad Quito pocas empresas son

las que elaboran dicho producto es así que las pymes que elaboran calzado se ven en la necesidad de importar de Colombia este producto.

Así también se puede evidenciar que sus precios son altos y no ofrecen variedad en suelas de zapatos y las que existen en el mercado no son de buena calidad es decir no cumplen con las expectativas de diseño, textura, color y durabilidad.

De igual manera existe un incumplimiento de entrega de suelas de zapatos bajo pedido lo que evidencia la falta de eficiencia y eficacia en la atención a nuestros futuros clientes.

Es así que por lo mencionado anteriormente se pretende implementar este proyecto con el objetivo de entregar una excelente atención a nuestros posibles clientes entregando variedad de suelas de zapatos de alta calidad y a precios competitivos o a su vez personalizando su producto según necesidad del mismo cumpliendo con las innovaciones y requerimientos del mercado.

También es muy importante que se considere las facilidades que se brinda a la industria de suelas de zapatos al surtir insumos de diferente calidad lo que nos permite tener múltiples opciones de consumo lo que nos va a permitir generar directamente o indirectamente empleos que permitirá contribuir con la economía local o regional debido a que en el mercado existe una demanda habitual por ello se ha considerado con problema central: "**Escases de empresas productoras de suelas de zapatos (calzado) en la ciudad de Quito**".

c.- JUSTIFICACIÓN.

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA.-

Desde que se ingresó a las aulas de la universidad siempre se pudo evidenciar el compromiso de aportar al desarrollo de nuestra ciudad con la ayuda de los conocimientos tanto teóricos, técnicos y metodológicos que han sido adquiridos en la carrera de Administración de Empresas y por intermedio de ellos poder ejecutarlos, mediante la elaboración y ejecución de este proyecto de tesis en beneficio de la nuestra sociedad.

Es así que como investigadores nos enriqueceremos de un conocimiento dirigido hacia la excelencia como futuro profesional en el área objeto de estudio a fin de conocer realmente la situación actual que nos rodea desde el ámbito social y económico.

JUSTIFICACIÓN SOCIAL.-

La Universidad Nacional de Loja en su Modalidad de Estudios a Distancia nos ha brindado la oportunidad de capacitarnos y especializarnos para poder aportar a la sociedad con la creación de plazas de trabajo sean estas directas e indirectas, es por eso que a más de tener un interés científico e investigativo existe un aporte que evidentemente es social.

JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA.-

Al conocer la demanda potencial nos podremos dar cuenta exactamente las necesidades del proyecto de estudio misma que tendrá una relación directa con

nuestro segmento de mercado, de esta manera tendremos un conocimiento amplio de todos los aspectos que están inmersos en el estudio financiero, como también descifrar la calidad del producto con precios competitivos, para poder incursionar en el mercado generando fuentes de trabajo directas e indirectas.

d.- OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL.-

Determinar la factibilidad de implementación de una empresa productora de suelas de zapatos y su comercialización en la ciudad de Quito.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.-

- Realizar una investigación de mercado determinando la demanda y oferta del producto (suelas de zapatos) para obtener un análisis situacional del producto en el mercado en la ciudad de Quito.
- Realizar el estudio técnico para optimizar los recursos a implementarse en el proyecto tales como: tamaño, capacidad, localización, ingeniería del proyecto.
- Determinar la organización estructural directiva, administrativa y jurídica, en donde se establezca cada una de las funciones de las diferentes áreas que con lleva la empresa.
- Realizar un estudio económico para saber cuál es costo de inversión y su respectivo financiamiento.

- Realizar una evaluación del estudio financiero del proyecto para conocer su viabilidad y factibilidad económica utilizando de esta manera criterios de evaluación para poder medir la rentabilidad del proyecto.

f.- METODOLOGÍA

Para la elaboración de la investigación se utilizará los siguientes métodos y técnicas:

MÉTODO CIENTÍFICO

El método científico permitirá recopilar información que podamos aplicar a nuestro proyecto de investigación alcanzando conocimientos válidos mediante instrumentos confiables.

Como son información obtenida del internet, como también libros, bibliotecas virtuales, folletos y revistas.

MÉTODO INDUCTIVO.-

Este método permitirá obtener conclusiones generales a partir de premisas particulares, cumpliendo con objetivos específicos de nuestra investigación.

MÉTODO DEDUCTIVO.-

El método deductivo permitirá saber a partir de datos generales la factibilidad del estudio en cuanto al tamaño de la muestra con datos reales de población a nivel local dados por el Servicio de Rentas Internas y así poder identificar la demanda potencial y la demanda real.

MÉTODO ANALÍTICO.-

El método analítico permitirá conocer más el objeto de estudio de la investigación misma que determinará si cumplen con las expectativas de proyecto

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

TÉCNICA DE LA ENTREVISTA:

La técnica de la entrevista ayudará a aplicar una serie de preguntas a una o más personas en forma de diálogo.

Esta técnica permitirá interactuar al investigador con el consumidor final para saber de la importancia de un producto de calidad.

TÉCNICA DE LA ENCUESTA:

La técnica de la encuesta permitió recopilar todo tipo de información, mediante la aplicación de un banco de preguntas prediseñadas y que tiene como finalidad recabar datos concretos sobre un tema específico.

Es importante mencionar que para determinar la demanda del producto, se tiene que conocer la cantidad de el número de artesanos, de la ciudad de Quito donde se va a realizar el estudio por lo cual en este caso la población de zapateros de la ciudad de Quito según datos generados Servicio de Rentas Internas en el 2015 es de 3.005, es así que con estos datos de población se pudo determinar el tamaño de la muestra, y la formula que se utilizaron es la siguiente:

FORMULA:

$$TM = \frac{P}{1+(E)^2 P} = \frac{3.005}{1+(0,05)^2 3.005} = \frac{3.005}{1+(0.0025)*3.005}$$

$$TM = \frac{3.005}{8,5125} = 353,01$$

$$TM = \mathbf{353 \text{ encuestas.}}$$

También es importante conocer que para realizar el presente estudio de factibilidad se tomó en consideración el número total de productores de suelas de zapatos (calzado) a nivel Quito, cuyos datos han sido proporcionados por el **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**, a fin de determinar la oferta real del producto, misma que está representada con un total de **18 oferentes**

ANEXO 2**FORMATO DE LA ENCUESTA DE LA DEMANDA****1. ¿Usted utiliza suela para confeccionar zapatos?**

Si ()

No ()

2. ¿Las suelas que usted compra en que tallas o series las adquiere?

22 a 27 ()

28 a 32 ()

33 a 37 ()

38 a 43 ()

3. ¿Qué es lo que usted toma en cuenta o prefiere al adquirir las suelas?

Textura ()

Calidad ()

4. ¿Qué cantidad usted adquiere mensualmente de suelas?

1 a 10 suelas ()

11 a 20 suelas ()

21 a 30 suelas ()

31 a 40 suelas ()

5. ¿A qué precio adquiere las suelas de zapatos?

5,00 usd a menos ()

5,50 a 6,00 usd ()

6,01 a 6,50 usd ()

6,51 usd a más ()

6. ¿El precio de las suelas de zapatos que usted adquiere es?

Barato ()

Caro ()

Aceptable ()

7. ¿Qué marcas de suelas adquiere usted?

Céceres ()

Venus ()

Buestan ()

Novapiel ()

Otros

8. ¿Dónde adquiere usualmente las suelas de zapatos?

Fabricas ()

Mercados ()

Locales Comerciales ()

Supermercados ()

Vendedores Ambulantes ()

Otros ()

9. ¿A través de que medio publicitario conoció el producto?

Radio ()

Prensa ()

Televisión ()

Internet ()

Vallas Publicitarias ()

Otros ()

10. ¿Si se creará una empresa productora y comercializadora de suelas de zapatos de buena calidad, y precio cómodo estaría dispuesto adquirir este producto?

Si ()

No ()

11. ¿Qué tipo de promociones le gustaría obtener por la compra del producto?

Matricería Incluida ()

Descuentos ()

Regalos extras (por docena) ()

12. ¿Qué color de suela de zapato más utiliza o prefiere?

Negro ()

Café ()

Blanco ()

ANEXO 3**FORMATO DE LA ENCUESTA DE LA OFERTA****PREGUNTAS OFERTA**

1. ¿En su negocio vende suelas de zapatos?

Si ()

No ()

2. ¿En qué tallas o series usted vende más la suelas de zapatos?

23 a 29 ()

30 a 36 ()

37 a 43 ()

3. ¿Qué cantidad de suela de zapatos vende mensualmente?

1 a 12 suelas ()

13 a 24 suelas ()

25 a 36 suelas ()

37 a 48 suelas ()

49 a 60 o más suelas ()

4. ¿El precio de venta de las suela de zapatos está entre?

3,10 a 3,60 usd ()

4,10 a 4,60 usd ()

5,10 a 5,60 usd ()

5. ¿Qué colores de suelas son los que más se vende?

Negro ()

Café ()

Blanco ()

Otros ()

6. ¿Usted utiliza algún medio de comunicación para dar a conocer los productos que vende?

Si ()

No ()

7. ¿Qué medio de comunicación utiliza?

Radio ()

Televisión ()

Prensa ()

Otros ()

INDICE

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de Autorización.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
a) Título.....	1
b) Resumen.....	2
c) Introducción.....	8
d) Revisión de Literatura.....	10
e) Materiales y Métodos.....	37
f) Resultados.....	40
g) Discusión.....	63
h) Conclusiones.....	150
i) Recomendaciones.....	152
j) Bibliografía.....	153
k) Anexos.....	155
Índice.....	167