



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS.**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORÍA.**

**TRABAJO DE GRADO.**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
CALZADO EN CUERO EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE  
IMBABURA”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTORES:**

**HENRY WLADIMIR NAVARRO NAVARRO / ALEXANDRA  
GUADALUPE FLORES NAVARRO.**

**DIRECTOR:**

**ING. FERNANDO VALENZUELA.**

**IBARRA, FEBREO DEL 2014.**

## **RESUMEN EJECUTIVO.**

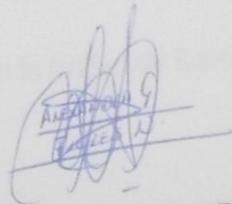
El presente trabajo de investigación tiene como finalidad la “Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de Calzado en cuero en el Cantón Cotacachi”. Esta idea surgió debido a la limitada producción existente de calzado en el cantón, a pesar de que en esta ciudad la principal actividad es la producción y comercialización de artículos de cuero. Por esta razón se plantea una propuesta innovadora que ayudará al progreso del cantón y mejorará las condiciones de vida de sus habitantes. El desarrollo del trabajo consta en primera instancia de la determinación de la investigación en la cual se plantean los objetivos generales y específicos, los mismos que contribuyen a la puesta en marcha de la microempresa. Con el desarrollo del marco teórico se presentan los conceptos básicos para la conformación de una microempresa, origen y proceso de elaboración de calzado, el tipo de materia prima y comercialización del producto, que está sustentado con una vasta información bibliográfica. Mediante algunas técnicas de investigación como entrevistas, encuestas y observación directa se pudo realizar el estudio de mercado, el mismo que permite determinar que existe una gran demanda insatisfecha en el Cantón Cotacachi, y el producto que la microempresa debe fabricar para satisfacerla. En el Estudio Técnico se pudo establecer el tamaño del proyecto, localización, ingeniería, distribución y sistemas de control, elaborados con datos actuales, escogiendo las alternativas más óptimas para el funcionamiento de la microempresa. Dentro del Estudio Económico Financiero se da a conocer la inversión, los ingresos, egresos y estados financieros para el primer año y proyectados para cinco años, se calculó la tasa interna de retorno y el VAN para determinar la factibilidad del proyecto, el período de recuperación de la inversión e índices financieros. En la propuesta consta la misión, visión y la estructura orgánico funcional de la microempresa así como también las estrategias que se aplicarán para su posicionamiento y expansión en el Finalmente se hizo un análisis de los impactos los cuales incidirán de manera positiva tanto en el proyecto como en la población en general, ya que es una forma práctica de fomentar el desarrollo en el cantón Cotacachi.

## **SUMMARY.**

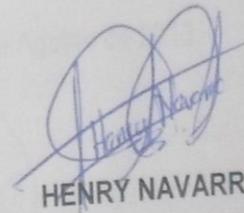
The goal of this research is to create an enterprise in order to produce and commercialize footwear made of leather in Cotacachi. This idea came up from the lack of production of it in Cotacachi, although this is the main activity in this city. That is why it is presented an innovative proposal that will contribute to the development of the city and will improve people's life. The first aspect about the research is to set the general and specific objectives which will contribute to get started creating the enterprise. The framework of this research helps us to explain some important concepts that will help to create the enterprise, to develop, and to commercialize the product. It was made the study of marketing by applying some researching methods like interviews, surveys, and observation. It let us to know that there should be increased the production of footwear in Cotacachi, so that we can overcome people's demands. The technical study helped us to get a better understanding of the project, location, engineering, and delivery of the product. It was made by using current information and choosing the best options to make the enterprise works well. The financial issue shows the investment, incomes, and expenses for the first year. It is worth to say that they will last in five years. It was calculated the internal rate and VAN so that we can determine the feasibility of the project. The proposal involves the mission, vision, and the structure of the enterprise. Also, it embodies the strategies to be applied in order to expand it. Finally, it was made an analysis about the results of the project with the population because it is a practical way to make the city develops.

## **AUTORÍA**

Nosotros, FLORES NAVARRO ALEXANDRA GUADALUPE, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100333875-1; y NAVARRO NAVARRO HENRY WLADIMIR, portador de la cédula de ciudadanía N° 100355263-3; declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO EN CUERO EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA"; y que los resultados de la investigación son de nuestra exclusiva responsabilidad, además no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



**ALEXANDRA FLORES**  
C. C.: 100333875-1



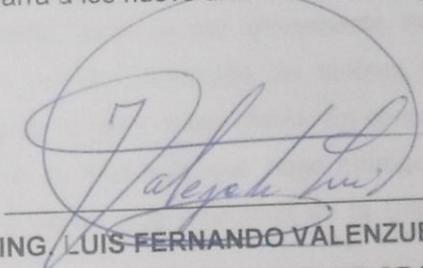
**HENRY NAVARRO**  
C. C.: 100355263-3

# **CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los estudiantes **FLORES NAVARRO ALEXANDRA GUADALUPE**, y **NAVARRO NAVARRO HENRY WLADIMIR**, egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Escuela de Contabilidad y Auditoría, previo a la obtención del Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO EN CUERO EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA".

Considerando que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los nueve días del mes de Agosto de 2013.

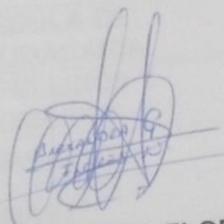


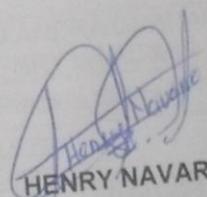
ING. LUIS FERNANDO VALENZUELA.  
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.



## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Nosotros, FLORES NAVARRO ALEXANDRA GUADALUPE, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100333875-1; y NAVARRO NAVARRO HENRY WLADIMIR, portador de la cédula de ciudadanía N° 100355263-3; manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autores de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO EN CUERO EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA"; que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

  
ALEXANDRA FLORES  
C. C.: 100333875-1

  
HENRY NAVARRO  
C. C.: 100355263-3

Ibarra, a los trece días del mes de Febrero de 2014.



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

#### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO.			
<b>CÉDULA DE CIUDADANIA:</b>	100333875-1 / 100355263-3		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	FLORES NAVARRO ALEXANDRA GUADALUPE / NAVARRO NAVARRO HENRY WLADIMIR.		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Cotacachi: Urbanización Pradera Sierra N° 7-79		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:alexita_flores18@hotmail.com">alexita_flores18@hotmail.com</a> / <a href="mailto:henryf1_w_n26@hotmail.com">henryf1_w_n26@hotmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062916157	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0991421766 / 0999178470
DATOS DE LA OBRA.			
<b>TÍTULO:</b>	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE		

	CALZADO EN CUERO EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”.
<b>AUTORES:</b>	FLORES NAVARRO ALEXANDRA GUADALUPE / NAVARRO NAVARRO HENRY WLADIMIR.
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2004 - -02 - 13
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	ING. LUIS FERNANDO VALENZUELA

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

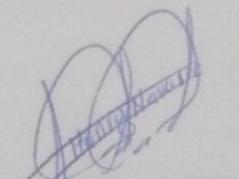
Nosotros, **FLORES NAVARRO ALEXANDRA GUADALUPE**, portadora de la cédula de ciudadanía N° **100333875-1**; y **NAVARRO NAVARRO HENRY WLADIMIR**, portador de la cédula de ciudadanía N° **100355263-3**; en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de

la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 13 días del mes de Febrero de 2014.

LOS AUTORES:	ACEPTACIÓN:
	
..... Alexandra Flores C. C.: 100333875-1	..... Ing. Betty Chávez JEFE DE BIBLIOTECA
	
..... Henry Navarro C. C.: 100355263-3	
Facultado por resolución de Consejo Universitario _____	

## **DEDICATORIA.**

*Dedicamos este trabajo a Dios por haber estado siempre con nosotros iluminando cada paso de nuestras vidas, y por darnos la salud y la esperanza para terminar este trabajo.*

*A nuestra MADRE MARTHA que sin esperar nada a cambio ha sido un pilar fundamental en nuestro camino y así forma parte de este logro que nos abre muchas puertas en nuestro desarrollo profesional.*

*A nuestros hermanos RODRIGO, MARCELO y FAUSTO quienes nos han sabido brindar su apoyo, una palabra de aliento, el positivismo para no decaer y continuar con nuestros objetivos; y han estado pendientes de nosotros en el transcurso del desarrollo del presente trabajo.*

*Henry Navarro*

*Alexandra Flores.*

## **AGRADECIMIENTO.**

*Agradecemos infinitamente a DIOS y a la SANTÍSIMA VIRGEN por ser nuestra guía, la fe y la esperanza; porque a pesar de las circunstancias difíciles que se nos han presentado, siempre han estado en todo momento nunca nos abandonó y estaban ahí dándonos la fortaleza para no desmayar y superar las adversidades.*

*A nuestra MADRE MARTHA porque además de ser una madre ha sido una amiga quien nos ha sabido dar todo su apoyo incondicional, y porque a pesar de estar sola supo dar todo su esfuerzo y trabajar para sacarnos adelante y hacernos unas personas de bien.*

*Al INGENIERO LUIS FERNANDO VALENZUELA. Director de Tesis un reconocimiento muy especial, por guiarnos con sus conocimientos, con su experiencia y profesionalismo y a la vez por la PACIENCIA y entusiasmo demostradas para la culminación de este trabajo investigativo.*

*Al INGENIERO PAÚL TORO por habernos ayudado y aportado mucho con sus conocimientos y experiencia, por las muestras de amistad desinteresada que nos ha brindado a lo largo de la realización de este proyecto.*

*Por último agradecemos a todos y cada uno de los docentes de la Escuela de Contabilidad y Auditoría de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, que nos supieron entregar sus enseñanzas y contribuyeron con nuestra formación profesional y personal, y que de una u otra manera hicieron posible la culminación de nuestros estudios superiores.*

*Henry Navarro*

*Alexandra Flores.*

## **PRESENTACIÓN.**

La situación actual de nuestro país y la nueva estructura de la economía global ha obligado a las empresas, microempresas y personas dedicadas a negocios a transformar y cambiar los paradigmas de la producción, estrategias de venta, búsqueda de nuevos clientes, y mejores métodos de negociación.

Para ello, se presenta esta nueva propuesta de trabajo debido a la insuficiente producción y comercialización de calzado en cuero en la ciudad de Cotacachi y hacer que se complemente con los demás productos que aquí se elaboran, como son chompas, faldas, pantalones, carteras, cinturones, en fin todo lo referente a artículos de cuero; en tal virtud, la producción de calzado en cuero podría convertirse en un producto que sea de nuestra ciudad y que se diga que aquí se confeccionan calzado en cuero de excelente calidad a precios competitivos.

El enfoque principal de la creación de la microempresa es lograr introducir el producto en el mercado mediante nuevas estrategias de marketing, mejor distribución del producto y lograr un precio competitivo, para que tenga aceptación por parte de los consumidores.

A continuación se expone una síntesis de lo desarrollado en cada fase o capítulo del proyecto:

**CAPÍTULO I.-** Se da a conocer el Diagnóstico Situacional para determinar el nivel de producción en el catón Cotacachi; mismo que establece una visión real del problema de investigación, sus causas y consecuencias; en base a la recolección de datos permitiendo establecer las circunstancias actuales de la producción y comercialización de calzado en cuero.

**CAPÍTULO II.-** Es un detalle minucioso de aspectos relacionados con el proceso de producción del calzado, aspectos contables, administrativos y

financieros entre otros, los mismos que han facilitado la comprensión del presente proyecto.

**CAPÍTULO III.-** Aquí se describe el estudio de Mercado con los diferentes resultados de las encuestas y entrevistas aplicadas tanto a Productores, Consumidores, como Compradores Potenciales; lo que permitió determinar la oferta, demanda, demanda potencial a satisfacer, el precio y sus proyecciones; además se analiza la competencia y se plantean las estrategias de comercialización que deben realizarse para la introducción del producto en el mercado y por ende la aceptación de los consumidores.

**CAPÍTULO IV.-** Se realizó un estudio técnico o ingeniería del proyecto que juega un papel importante en la elaboración de dicho proyecto, estableciendo la localización de la microempresa, su tamaño, la distribución de las áreas, los procesos y la tecnología a utilizar y posteriormente se determina el requerimiento, de activos, de personal y materias primas necesarios para el correcto funcionamiento de la microempresa.

**CAPÍTULO V.-** En el estudio económico – financiero se realizó un análisis de la inversión fija, variable, diferida y capital de trabajo, el financiamiento necesario para la ejecución de este proyecto, se realizó las proyecciones de ingresos y egresos, mismos que serán de mucha utilidad para elaborar los estados financieros pro-forma como: Estado de Resultados y Flujo de Efectivo, a partir de los cuales se podrá determinar la rentabilidad del proyecto y realizar el correspondiente análisis de los indicadores financieros como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Costo Beneficio y Período de Recuperación de la Inversión, teniendo como objetivo principal demostrar la factibilidad o no del proyecto.

**CAPÍTULO VI.-** Se presenta la estructura organizacional de la microempresa, en este capítulo se establecen las normas legales para la constitución jurídica de la microempresa, la misión, visión, se diseña el

organigrama, además se establece las funciones a todo el personal y todos los requerimientos administrativos que requiere el nuevo proyecto.

**CAPÍTULO VII.**- En este capítulo se evalúo los impactos negativos y positivos, que posiblemente provocará la microempresa en su etapa de construcción y ejecución en los distintos ámbitos como: Social, Económico y Ambiental.

Finalmente este trabajo finaliza con las correspondientes conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL.....	xv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxxii
ÍNDICE DE DIAGRAMAS.....	xxxii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xxxii
CAPÍTULO I.....	33
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	33
Antecedentes.....	33
Justificación.....	36
Objetivos.....	37

General .....	37
Específicos.....	37
Variables e Indicadores. ....	38
Matriz de Relación Diagnóstica.....	39
Desarrollo del Diagnóstico. ....	40
Análisis de los Factores Políticos.....	40
Análisis de los Factores Económicos – Financieros. ....	40
Análisis de los Factores Sociales.....	41
Análisis de Factores Tecnológicos.....	41
Análisis de Factores Ecológicos. ....	42
Construcción de la Matriz Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (A.O.O.R.).....	43
Identificación del Problema.....	43
<b>CAPÍTULO II</b> .....	44
<b>MARCO TEÓRICO.</b> ....	44
Empresa. ....	44
Definición de empresa. ....	44
Clasificación de las empresas.....	45
Empresas de servicios.....	45
Empresas de comercialización .....	45
Empresas industriales.....	46
Tipo de organización de empresas .....	46
Organización de un solo propietario .....	46
Sociedades de personas .....	46
Sociedades de capital.....	46

Obligaciones Tributarias de las empresas .....	47
Definición .....	47
Obligación Tributaria.....	47
Impuesto al Valor Agregado.....	48
Impuesto a la Renta.....	48
Retenciones de impuestos.....	49
Análisis de mercado.....	49
Definición mercado .....	50
Mercado meta.....	50
Mercado potencial.....	50
Segmentos de mercado.....	51
Demanda .....	51
Oferta.....	52
Demanda Insatisfecha .....	52
Precios.....	52
Competencia.....	53
Métodos de recolección de información.....	53
Entrevista.....	53
Encuesta.....	54
Análisis técnico .....	54
Tamaño del proyecto .....	54
Localización del proyecto.....	54
Macro localización .....	55
Micro localización.....	55
Ingeniería del Proyecto .....	55

Procesos.....	55
Tecnología.....	56
Selección de equipos.....	56
Presupuesto técnico.....	56
Análisis financiero.....	56
Definición de Inversión.....	56
Inversión Fija.....	57
Inversión variable o diferida.....	57
Capital de trabajo.....	57
Tipos de Financiamiento.....	58
Inversión propia.....	58
Inversión financiada.....	58
Ingresos.....	58
Costos.....	59
Gastos.....	59
Estados Financieros.....	59
Estado de Situación Financiera.....	60
Estado de Resultados.....	60
Estado de Flujo de Efectivo.....	60
Estados proforma.....	60
Evaluadores Financieros.....	61
Costo de oportunidad o tasa de redescuento.....	61
Valor Actual Neto.....	61
Tasa interna de retorno.....	62
Relación costo/beneficio.....	63

Punto de equilibrio .....	63
Periodo de recuperación de la inversión .....	63
Fundamentos administrativos .....	63
Importancia de la administración. ....	63
El proceso administrativo .....	64
Planificación.....	65
Organización.....	65
Dirección .....	65
Control .....	65
Misión .....	66
Visión .....	66
Estructura organizacional .....	66
Estructura funcional .....	67
Industria de Calzado en Cuero. ....	67
Definición de Industria de Calzado en Cuero.....	67
Pieles o Cuero. ....	67
Definición .....	67
Tipos de pieles para Calzado.....	67
Producto Calzado en Cuero.....	69
Historia del Calzado en Cuero. ....	69
Definición de producto Calzado en Cuero .....	71
Tipos de Calzado en Cuero .....	71
Producción de Calzado en Cuero .....	72
Descripción del Proceso productivo.....	72
Maquinaria. ....	87

Tipo de la Maquinaria. ....	87
Mano de Obra.....	89
Calificada.....	89
No Calificada.....	89
Comercialización.....	89
Producto .....	89
Precio.....	89
Promoción.....	89
CAPÍTULO III.....	91
ESTUDIO DE MERCADO.....	91
Planteamiento del problema de Investigación. ....	91
Objetivos de la Investigación. ....	91
Objetivo General.....	91
Objetivos Específicos.....	91
Identificación de los productos y servicios .....	91
Características.....	92
Producto Sustituto.....	92
Normativa Sanitaria, Técnica y Comercial. ....	93
Mercado Meta.....	93
Estructura del mercado.....	94
Investigación.....	94
Segmentación .....	94
Marco Muestral o Universo.....	95
Tamaño de la Muestra .....	96
Metodología de la Investigación de Campo .....	97

Diseño de instrumento de investigación .....	98
Pruebas Piloto.....	98
Procesamiento de datos y análisis de resultados. ....	98
Identificación y Proyección de la Demanda .....	118
Identificación de la Demanda.....	118
Proyección de la Demanda.....	118
Identificación y Proyección de la Oferta.....	120
Identificación de la Oferta. ....	120
Entrevista aplicada a los propietarios de fábricas de calzado del canton Cotacachi.....	121
Entrevista a propietarios de almacenes de calzado en la ciudad de cotacachi.....	126
Proyección de la Oferta. ....	128
Proyecciones de la Demanda Insatisfecha. ....	130
Proyección a satisfacer la demanda potencial.....	131
Análisis de Precios.....	132
Conclusiones. ....	134
CAPÍTULO IV.....	135
ESTUDIO TÉCNICO.....	135
Localización del Proyecto. ....	135
Macro Localización. ....	135
Micro Localización. ....	136
Matriz Locacional.....	136
Tamaño del Proyecto.....	142
Factores Determinantes.....	144
Optimización del Tamaño del Proyecto. ....	146

Determinación de la Capacidad de Producción. ....	146
Ingeniería del Proyecto .....	147
Procesos de Producción .....	147
Distribución de la Planta. ....	157
Sistemas de Control.....	157
CAPÍTULO V.....	160
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO. ....	160
Datos .....	160
Datos adicionales.....	164
Presupuesto.....	166
De Inversión.....	166
Capital de Trabajo.....	168
Requerimiento Inicial del Proyecto.....	168
Estructura del Financiamiento.....	169
Ingresos. ....	171
Costos.....	172
Materia Prima.....	172
Mano de Obra. ....	174
Costos Indirectos de Imbabura. ....	175
Resumen de Costos de Producción.....	178
Egresos.....	178
Punto de Equilibrio.....	181
Estado Resultados Proyectado.....	183
Flujo Neto de Fondos.....	184
Evaluación Económica Financiera. ....	185

Cálculo del Valor Actual Neto. ....	185
Tasa de Rendimiento Medio. ....	186
Cálculo de la Tasa Interna de Retorno .....	187
Cálculo del Beneficio/Costo. ....	188
Período de Recuperación de la Inversión (P.R.I.).....	189
Índices Financieros. ....	190
CAPÍTULO VI.....	191
PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	191
La Empresa.....	191
Nombre o Razón Social. ....	191
Titularidad de Propiedad de la Empresa.....	191
Tipo de Empresa.....	192
Base Legal. ....	192
Base Filosófica.....	194
Misión. ....	194
Visión. ....	194
Principios y Valores. ....	194
La Organización.....	196
Organigrama Estructural. ....	196
Descripción de Funciones.....	196
Estrategias Empresariales. ....	200
Estrategias mercadológicas de posicionamiento. ....	200
Estrategias Operativas.....	202
Estrategias Financieras. ....	202
CAPÍTULO VII.....	204

IMPACTOS DEL PROYECTO. ....	204
Impacto Social. ....	205
Impacto Económico ....	206
Impacto Ambiental. ....	207
Impacto Global o General. ....	208
CONCLUSIONES. ....	209
RECOMENDACIONES. ....	211
BIBLIOGRAFIA: ....	213
LINKOGRAFIA. ....	214
ANEXOS. ....	215
ANEXO N° 1 ENCUESTA. ....	216
ANEXO N° 2 ENTREVISTAS REALIZADAS A PROPIETARIOS DE FÁBRICAS DE CALZADO. ....	220
ANEXO N° 3 ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE ALMACENES DE CALZADO EN LA CIUDAD DE COTACACHI. ....	222

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 MATRIZ P. E. S. T. E. ....	38
Cuadro 2 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA. ....	39
Cuadro 3 MATRIZ A. O. O. R. ....	43
Cuadro 4 ESTRATOS SOCIALES AÑO 2013. ....	93
Cuadro 5 COMERCIALIZADORES Y PRODUCTORES. ....	98
Cuadro 6 TIPO DE CALZADO. ....	99
Cuadro 7 TIPO DE MATERIAL DEL CALZADO ....	100
Cuadro 8 CONSUMIDORES DEL PRODUCTO ....	101
Cuadro 9 FRECUENCIA DE COMPRA ....	102
Cuadro 10 CALZADO FORMAL COMPRADO AL AÑO ....	103
Cuadro 11 CALZADO DEPORTIVO COMPRADO AL AÑO. ....	104
Cuadro 12 CALZADO DE CASUAL COMPRADO AL AÑO. ....	105
Cuadro 13 VARIABILIDAD DE LA CANTIDAD COMPRA EL AÑO ANTERIOR ....	106
Cuadro 14 COLOR DEL CALZADO. ....	107
Cuadro 15 TALLA DEL CALZADO ....	108
Cuadro 16 LUGARES RECURRENTE DE COMPRA. ....	109
Cuadro 17 UBICACIÓN DE LOS LUGARES DE COMPRA ....	110
Cuadro 18 RAZÓN DE PREFERENCIA ....	111
Cuadro 19 PRECIO DE ADQUISICIÓN. ....	112

Cuadro 20 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	113
Cuadro 21 PROMOCIONES RECIBIDAS.....	114
Cuadro 22 EMISORAS RADIALES PREFERIDAS.....	115
Cuadro 23 DIARIOS PREFERIDOS .....	116
Cuadro 24 CREACIÓN MICROEMPRESA DE CALZADO.....	117
Cuadro 25 RESUMEN DEMANDA ACTUAL.....	118
Cuadro 26 Proyección del crecimiento poblacional.....	119
Cuadro 27 PROYECCIÓN DEMANDA CALZADO DEPORTIVO.....	119
Cuadro 28 PROYECCIÓN DEMANDA CALZADO CASUAL.....	120
Cuadro 29 PROYECCIÓN DEMANDA CALZADO FORMAL.....	120
Cuadro 30 OFERTA ACTUAL.....	128
Cuadro 31 PROYECCIÓN OFERTA CALZADO DEPORTIVO.....	129
Cuadro 32 PROYECCIÓN OFERTA CALZADO CASUAL .....	129
Cuadro 33 PROYECCIÓN OFERTA CALZADO FORMAL.....	130
Cuadro 34 CALZADO DEPORTIVO .....	130
Cuadro 35 CALZADO CASUAL.....	130
Cuadro 36 CALZADO FORMAL.....	131
Cuadro 37 CALZADO DEPORTIVO.....	132
Cuadro 38 CALZADO CASUAL.....	132
Cuadro 39 CALZADO FORMAL.....	132
Cuadro 40 DETERMINACIÓN DE PRECIOS.....	133

Cuadro 41 PROYECCIÓN DE PRECIOS.....	133
Cuadro 42 FACTORES DE LOCALIZACIÓN .....	138
Cuadro 43 PONDERACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN .....	139
Cuadro 44 PRIORIZACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN.....	140
Cuadro 45 SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA ÓPTIMA .....	140
Cuadro 46 LOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA .....	141
Cuadro 47 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	143
Cuadro 48 DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES.....	143
Cuadro 49 CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN AL 100%....	147
Cuadro 50 CAPACIDAD ESPERADA DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO.....	147
Cuadro 51 PROCESO DE CONFECCIÓN DE CALZADO .....	148
Cuadro 52 DIAGRAMA DE FLUJO.....	148
Cuadro 53 DIAGRAMA DE FLUJO.....	150
Cuadro 54 SIMBOLOGÍA DEL DIAGRAMA DE OPERACIÓN .....	150
Cuadro 55 RESUMEN DEL DIAGRAMA DE OPERACIÓN.....	152
Cuadro 56 REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA.....	152
Cuadro 57 REQUERIMIENTOS DE PERSONAL.....	152
Cuadro 58 CÁLCULO DEL COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO.....	153
Cuadro 59 CÁLCULO DEL COSTO DE MUEBLES Y ENSERES .....	154
Cuadro 60 CÁLCULO DEL COSTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO.....	154

Cuadro 61 DATOS MATERIALES .....	155
<i>Cuadro 62 DATOS GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....</i>	<i>156</i>
Cuadro 63 COMPOSICIÓN DE LOS CALZADO. ....	156
Cuadro 64 ÁREA ADMINISTRATIVA .....	157
Cuadro 65 ÁREA PRODUCTIVA.....	157
Cuadro 66 DATOS MATERIALES. ....	160
Cuadro 67 COSTOS MATERIALES AÑO 2013.....	161
Cuadro 68 COSTOS MATERIALES POR PRODUCTO AÑO 2013.....	162
Cuadro 69 MANO DE OBRA. ....	162
Cuadro 70 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....	163
Cuadro 71 DATOS DEPRECIACIÓN.....	163
Cuadro 72 REQUERIMIENTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO Y VENTAS. ....	163
Cuadro 73 INCREMENTO DEL VOLUMEN DE VENTAS. ....	164
Cuadro 74 INCREMENTO DE PRECIOS .....	164
Cuadro 75 INCREMENTO DE COSTOS DE MATERIALES.....	164
Cuadro 76 CÁLCULO ADQUISICIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO....	166
Cuadro 77 CÁLCULO DEL COSTO DE MUEBLES Y ENSERES .....	167
Cuadro 78 CÁLCULO ADQUISICIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO.....	167
Cuadro 79 RESUMEN DE INVERSIONES A REALIZAR .....	168
Cuadro 80 DETALLE DE CAPITAL DE TRABAJO .....	168

Cuadro 81 REQUERIMIENTO INICIAL DEL PROYECTO. ....	168
Cuadro 82 TABLA DE AMORTIZACIÓN .....	169
Cuadro 83 PROYECCIONES DE VENTAS ANUALES .....	171
Cuadro 84 PROYECCIONES DE VENTAS MENSUALES PARA EL PRIMER AÑO (2.014).....	171
Cuadro 85 PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES POR PRODUCTO	172
Cuadro 86 PROYECCIÓN DE COSTOS MENSUALES POR PRODUCTO PARA EL PRIMER AÑO (2.014).....	173
Cuadro 87 <i>PROYECCIÓN ANUAL DE MANO DE OBRA DIRECTA</i> .....	174
Cuadro 88 PROYECCIÓN MENSUAL DE MANO DE OBRA DIRECTA POR EL PRIMER AÑO (2.014) .....	174
Cuadro 89 PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN .....	175
Cuadro 90 CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN.....	176
Cuadro 91 PROYECCIÓN MENSUAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN POR EL PRIMER AÑO (2.014) .....	177
Cuadro 92 RESUMEN DE COSTOS .....	178
Cuadro 93 PROYECCIÓN ANUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.	178
Cuadro 94 GASTOS MISCELANEOS .....	179
Cuadro 95 GASTO FINANCIERO.....	180
Cuadro 96 PROYECCIÓN MENSUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS POR EL PRIMER AÑO (2.014) .....	180
Cuadro 97 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	181

Cuadro 98 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA .....	182
Cuadro 99 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	183
Cuadro 100 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO .....	184
Cuadro 101 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA. ....	185
Cuadro 102 CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO. ....	185
Cuadro 103 RAZÓN BENEFICIO / COSTO.....	188
Cuadro 104 <i>FLUJOS ACTULIZADOS</i> .....	189
Cuadro 105 CÁLCULO DE ÍNDICES FINANCIEROS .....	190
Cuadro 106 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL.....	205
Cuadro 107 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO. ....	206
Cuadro 108 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL. ....	207
Cuadro 109 MATRIZ DE IMPACTO GLOBAL O GENERAL .....	208

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 TIPO DE CALZADO .....	99
Gráfico 2 TIPO DE MATERIAL DEL CALZADO. ....	100
Gráfico 3 CONSUMIDORES DEL PRODUCTO FRECUENCIA. ....	101
Gráfico 4 FRECUENCIA DE COMPRA .....	102
Gráfico 5 CALZADO FORMAL COMPRADO AL AÑO .....	103
Gráfico 6 CALZADO DEPORTIVO COMPRADO AL AÑO .....	104
Gráfico 7 CALZADO CASUAL COMPRADO AL AÑO.....	105
Gráfico 8 VARIABILIDAD DE LA CANTIDAD COMPRA EL AÑO ANTERIOR. ....	106
Gráfico 9 COLOR DEL CALZADO.....	107
Gráfico 10 TALLA DEL CALZADO.....	108
Gráfico 11 LUGARES RECURRENTES DE COMPRA. ....	109
Gráfico 12 UBICACIÓN DE LOS LUGARES DE COMPRA CON MAYOR FRECUENCIA.....	110
Gráfico 13 RAZÓN DE PREFERENCIA. ....	111
Gráfico 14 PRECIO DE ADQUISICIÓN.....	112
Gráfico 15 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	113
Gráfico 16 PROMOCIONES RECIBIDAS.....	114
Gráfico 17 EMISORAS RADIALES PREFERIDAS.....	115
Gráfico 18 DIARIOS PREFERIDOS. ....	116
Gráfico 19 CREACIÓN MICROEMPRESA DE CALZADO. ....	117
Gráfico 20 RESULTADOS ALTERNATIVA ÓPTIMA.....	141

## ÍNDICE DE DIAGRAMAS

DIAGRAMA 1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CALZADO.....	149
DIAGRAMA 2 <i>DIAGRAMA DE OPERACIONES</i> .....	151
DIAGRAMA 3 ASAMBLEA DE SOCIOS.....	196

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.....	135
Ilustración 2 MAPA DEL CANTÓN COTACACHI. ....	136
Ilustración 3 PLANO DE MICROLOCALIZACIÓN. ....	142
Ilustración 4 LOGO .....	191

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.**

#### **1.1 Antecedentes**

Imbabura es una provincia de la Sierra Norte de Ecuador, conocida como la "Provincia de los Lagos" por la cantidad de lagos grandes que se encuentran dentro de la provincia, como son el lago San Pablo y las lagunas de Cuicocha, Yaguarcocha y Puruhanta en Pimampiro, así como otros menores: laguna San Marcos, lagunas de Piñán, lagos de Mojanda y Laguna Negra entre Sigsipamba y Monte.

La capital de la provincia es Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui y Urcuqui. Aparte de sus lagos, la provincia tiene muchos otros puntos de interés, por ejemplo los volcanes Imbabura y Cotacachi.

La provincia también es conocida por sus contrastes poblacionales es así que la población está marcada por diferentes factores demográficos, además desde siempre ha sido núcleo de artesanías y cultura.

Además tiene dos zonas climáticas: la primera cálida y seca o estepa, conocida como el Valle del Chota y las cálidas subtropical andina, conocidas como la zona de Intag y la de Lita (límite con la provincia de Esmeraldas).

Imbabura tiene una población de 418.357 habitantes, según los datos del INEC (2010).

Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Imbabura pertenece a la Región 1, comprendida también por las provincias de Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas.

La capital, Ibarra, es a su vez capital de la provincia y de la región.

Cotacachi, se constituyó como cantón el 6 de julio de 1861. Se encuentra ubicado al norte de Quito, capital del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, es el cantón más extenso de los seis que conforman la Provincia con una superficie de 1809 km<sup>2</sup> aproximadamente. La geografía del Cantón es muy variada encontrándose alturas que van desde los 4.939 metros sobre el nivel del mar hasta los 1.600 m.s.n.m. en la zona de Nangulví y 200 m.s.n.m. en la parte más occidental correspondiente al recinto El Progreso. Las características topográficas y climáticas del Cantón permiten diferenciar claramente dos zonas: la Andina y la Subtropical.

La población del Cantón según los Resultados Preliminares del VII Censo de Población y VI de Vivienda realizado en el año 2.010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), es de 40.036 habitantes (20.090 hombres y 19.946 mujeres), la población del área urbana es de 8.848 habitantes y del área rural 31.188 habitantes; pertenecientes a las etnias: indígena (40.55%), afroecuatoriano/afrodescendiente (0.78%), negra (0.88%), mulata (1.09%), montubia (0.52%), mestiza (53.53%), blanco (2.46%), otra (0.19%).

Las actividades económicas más importantes y según el orden establecido son: Producción Agropecuaria, Manufacturera y Artesanal, Turística-Hotelera y Comercial. En los últimos años se está desarrollando la Producción Agroindustrial de flores, frutas y espárragos. Estos productos no tradicionales son destinados a la exportación.

Cotacachi, conocida como la “Capital Musical del Ecuador”, es rica en la elaboración de artículos de cuero. Pequeñas y grandes tiendas en el centro

del poblado, exhiben finas confecciones en este material. Los fines de semana son los mejores para conocer el arte de la talabartería.

Con el Desarrollo de nuevos Proyectos Productivos, a través de la promoción del espíritu empresarial para crear pequeñas industrias comunitarias que sirvan como modelo en el ámbito nacional e internacional, en donde el apoyo se concentre en brindar soporte a la comunidad, fundamentalmente en el fortalecimiento comercial, sirva para lograr con ello que se incremente la demanda de los productos elaborados a partir de la creación de una microempresa productora y comercializadora de calzado en cuero y mejorar su nivel de vida mediante una alternativa económica sustentable que permitirá brindar mayores fuentes de trabajo y de esta manera aprovechar y hacer conocer nuestro producto tan valioso que tenemos y muchas veces no lo sabemos explotar o aprovechar; entonces además de producir podremos exportar nuestro producto y hacer que tenga una mejor aceptación y acogida en el mercado tanto nacional como internacional.

En el Cantón se elaboran productos como chompas, faldas, pantalones, carteras, cinturones en cuero; pero se ha descuidado la producción de calzado que complementa dichos artículos. Dentro de los escasos productores encontramos “Botas Sandoval” y “FRANCESCO’S” dedicados a la elaboración de botas para damas y niñas, y como productores de calzado masculino y escolar tenemos al Instituto Tecnológico de la Industria del Cuero cuyo enfoque es la formación de profesionales orientados a la realización de artículos de cuero y con la nueva normativa sus proyectos se han orientado a la confección de calzado ortopédico, lo que ha ocasionado que el stock que se produce en el Cantón no satisfaga la demanda existente.

## 1.2 Justificación

El presente trabajo de investigación, va dirigido a la producción y comercialización de un producto; que permita satisfacer las necesidades de todos y cada uno de los consumidores tanto nacionales como internacionales.

Para ello, se presenta esta nueva propuesta de trabajo debido a la insuficiente producción y comercialización de calzado en cuero en la ciudad de Cotacachi y hacer que se complemente con los demás productos que aquí se elaboran, como son chompas, faldas, pantalones, carteras, cinturones, en fin todo lo referente a artículos de cuero; en tal virtud, la producción de calzado en cuero podría convertirse en un producto que sea de nuestra ciudad y que se diga que aquí se confeccionan calzado en cuero de excelente calidad a precios competitivos.

Para poder crear la microempresa productora y comercializadora de calzado en cuero, se necesita de varios factores que son de vital importancia para hacer posible el estudio de factibilidad; a continuación se detallan los puntos más relevantes que serán motivo de investigación:

El enfoque principal de la creación de la microempresa es lograr introducir el nuevo producto en el mercado mediante nuevas estrategias de marketing, mejor distribución del producto y lograr un precio competitivo, para que tenga aceptación por parte de los consumidores.

Quien se beneficiará directamente del presente proyecto es la persona que se va a dedicar a la actividad de producir y comercializar el producto, ya que al inicio se generarán pocas utilidades, pero conforme siga creciendo el mercado y las ventas, se podrá obtener una mejor rentabilidad aspecto que se determinará en el análisis económico financiero del presente proyecto de investigación. Y quienes indirectamente se beneficiarán del este proyecto serán los consumidores, ya que podrán adquirir a un mejor

costo y sobre todo que no van a tener que trasladarse a otras ciudades para satisfacer sus necesidades.

Esta actividad constituye una oportunidad de inversión que genera aceptables rendimientos financieros, facilita el apoderamiento económico por parte de la población y así permite mejorar sus ingresos económicos, se permite ofertar fuentes de trabajo para las diferentes áreas.

La sociedad actual es muy exigente por lo tanto el ser humano necesita realizar mayores esfuerzos para desarrollar una actividad individual y sumarse al conglomerado social para resolver los problemas mediante la inclusión en los diferentes campos del crecimiento social, político y cultural.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 General**

Conocer la situación del entorno productivo relacionado con el calzado para determinar los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en Cotacachi.

#### **1.3.2 Específicos**

Para formular los objetivos específicos se aplicará la metodología P.E.S.T.E. que consiste en estudiar los factores políticos, económicos – financieros, sociales, tecnológicos y ecológicos.

- Estudiar los factores políticos que pudieran incidir en el proyecto.
- Analizar los factores económicos que puedan afectar a la investigación.
- Investigar los factores sociales y su grado de influencia en el proyecto.
- Conocer los factores tecnológicos que inciden en la elaboración del calzado.

- Determinar los factores ecológicos que influyen en la industria del calzado.

#### 1.4 Variables e Indicadores.

**Cuadro 1 MATRIZ P. E. S. T. E.**

VARIABLES	FACTORES POLÍTICOS	FACTORES ECONÓMICOS FINANCIEROS	FACTORES SOCIALES	FACTORES TECNOLÓGICOS	FACTORS ECOLÓGICOS
<b>INDICADORES</b>	Actitud y organización del gobierno	Crecimiento económico	Demografía, tasas de crecimiento de la población, distribución de edad	Nuevas invenciones y desarrollo	Políticas de sostenibilidad ambiental
	Estabilidad política	Tasa de inflación	Movilidad social y laboral	Ciclo de vida y obsolescencia de la tecnología	Grado de reciclaje de los ciudadanos
	Ordenanzas	Tributación	Educación	Madurez de las tecnologías	Grado de contaminación de la empresa
	Legislación laboral	Políticas fiscales.	Modas	Velocidad de transmisión de la tecnología	Grado de reutilización de desechos

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores.

## 1.5 Matriz de Relación Diagnóstica

**Cuadro 2** MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
Estudiar los factores políticos que pudieran incidir en el proyecto	Políticos	* Actitud y organización del Gobierno * Estabilidad política * Ordenanzas * Legislación laboral	Secundaria	Documental	* C.N.E. * G.A.D. * Ministerio de Relaciones Laborales
Analizar los factores económicos que puedan afectar a la investigación	Económicos Financieros	* Crecimiento Económico. * Tasa de Inflación. * Tributación. * Política Fiscal.	Secundaria	Documental	* B.C.E. * S.R.I. * MIPRO
Investigar los factores sociales y su grado de influencia en el proyecto	Sociales	* Demografía, tasas de crecimiento de la población, distribución de edad. * Movilidad social y laboral. * Educación * Modas	Secundaria	Documental	* I.N.E.C. * Ministerio de Educación
Conocer los factores tecnológicos que inciden en la elaboración del calzado	Tecnológico	* Nuevas invenciones y desarrollo. * Ciclo de vida y obsolescencia de la tecnología. * Madurez de las tecnologías * Velocidad de transmisión de la tecnología.	Secundaria	Documental	* MIPRO. * Proveedores. * Asociaciones Gremiales.
Determinar los factores ecológicos que influyen en la industria del calzado	Ecológico	* Políticas de sostenibilidad ambiental. * Grado de reciclaje de los ciudadanos. * Grado de contaminación de la empresa. * Grado de reutilización de desechos.	Secundaria	Documental	* Plan del Buen Vivir. * Ministerio del Ambiente.

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores.

## **1.6 Desarrollo del Diagnóstico.**

### **1.6.1. Análisis de los Factores Políticos.**

En los últimos años se ha mantenido estabilidad política, lo que ha contribuido a la conformación de asociaciones que busquen un fin común con el afán de conseguir su porvenir y tras la promulgación de nuevas legislaciones como la nueva constitución, el plan del buen vivir, entre otras; los GAD'S se han enfocado en la creación de ordenanzas que beneficien a las nuevas y actuales actividades comerciales; convirtiéndose en uno de los principales incentivadores y aliados al propender al crecimiento del cantón.

Al juntar esfuerzos los GAD'S, Asociaciones Gremiales y los productores y comercializadores se busca reducir la incursión de productos de contrabando, creando lineamientos para un ambiente entre competidores más justo.

### **1.6.2. Análisis de los Factores Económicos – Financieros.**

Dentro de los principales factores Económicos – Financieros encontramos que el crecimiento económico del Ecuador que según el Banco Central, es del 4,4% de acuerdo al comportamiento del consumo y las exportaciones; a su vez la tasa de inflación actual es del 2,68%.

Otro factor que influye dentro de las industrias es el tema tributario el cual está regulado por el Servicio de Rentas Internas, quien busca promulgar políticas fiscales a través de medidas con tendencia a incentivar los instrumentos de ahorro o las decisiones de inversión productiva, fortalecer la redistribución y la equidad tributaria.

Basado en estos factores encontramos que aún existen restricciones dentro del otorgamiento del crédito por parte de las instituciones financieras

privadas, restringiendo el acceso a materias primas que se adapten a las nuevas tendencias de consumo; lo cual limita el desarrollo productivo del país; creando mercados amplios por cubrir.

Por otra parte se ha creado instituciones públicas con la finalidad de promover el crecimiento económico, estableciendo alianzas estratégicas con los pequeños, medianos y grandes productores para generar fuentes de trabajo que contribuyan con el progreso del país.

### **1.6.3. Análisis de los Factores Sociales.**

De acuerdo a las estadísticas generadas por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos encontramos que el crecimiento poblacional se encuentra en el 1,92%; esto sumado a la incursión de la tecnología, progresos en el sistema educativo y la moda; ha originado que se creen nuevas tendencias de consumo con estándares de calidad cada vez más exigentes; lo que desemboca en el incremento de competidores con el afán de satisfacer los requerimientos del mercado. Por otra parte encontramos a los contrabandistas quienes en busca de incrementar sus ganancias introducen en el mercado productos que no pagan aranceles, lo causa que los productos del país decaigan en cuanto a la aceptación de los consumidores por el precio.

### **1.6.4 Análisis de Factores Tecnológicos.**

Dentro de los registros proporcionados por el MIPRO, encontramos un listado completo de la maquinaria que se adapta a las necesidades de la Industria del calzado, donde de las principales características que resaltan son: el ciclo de vida de la maquinaria, la capacidad productiva, registro de proveedores entre otros.

Al analizar las necesidades del proyecto se encontró que existe una gran variedad de proveedores los mismos que facilitan la adquisición de la maquinaria y sus repuestos.

Con el afán de reducir costos encontramos que las Asociaciones Gremiales son unos de los principales aliados para la adquisición de maquinaria de manera grupal de esta manera sus costos de adquisición disminuyen.

### **1.6.5 Análisis de Factores Ecológicos.**

Al revisar la Legislación Ecuatoriana donde uno de los ejes del Plan del Buen Vivir es crear una conducta ambientalista con el fin de cuidar los recursos naturales, encontramos como uno de los limitantes el desabastecimiento de las materias primas, el grado de contaminación que el proyecto puede generar para el ambiente en el cual se va a desarrollar, concientizándonos para crear políticas internas que permitan mejorar el grado de reciclaje y de contaminación de la empresa y optimizar la reutilización de desechos.

Capacitar al personal de la compañía buscando organismos expertos en el tema como son el Ministerio del Ambiente, entre otras; lo que permita que la ejecución del proyecto incida de forma positiva en la colectividad al contribuir con la sostenibilidad ambiental.

## 1.7 Construcción de la Matriz Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (A.O.O.R.)

**Cuadro 3** MATRIZ A. O. O. R

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de insumos.</li> <li>• Asociaciones gremiales.</li> <li>• GAD´S.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instituciones Financieras.</li> <li>• Competidores.</li> <li>• Contrabandistas.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de nuevas tendencias de consumo</li> <li>• Mercados amplios por cubrir</li> <li>• Alianzas estratégicas con Instituciones del Estado,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de costos de insumos.</li> <li>• Desabastecimiento de materias primas básicas.</li> <li>• Productos de contrabando.</li> </ul>

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores.

## 1.8 Identificación del Problema

Una vez realizado el análisis de diagnóstico situacional externo se identificó que en el Cantón Cotacachi los productores de calzado de cuero se han orientado a la confección tradicionalmente de botas; a su vez los comerciantes de calzado han optado por otro tipo de material para su producto; lo que deja una amplia brecha por satisfacer en los consumidores de calzado, por esta razón existe la necesidad de realizar un **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO EN CUERO EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA**; mismo que ayudará a comprobar que es factible la creación de esta empresa debido a que las condiciones del mercado brindan estabilidad para la misma.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO.

En el presente capítulo se ha incluido conceptos básicos sobre aspectos contables, administrativos y financieros entre otros; además un detalle minucioso del proceso de producción del calzado, mismos que faciliten la comprensión a lectores del presente proyecto.

#### 2.1 Empresa.

##### 2.1.1 Definición de empresa.

Bravo, Mercedes (2009) afirma ***“Empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”***  
***Pág.1***

Zapata, Pedro (2008) menciona: ***“Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta”*** ***Pág. 15***

Manuel Arias Maldonado (2008) asegura: ***“Una empresa es un sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a unas demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica”*** ***Pág. 54***

La definición que nos brinda Mercedes Bravo permite analizar de la manera en que está compuesta una empresa es decir por capital y trabajo.

Pedro Zapata (2009) por el contrario manifiesta ***“que es un ente cuyo esfuerzo busca alcanzar una renta; esta definición me parece muy***

***importante debido a que ya sea el ofrecer un bien y/o servicio se pretende el alcanzar algún beneficio mutuo. Pág. 34***

Por otra parte partiendo de la definición se analiza a la empresa como un sistema que materializa una idea a través de la creación de una empresa.

Es síntesis puedo afirmar que empresa es un sistema compuesto tanto de factores económicos, materiales y humanos que buscan un beneficio a través de la generación de bienes y/o servicios a posibles clientes.

## **2.1.2 Clasificación de las empresas**

Después de haber analizado algunos autores ya mencionados en la definición de Empresa, se presenta la clasificación de la siguiente manera, siendo las principales y las de mayor importancia para los fines que se persigue.

### **2.1.2.1 Empresas de servicios**

Es un tipo de negocio que se dedica a la venta de servicios a la colectividad destinados a satisfacer necesidades complementarias de seguridad, protección, desarrollo, tecnificación, mantenimiento, entre otros.

### **2.1.2.2 Empresas de comercialización**

Son aquellas empresas encargadas de la compra de productos a industrias o mayoristas para la reventa a consumidores sin cambiar las características del producto mismo. Los precios de los productos de estas empresas buscaran cubrir todos los gastos que se incurran para su compra y además tendrán un margen de utilidad.

### **2.1.2.3 Empresas industriales**

Son empresas que su objetivo principal es la transformación de materias primas o extracción de materias primas convirtiendo en nuevos productos que serán comercializados ya sea a intermediarios o consumidores finales.

### **2.1.3 Tipo de organización de empresas**

Se ha hecho un análisis de algunos autores entre ellos Pedro Zapata y Bernard Hargadon en sus textos de Contabilidad y de los cuales se ha podido extraer algunos datos importantes sobre los tipos de organizaciones, entre las cuales se resume lo principal.

#### **2.1.3.1 Organización de un solo propietario**

Se trata de negocios compuestos por el capital de una sola persona; es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.

#### **2.1.3.2 Sociedades de personas**

Son empresas que se deben conformar mediante una escritura pública; estas sociedades son muy similares a los negocios de un solo propietario pero pertenecen a dos o más socios. Dentro de estas se puede observar en Comandita simple, en Nombre Colectivo, entre otros.

#### **2.1.3.3 Sociedades de capital**

Estas son organizaciones de propiedad de muchos dueños, por lo general su capital está representado en acciones y la responsabilidad va hasta el monto de los aportes. Pueden ser sociedades anónimas, compañía limitada, economía mixta.

## **2.1.4 Obligaciones Tributarias de las empresas**

### **2.1.4.1 Definición**

GUTIERREZ, Abraham (2010) afirma: ***Es el conjunto de obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, propiedades, mercancías, servicios que prestan, en beneficio del Estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios, tales como defensa, transportes, comunicaciones, educación, vivienda. Pág. 27***

Se define a la tributación como las obligaciones que los ciudadanos dentro de una nación debemos cumplir; puede concluir que tributación es la percepción de ingresos públicos para el sostenimiento de gastos públicos.

Analizadas la definición anterior para mi tributación es la manera en que los ciudadanos de una nación contribuimos con el desarrollo de nuestro país al pagar impuestos, tasas y todo tipo de tributo.

### **2.1.4.2 Obligación Tributaria**

Es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley; después de haber analizado las normativas vigentes en el país dentro de este campo como es LEY ORGANICA DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, CÓDIGO TRIBUTARIO, y demás reglamentos se determina que las obligaciones básicas tributarias de las empresas son declarar el IVA, declarar el Impuesto a la Renta y efectuar las retenciones de ley si fuera el caso; estas serán analizadas individualmente a continuación.

#### **2.1.4.3 Impuesto al Valor Agregado**

Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé la Ley. La base imponible del IVA es el valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieren o de los servicios que se presten menos cualquier deducción.

La tarifa del impuesto al valor agregado es del 12%. Se considera transferencia a todo acto o contrato realizado por personas naturales o sociedades que tenga por objeto transferir el dominio de bienes muebles de naturaleza corporal; la venta de bienes muebles de naturaleza corporal que hayan sido recibidos en consignación y el arrendamiento de éstos con opción de compraventa; y finalmente el uso o consumo personal, por parte del sujeto pasivo del impuesto, de los bienes muebles de naturaleza corporal que sean objeto de su producción o venta.

#### **2.1.4.4 Impuesto a la Renta**

Establece el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

Para efectos de este impuesto se considera renta a los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales.

La base imponible está constituida por la totalidad de los ingresos ordinarios y extraordinarios gravados con el impuesto, menos las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos.

Las declaraciones del impuesto a la renta serán presentadas anualmente, por los sujetos pasivos en los lugares y fechas determinados.

#### **2.1.4.5 Retenciones de impuestos.**

Las retenciones en la fuente constituyen un pago anticipado del impuesto objeto de retención, así las retenciones en la fuente del impuesto a la renta son el 1%, 2%, 8% y 10%; mientras que el 30%, 70% y 100% son un pago anticipado del Impuesto al Valor Agregado.

La retención en la fuente del IVA se efectuará en el momento en que se realice el pago o se acredite en cuenta los valores que se deban por concepto de la adquisición del bien o servicio.

Las empresas deben tomar en cuenta esta obligación tributaria ya que es muy importante conocer su condición para que pueda aplicar de manera correcta todos los porcentajes que les corresponda por retención.

## **2.2 Análisis de mercado**

JÁCOME Walter, (2002) afirma: ***“estudio de mercado es un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la prefactibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado.”***

Analizando la definición anterior se entiende que el estudio de mercado es una parte importante del estudio que se está realizando ya que será la guía

y parte inicial de la cual se partirá para analizar si el servicio que se pretende brindar tendrá lugar en el mercado.

### **2.2.1 Definición mercado**

GARNICA, CH (2009) menciona: ***“Mercado se refiere al lugar donde compradores y vendedores se congregan para intercambiar sus mercancías”***. Pág. 31

MANKIW, Gregory (2006) indica: ***“Mercado es el grupo de compradores y vendedores de un bien o de un servicio”***. Pág. 39

Partiendo de las definiciones mencionadas las cuales de manera clara e interesante nos muestran que es un mercado, se puede concluir en decir que mercado no viene a representar en sí un lugar sino más bien una acción de realizar una oferta de vendedores hacia compradores demandantes ya sea de un bien o un servicio.

### **2.2.2 Mercado meta**

El mercado meta es la selección de un gran mercado a un grupo específico al cual dirigirse; es decir es la parte del mercado disponible calificado al que la empresa decide servir.

### **2.2.3 Mercado potencial**

El mercado potencial se constituye con los compradores que manifiestan un grado suficiente de interés por la oferta y poseen los ingresos suficientes para adquirir el producto o servicio.

#### **2.2.4 Segmentos de mercado**

MAUBERT, C (2009) indica: ***“Segmentación de mercado es la división del mercado total en una serie de submercados de compradores o de posibles vendedores.” Pág. 141***

La segmentación de mercado consiste en agrupar a posibles compradores en grupos que tengan necesidades comunes y respondan de forma similar a una acción de marketing.

Segmentos de mercado son grupos homogéneos que se parecen en términos de comportamiento de consumo. Para llevar a cabo una segmentación efectiva se debe cumplir dos etapas fundamentales las cuales son: identificar las bases para segmentar el mercado, creando perfiles de segmentos y hallar la forma de medir el atractivo seleccionando los mercados o segmentos meta.

#### **2.2.5 Demanda**

ARBOLEDA, Germán (2008) indica: ***“La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad” Pág. 51***

MANKIW, Gregory (2006) dice: ***“Demanda o cantidad demandada es la cantidad que los compradores quieren y pueden comprar de ese bien.” Pág. 40***

La demanda por lo tanto es la necesidad personal o empresarial que se busca satisfacer ya sea adquiriendo un bien o un servicio; siempre y cuando esta genere un beneficio.

La demanda que se puede generar está relacionada con el precio, ya que dependerá de este factor para que la está se pueda satisfacer por completo.

### **2.2.6 Oferta**

SAMUELSON, Paul (2010) manifiesta: ***“La Oferta está relacionada con lo que producen y venden las empresas” Pág. 51***

HERNÁNDEZ, Abraham (2008) indica: ***“la oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen o venden a distintos precios en un momento determinado.” Pág. 23***

La oferta se produce en el mercado cuando un productor o vendedor ya sea de bien o servicio lo coloca para que un demandante satisfaga su necesidad o deseo. De igual manera que la demanda está relacionado con el precio y otros factores para poder cumplir su objetivo de generar una rentabilidad.

### **2.2.7 Demanda Insatisfecha**

LEIVA Francisco (2009) dice: ***“demanda insatisfecha es aquella parte de la Demanda planeada (en términos reales) en que éste excede a la Oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse Compra efectiva de Bienes y servicios.” Pág. 94***

Entonces la demanda insatisfecha es aquella parte de la demanda total que comparada con la oferta que se tiene no ha sido cubierta; y representa una oportunidad de ser satisfecha.

### **2.2.8 Precios**

BACA, Gabriel (2010) afirma: ***“Precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a***

***comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” Pág. 44***

Partiendo de la definición analizada se puede decir que precio es el valor asignado a un bien o servicio de manera que el vendedor satisfaga la demanda del comprador. El precio es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad de una oferta determinada.

### **2.2.9 Competencia**

POSSO Miguel (2010) manifiesta: ***“La competencia es una situación donde los agentes económicos son libres de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién comprar otros bienes y servicios. La competencia implica la existencia de una pluralidad de oferentes y de demandantes.” Pág. 37***

La competencia entonces se caracteriza porque en el mercado hay varios oferentes de un mismo producto o servicio, puede ser una competencia directa o indirecta pero cualquiera de las dos invita y obliga al oferente a ser competitivo.

### **2.2.10 Métodos de recolección de información**

#### **2.2.10.1 Entrevista**

RAMIREZ, Edgar (2010) indica. ***“Entrevista es una de las técnicas más utilizadas en la investigación y su objetivo es rescatar la información oral de manera directa.” Pág. 44.***

Analizando la definición presentada concluyo que la entrevista es una técnica que permite la recopilación de información de manera directa en una población pequeña.

### **2.2.10.2 Encuesta**

GUTIERREZ, Abraham (2005) dice: ***La encuesta es una técnica que se utiliza para la averiguación o acopio de datos obtenidos mediante interrogaciones desarrolladas en un cuestionario” Pág. 42***

La encuesta de igual manera es una técnica de recolección de información mediante la implementación de un cuestionario debidamente estructurado que permita obtener de manera sencilla los datos en una población mayor.

## **2.3 Análisis técnico**

Para comprender de mejor manera lo referente a lo que interviene en el estudio técnico se han analizado autores como Gabriel Baca, Walter Jácome y además fuentes de internet.

### **2.3.1 Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto se refiere a conocer la capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios durante un periodo de tiempo determinado.

Es importante conocer la unidad de medida del tamaño del proyecto que permita dimensionarlo y compararlo con otros; lo más adecuado es establecer la cantidad de prestación del servicio por unidad de tiempo.

### **2.3.2 Localización del proyecto**

La realización del estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determina el lugar donde finalmente convendrá la ubicación del proyecto; siempre buscando la mayor utilidad y la reducción de costos.

### **2.3.2.1 Macro localización**

La macro localización es el primer nivel a considerarse en la localización de un proyecto; ya que es el estudio donde se determina la nación, región o territorio donde en base al análisis de factores influyentes en el proyecto resultará el lugar más apropiado para el desarrollo de este.

### **2.3.2.2 Micro localización**

Es la etapa donde partiendo de la macro localización se establece condiciones específicas o particulares que permitan fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto; de igual manera se debe analizar los factores influyentes en el estudio y determinar parroquia, dirección domiciliaria y croquis de ubicación.

### **2.3.3 Ingeniería del Proyecto**

Este estudio está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

#### **2.3.3.1 Procesos**

El proceso productivo es la transformación de insumos en un bien o servicio utilizando técnicas determinadas de combinación de factores y recursos; los cuales deben ser ordenados, calculados y controlados de manera que se consiga la eficiencia y ahorro de tiempo y recursos en las actividades.

Existen múltiples alternativas técnicas para la producción de un bien o la prestación de un servicio, el proceso escogido es objeto de un minucioso análisis para determinar las respectivas fases y requerimientos de recursos.

### **2.3.3.2 Tecnología**

Una de las características esenciales en la creación de nuevos proyectos es la selección adecuada de tecnología, es decir el conjunto de conocimientos técnicos, equipo y procesos que se emplean para obtener el bien o la prestación del servicio.

### **2.3.3.3 Selección de equipos**

La selección de equipo y selección de tecnología son interdependientes. Los equipos se deben seleccionar en base al tamaño del proyecto y a la tecnología ya preseleccionada.

Al conocer debidamente el proceso del servicio se debe hacer un detalle de todos y cada una de las máquinas y muebles necesarios para la operación.

### **2.3.3.4 Presupuesto técnico**

Es la estimación de todos los costos que intervendrán en la implantación del proyecto, es decir la inversión requerida en la localización e ingeniería del proyecto.

## **2.4 Análisis financiero**

### **2.4.1 Definición de Inversión**

CERDA Hugo (2008) indica: ***“La inversión es un término con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital y el postergamiento del consumo. Pág. 74***

Inversión es el acto mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión

se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.”

Se puede analizar que la inversión es el acto que realiza una persona con el ánimo de obtener un rendimiento al ubicar un capital en determinado proyecto. Estas inversiones pueden ser fija, variable o de capital de trabajo.

#### **2.4.1.1 Inversión Fija**

MIRANDA, Juan (2005) afirma: ***“Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles y se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización.” Pág. 177***

Entonces la inversión fija es aquella que se realiza al comprar instalaciones, maquinaria, equipo, tecnología, etc. necesarias para la realización y funcionamiento del proyecto.

#### **2.4.1.2 Inversión variable o diferida**

MIRANDA, Juan (2005) dice: ***“La inversión diferida es aquella que se realiza sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, tales como estudios técnicos, económicos y jurídicos.” Pág. 179***

Se concluye que la inversión diferida de igual manera es de suma importancia en la realización de un proyecto ya que constituye todos los gastos de estudios, gastos de constitución e implementación del nuevo negocio.

#### **2.4.1.3 Capital de trabajo**

MIRANDA, Juan (2005) indica: ***“Capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para***

***la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.” Pág. 181***

El capital de trabajo es la parte de la inversión que está orientada a financiar cualquier tipo de gastos hasta que se generen las primeras ventas o ingresos.

#### **2.4.2 Tipos de Financiamiento**

Financiamiento es aportar los recursos necesarios para de esta forma poder realizar los objetivos y operaciones del negocio, esta puede ser una inversión propia o de fuentes de entidades financieras.

##### **2.4.2.1 Inversión propia**

Es aquella que realizan los propietarios o inversionistas del proyecto con dinero o bienes de su propiedad.

##### **2.4.2.2 Inversión financiada**

Es aquella inversión de financiamiento externo, es decir mediante préstamos de instituciones financieras, la cual ayudará a sustentar la inversión total que requiere el proyecto.

#### **2.4.3 Ingresos**

BRAVO, Mercedes (2009) afirma: ***“Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especie. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un período de tiempo”.*** Pág. 65.

Ingreso es todo aquel beneficio en términos monetarios o especie que percibe una persona o empresa por la venta de un bien o servicio.

#### **2.4.4 Costos**

CHILQUINGA, Manuel (2007) dice: ***“Costos es el conjunto de valores incurridos en un periodo perfectamente identificados con el producto que se fabrica o el servicio que se presta” Pág. 38***

Analizando la definición presentada se puede decir que costos son todos los valores que se invierte para la producción directa de un bien o la prestación de servicios.

Estos son tanto en materiales, mano de obra y costos indirectos; dichos valores se pretende recuperar en la venta del producto o servicio.

#### **2.4.5 Gastos**

Gastos son todos los valores en que tiene que incurrirse para el funcionamiento del negocio, estos son gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros; siendo de carácter no recuperable a diferencia de los costos.

#### **2.4.6 Estados Financieros**

ZAPATA, Pedro. (2008) menciona: ***“Los Estados Financieros son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Pág. 59.***

Entonces se dice que los estados financieros son aquellos reportes que se emiten en un periodo determinado mostrando cómo está la situación financiera y económica de una empresa; siendo está clara y real; permitiendo de esta forma la toma oportuna de las mejores decisiones.

#### **2.4.6.1 Estado de Situación Financiera**

Es aquel que representa la situación financiera de la empresa es decir los movimientos de activos, pasivos y patrimonio en una fecha determinada y elaborados de acuerdo a las normativas vigentes.

#### **2.4.6.2 Estado de Resultados**

También conocido como estado de ingresos y gastos, es aquel que muestra la ganancia neta que tiene la empresa comparando los ingresos y gastos de sus operaciones.

#### **2.4.6.3 Estado de Flujo de Efectivo**

Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la entrada y salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales.

#### **2.4.6.4 Estados proforma.**

Los estados pro-forma son estados financieros proyectados; normalmente, los datos se pronostican con un año de anticipación, estos pueden ser tanto el estado de ingresos, el cual reflejará los ingresos y costos esperados para el año siguiente, como el Estado de Situación financiera pro-forma el cual muestra la posición financiera esperada, es decir, activos, pasivos y capital contable al finalizar el periodo pronosticado.

## 2.4.7 Evaluadores Financieros

### 2.4.7.1 Costo de oportunidad o tasa de redescuento

FLOR García (2007) afirma: ***“El costo de oportunidad o coste alternativo designa el costo de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica, a costa de la mejor inversión alternativa disponible, o también el valor de la mejor opción no realizada” Pág. 54***

El costo de oportunidad es aquel que nos permite escoger la mejor inversión dependiendo de cuál oferta brinde mejores beneficios o arroje los mejores resultados en base a las condiciones de mercado.

La tasa de redescuento es aquella que nos permite conocer cuál debe ser la tasa mínima para que cubriendo las obligaciones financieras el proyecto sea rentable.

Cuando se debe tomar la decisión de invertir pero no se cuenta con los fondos suficientes se debe optar por conseguir los fondos en mercados de capital o no realizar la inversión.

Entonces tomando la opción anterior existe el costo implícito el cual deberemos asumir dependiendo de la decisión a tomar.

### 2.4.7.2 Valor Actual Neto

MIRANDA, Juan (2005) indica: ***“El valor presente neto corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos” Pág. 230***

PADILLA, Marcial (2006) dice: ***“El valor Actual Neto (VAN) es la diferencia entre los ingresos y egresos incluida la inversión a valores***

**actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial". Pág. 364**

Se concluye que el VAN (Valor Actual Neto) es aquel valor que nos permite identificar si después de traer los ingresos y egresos a valores presentes en un cierto tiempo se recuperará la inversión. Es decir si este resultado es positivo conviene la inversión en el proyecto.

### **2.4.7.3 Tasa interna de retorno**

PADILLA, Marcial (2006). Afirma: ***“La tasa Interna de Retorno o Tasa Interna de rendimiento (TIR) refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil”.*** Pág. 369

La tasa interna de retorno es aquella tasa de interés que equipara el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos; ya que de esta tasa dependerá reconocer si el proyecto es rentable o no. La fórmula que nos permite encontrar este índice es:

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \left[ \frac{VAN_i}{VAN_i - VAN_s} \right]$$

Partiendo de igual forma del análisis de conocer la rentabilidad del proyecto se debe considerar lo siguiente:

TIR > Costo de Oportunidad → Inversión rentable

TIR = Costo de Oportunidad → Inversión indiferente

TIR < Costo de Oportunidad → Inversión no rentable

#### **2.4.7.4 Relación costo/beneficio**

El análisis que nos permite esta técnica es realizar una evaluación para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto, comparando los valores actualizados de uno y otro.

Es por eso importante identificar los beneficios o ingresos y los costos provenientes de los egresos.

#### **2.4.7.5 Punto de equilibrio**

El análisis del punto de equilibrio es de gran importancia en un proyecto, ya que es aquel que nos permite visualizar en qué punto la empresa logra cubrir sus gastos sin generar rentabilidad alguna.

#### **2.4.7.6 Periodo de recuperación de la inversión**

Hernández, Abraham (2008) indica: ***El periodo de recuperación de la inversión es un método que consiste en determinar el tiempo que tarda un proyecto en ser pagado. Pág. 122***

Analizando el anterior enunciado podemos deducir que determinar el periodo de recuperación de la inversión es importante en la evaluación financiera de un proyecto ya que permite identificar el tiempo indicado en poder recuperar todo el valor de la inversión que se ha realizado.

### **2.5 Fundamentos administrativos**

#### **2.5.1 Importancia de la administración.**

KOTLER Philip. (2008) manifiesta ***“La importancia que tiene la administración en una empresa. La administración brinda el éxito a cualquier organismo social, ya que estos dependen directa o indirectamente de esta, porque necesitan administrar debidamente***

***los recursos humanos y materiales que poseen, es decir una adecuada administración hace que se mejore el nivel de productividad. Pág 129***

Es importante mencionar algunos aspectos de la innegable importancia que tiene la administración en la vida del hombre: Universalidad: La universalidad de la administración se demuestra en que esta es imprescindible para el adecuado funcionamiento de cualquier organismo social.

Simplificación del Trabajo: Simplifica el trabajo al establecer principios, métodos y procedimientos, para lograr mayor rapidez y efectividad.

Productividad y Eficiencia: La productividad y eficiencia de cualquier empresa están en relación directa con la aplicación de una buena administración.

Bien común: A través de los principios de administración se contribuye al bienestar de la comunidad, ya que proporciona lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos, para mejorar las relaciones humanas y generar empleos.

Analizando estos aspectos se puede concluir que llevar una adecuada administración en la vida social y por ende en las empresas es uno de los escalones para llegar al éxito.

### **2.5.2 El proceso administrativo**

Partiendo de un análisis de los autores Beley, Scott, Block, Stanley y Weihrich, Koontz se resume el proceso administrativo de la siguiente manera.

La administración es el proceso de diseñar y mantener un ambiente donde individuos, que trabajan juntos cumplen metas específicas de manera eficiente. Para lograr este objetivo se rige a cuatro aspectos básicos que se menciona a continuación.

#### **2.5.2.1 Planificación**

Planear o planificar es la primera fase del proceso administrativo que busca seleccionar las misiones y objetivos, así como las acciones para alcanzarlos; esta requiere el compromiso del recurso humano y la toma correcta de decisiones.

#### **2.5.2.2 Organización**

Implica organizar el trabajo y acciones a realizar; establecer un rol manifiesta que lo que las personas hacen tiene un propósito u objetivo; entonces organizar es la parte de la administración que incluye el establecimiento de una estructura intencional de roles para llevar con éxito lo planificado.

#### **2.5.2.3 Dirección**

Dirigir es influenciar a las personas para que mediante una buena organización se pueda cumplir las metas y objetivos planificados: la persona que cumpla esta etapa de la administración debe ser capaz de conocer los deseos y actitudes de quien dirige. Lo más importante en este aspecto es saber mantener el liderazgo y la motivación.

#### **2.5.2.4 Control**

Controlar implica medir y corregir el desempeño individual y organizacional para de esta manera asegurar que los sucesos o actividades se conformen

con éxito en lo planificado. Las actividades de control por lo general están relacionadas con la medición del logro.

### **2.5.3 Misión**

KOONTZ, Weihrich (2008) manifiesta: ***“Misión o también conocido como propósito es la respuesta a la pregunta ¿Cuál es la razón de ser de nuestro negocio? es decir los principales objetivos hacia donde se dirigen las actividades de la empresa” Pág. 63***

Se puede decir que la misión de una empresa corresponde a la declaración donde se establece que quiere ser y a quien desea servir la empresa o negocio, esta es el emblema inicial con que una empresa empieza un camino planificado al éxito.

### **2.5.4 Visión**

MIRANDA, Juan (2008) indica: ***“En el lenguaje de la planeación estratégica es un conjunto de ideas que identifican el estado deseado por una institución o empresa hacia el futuro.” Pág. 85***

Entonces podemos decir que visión es el propósito a largo plazo que quiere lograr una empresa, concentrándose en una imagen deseable y alcanzable para la organización en un periodo de tiempo determinado.

### **2.5.5 Estructura organizacional**

La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos. Puede ser de carácter simple cuando inicia una organización hasta una compleja cuando son organizaciones debidamente conformadas, pero su objetivo en sí es

establecer niveles jerárquicos y de dirección de manera que dirijan bien la organización.

### **2.5.6 Estructura funcional**

Una estructura funcional es un diseño organización al que agrupa especialidades ocupacionales similares o relacionadas. Lo que se busca indicar en esta estructura son las tareas y requisitos necesarios para cada uno de los cargos que consten en la estructura organizacional. Esta estructura debe ir acompañado con un manual de funciones lo que ayudará a que se desarrolle de mejor manera el trabajo del personal en la organización.

## **2.6 Industria de Calzado en Cuero.**

### **2.6.1 Definición de Industria de Calzado en Cuero.**

La industria del calzado, es el conjunto de actividades de diseño, fabricación, distribución, comercialización, y venta de todo tipo de calzado para el pie.

## **2.7 Pieles o Cuero.**

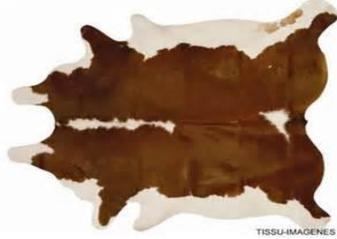
### **2.7.1 Definición**

El cuero es una capa de tejido que recubre al animal. Gracias a su flexibilidad y resistencia, es posible manipularlo y trabajarlo de distintas maneras, transformándolo en un material con diversos usos industriales.

### **2.7.2 Tipos de pieles para Calzado.**

La estructura de las pieles varía según la especie, hábitos de vida, estación del año, edad, sexo y crianza que hayan recibido hasta la faena.

### **Pieles de Bovino.**



Los cueros bovinos tanto de vacas como de vaquillonas, están constituidos por un tejido fibroso y elástico que una vez procesado dan un corte y grano aptos para su uso en zapatos finos.

En el caso de novillos, novillitos y torunos jóvenes sus cueros son de mayor espesor y el tejido conjuntivo es menos elástico, dando un corte y grano más grueso.

En general los vacunos jóvenes dan cueros de mayor calidad que los adultos. Las pieles de becerro poseen una estructura más fina debido a que los folículos capilares son más pequeños y están mucho más juntos entre sí. Estas pieles provienen de terneros lecheros machos que son faenados cuando su desarrollo permite obtener un razonable rendimiento carnicero.

### **Pieles de Caprinos.-**



De esta especie se obtienen pieles muy finas destinándose estas a la confección de zapatos de alto precio, guantes y otras obras. De los animales más jóvenes se obtienen cueros más finos y de mayor valor como es la cabritilla. La piel de cabra

en cambio, posee una estructura más fibrosa y compacta.

### **Pieles de Equinos.-**



Los cueros de equinos son de menor calidad que los vacunos. Se los pueden dividir en dos zonas:

La sección delantera tiene una piel relativamente liviana siendo su textura muy similar a algunos tipos de cueros caprinos.

La sección relacionada con la región de los cuartos traseros se caracteriza por ser una piel mucho más gruesa y compacta.

**Pieles de Ovinos.-** La piel de los ovinos es fina, flexible y extensible. En



general las de mayor calidad se obtienen de aquellas razas cuya lana es de escaso valor y de animales jóvenes. Son utilizadas para la fabricación de guantes, fabricación de zapatos, bolsos.

**Pieles de Cerdos.-** La estructura de la piel del cerdo doméstico posee una



capa de grasa ubicada por debajo de la piel superficial, presenta poco pelo. El tejido es relativamente compacto y resistente, con gran acumulación de sustancia alimenticia. Debido a la característica implantación que

tienen los pelos en los porcinos, sus cueros son porosos con orificios abundantes, siendo fuertes y suaves.

## 2.8 Producto Calzado en Cuero

### 2.8.1 Historia del Calzado en Cuero.



El oficio de zapatero nació en el momento en que el hombre creó por primera vez una protección para sus pies, hace unos 15.000 años. Durante la edad de piedra, las mujeres eran las responsables de la confección del calzado para

toda la familia.

En algunos clanes de mayores dimensiones no tardó en establecerse la división de trabajos, de modo que uno de los miembros del grupo quedó encargado de la elaboración del calzado.

Una de las representaciones más antiguas de que disponemos sobre el oficio de zapatero data de hace 4.000 años. Se trata de un fresco Egipcio hallado en la tumba de Rejmire en Tebas, que esboza una historia de los distintos oficios.

Además de constructores de naves, joyeros, escultores y escribas, en la pintura también están representados los zapateros. El taller (de sandalias), muy bien equipado, demuestra que los zapateros gozaban ya de una buena posición entre los distintos oficios, y que merecía el honor de figurar en los frescos de la cámara funeraria del Visir de Tutmés III.

La industria del calzado nace con la misma humanidad, pues se tiene noticia desde el paleolítico superior de la existencia de técnicas de tratamiento de pieles de animales para elaborar prendas y calzado. La tecnología empleada por los primeros seres humanos se fue refinando, y ya en la edad antigua apareció el taller de fabricación artesanal.

En tiempos del Bajo Imperio romano se consolida un tipo de taller en el que uno o varios maestros artesanos, junto con algunos aprendices, producían para el mercado local, sirviendo el mismo taller como punto de venta. Con diversas variaciones, ésta fue la base productiva que se mantuvo hasta el siglo XIX. En el siglo XVII aparecieron algunas grandes factorías, especialmente en Francia, protegidas por la Corona y orientadas a productos de lujo. Otro modelo organizativo del sector, también usual desde el siglo XV, fue la articulación de la producción en pequeños talleres que trabajaban para un comerciante, quien proporcionaba suministros y compraba el producto acabado.

Estos sistemas desaparecieron tras la Revolución Industrial. Desde el comienzo del siglo XIX se generaliza el modelo de fábrica, tal como se conoce ahora. El proceso de producción se organiza, y va incorporando sucesivas mejoras tecnológicas, entre las que cabe destacar: 1700 se desarrolla la máquina de coser, 1790 el inglés Thomas Saint desarrolla la primera máquina de coser especial para piel, 1795 Sir Marc Brunel desarrolla la primera máquina de montar, utilizando tachuelas, 1812 Tothomas Blanchard desarrolla la máquina para tallar hormas de madera dónde serían montado los cortes, 1822 Los Zapateros norteamericanos desarrollan las primeras hormas "Izquierda y derecha" utilizando dos

formas para la fabricación de un par de zapatos y máquinas cortadoras cada vez más precisas, que permiten aprovechar mejor las materias primas; sistemas de curtido con disolventes químicos, que mejoran la calidad de los materiales; la aguja de acero, que soluciona el estrangulamiento del cocido, y las colas o adhesivos de tipo sintético, que rebajan los costes y mejoran la resistencia del producto acabado.

El calzado es el producto final de una larga cadena de valor que involucra muchos procesos complejos y que se inicia con la crianza de los animales cuya piel es utilizada como materia prima esencial en la elaboración de productos en cuero.

Los animales son sacrificados en mataderos y sus pieles sufren un proceso de transformación en las curtiembres o tenerías donde son enviadas a los distribuidores o directamente a los fabricantes en los diferentes subsectores del cuero, quienes se encargan de transformarlas en productos de calzado (zapatos, sandalias, botas, botines.), marroquineros (bolsos, carteras, billeteras, cinturones, llaveros.), talabartería (sillas de montar, aperos, zamarros.) y tapicería.

### **2.8.2 Definición de producto Calzado en Cuero**

Prenda que sirve para cubrir y proteger el pie. Se suele agrupar en la misma rama que la industria de la confección. El calzado está compuesto por dos partes básicas: La parte superior llamada pala o capellada y la parte inferior llamada suela.

### **2.8.3 Tipos de Calzado en Cuero**

**ZAPATO:** Calzado que no pasa del tobillo, con la parte inferior de suela y lo demás de piel, fieltro, paño u otro tejido, más o menos escotado por el empeine.

**ZAPATILLA:** Zapato ligero y de suela muy delgada.

**ZUECO:** Zapato de madera de una pieza. Zapato de cuero con suela de corcho o de madera.

**SANDALIA:** Calzado compuesto de una suela que se asegura con correas o cintas. Zapato ligero y muy abierto, usado en tiempo de calor.

**BOTÍN:** Calzado de cuero, paño o lienzo, que cubre la parte superior del pie y parte de la pierna, a la cual se ajusta con botones, hebillas o correas.

**BOTA:** Calzado, generalmente de cuero, que resguarda el pie y parte de la pierna. La que cubre las piernas por encima del pantalón o del calzón y usan los jinetes para cabalgar, o, como prenda de uniforme, los militares de cuerpos montados. La de montar hecha de una pieza con la piel de la pierna de un caballo.

**BABUCHA:** Zapato ligero y sin tacón, usado principalmente por los moros y Árabes.

**ALPARGATA:** Calzado de lona con suela de esparto o cáñamo, que se asegura por simple ajuste o con cintas.

## **2.9 Producción de Calzado en Cuero**

### **2.9.1 Descripción del Proceso productivo.**

#### **a) Elaboración de los patrones de moldes según el tipo de horma.**

Para lograr un diseño más acertado se recomienda el método Copia De Horma Masking-Tape. Se trata de llevar al plano la superficie de cada lado de la horma. Se hacen 4 tareas.

- Envoltura de la horma.

- Dividido de la Horma.
- Sacado de Perfiles.
- Dibujo del Patrón.

La plantilla es clavada a la horma y el reverso de la pala es moldeado a la forma de la horma por una máquina diseñada especialmente para esa finalidad.

### **Envoltura de la Horma**

Existen muchos sistemas para envolver la horma, este es un método simple con resultados satisfactorios.

1. Aplique una cinta por el centro del empeine de la horma desde la parte más alta hasta la punta de la misma. No se moleste en desvirar los excedentes de cinta en el borde, se hará en forma nítida después. Debido a la curvatura de la horma se pueden forjar dobles y arrugas trate que estas no sean excesivas.
2. Aplique otra cinta en la parte central de la zona del talón, otra que parta de la parte medio del talón que cruce toda la horma hasta llegar a la punta (ambos lados).
3. Empiece cubriendo la horma por el frente y trabaja hacia atrás.
4. Continúe cubriendo aplicando la siguiente cinta encima de la anterior solapando un  $\frac{1}{3}$  o  $\frac{1}{2}$  a la cinta anterior, hasta llegar a la parte alta de la horma.
5. Una vez cubierta toda la parte frontal continúe con la parte externa de la horma cubriéndola desde el filo hasta la parte alta, cuando la parte externa este cubierta hasta el talón, el procedimiento debe repetirse en el lado interno de adelante hacia atrás. Tenga cuidado de no estirar demasiado la cinta.
6. Se aplica una cinta en la parte delantera y los talones similares al punto 1.1 y 1.2. Se recortan los excedentes en parte alta y en el filo de la plantilla.

### **Dividido de la Horma.**

1. Se marca el punto medio de la planta en la zona del talón, y el punto medio de la parte superior del talón se unen con una línea lo más definida posible.
2. Se marca el punto medio en la parte alta del empeine, igual en la parte alta de la punta de la horma. Uniendo ambos con la vista y colocando entre los puntos referidos. Se unen los tres puntos mediante una línea recta.
3. Otra manera es trazando con la regla una línea en el centro de una cinta de masking-tape y luego colocarla en el centro del frente de la horma, se hace lo mismo en el área del talón.
4. Mida 55mm de la parte baja del talón hacia arriba y haga una línea horizontal de 10mm, haga lo mismo en el centro de la parte frontal.

### **Sacado de Perfiles.**

1. Se pasa una cuchilla sobre las líneas que dividen la horma y comenzando por la punta, se sacan cuidadosamente los dos perfiles, procurando no estirarlos.
2. Se pican los perfiles en la parte baja de la punta, en el empeine y en la parte baja del talón.
3. Seguidamente se coloca el perfil externo en cartulina procurando que queden sin arrugas y se recorta siguiendo el masking-tape, se identifica como el que corresponde al lado de afuera de la horma.
4. Se anota en los perfiles el interno, externo y el modelo de la horma, la talla y la línea de modelos.

### **Dibujo del Patrón**

1. Se dibuja el perfil correspondiente al lado de afuera (externo) con trazo continuo. Sobre él con trazo punteado se dibuja el correspondiente al

lado de adentro, de modo que coincidan en la parte señalada del talón y la seña de adelante del empeine.

2. Las pequeñas diferencias que aparecen en la parte alta del talón, el empeine, la punta y la zona de la base en la planta se dividen y se cortan por la división. Si se quiere hacer capellada con parte externa e interna, trasladar la diferencia al margen de montado.
  - FORMA EXTERNA
  - FORMA INTERNA
  - FORMA MEDIA
3. Se dibuja el patrón para darle el margen de aumento, partiendo de la parte media de la horma con 20mm. Y disminuir hacia delante y hacia atrás un milímetro, cada pulgada. En la parte que corresponde al tacón se dan 15mm., estas medidas pueden variar dependiendo del estiramiento del cuero.
4. Se anota el modelo de la horma, la talla, la línea de modelos, el largo de la plantilla, los dos tercios del largo de la plantilla, los dos tercios de los dos tercios y la altura del tacón.

**Largo de plantilla**, mide la plantilla de la horma por el Centro de la misma de La punta hasta la parte baja del talón el resultado de esto será igual a lo largo de plantilla.

1. Dos tercios ( $2/3$ ) de largo de plantilla, para sacar los dos tercios supongamos que en una horma - 40 mide 27cm, se divide este entre tres (3), dando como resultado = 9 y se multiplica este  $\times 2 = 18$ .
2. Los dos tercios de los dos tercios ( $2/3$ ) siguiendo el ejemplo anterior los  $2/3$  son 18 cm se dividen entre tres (3), dando como resultado = 6; este lo multiplicamos  $\times 2 = 12$ .
3. Altura del Tacón, para medir la altura del tacón se hace resorte en la punta de la horma, teniendo el dedo o un lápiz en la punta de la horma, empujando hacia abajo hasta topar con la tabla, luego con una regla medir la altura entre la tabla o mesa y la parte baja de la horma.

4. Con la cuchilla calar el patrón para separar la parte entre el aumento para embrochado y la horma si se quiere hacer la capellada con parte externa e interna, trasladar y calar la diferencia.
5. Se saca el punto medio del empeine doblando la copia de horma de manera que se una la punta con el punto alta del empeine.
6. Para localizar el punto de oro, o parte alta de la boca se dobla la copia de la horma de la punta a la parte baja del talón, para la bota se mide la altura del talón de la horma y se saca la mitad, una la punta de la horma con este punto y tendrá el punto oro para bota.

#### **b) Corte**



Dividir una cosa o separar sus partes con algún instrumento cortante. El corte manual o maquinado en calzado, consiste en sacar (cortar) mediante moldes las diferentes piezas, que conforman el modelo.

#### **c) Costura**



Serie de puntadas que une dos piezas, acción y resultado de coser.

La elaboración de costura, consiste en ensamblar piezas utilizando aguja e hilo, ya sea manual o con máquina.

#### **d) Armado**



Juntar entre sí las varias piezas de las que se compone un objeto. El armado en calzado, consiste en alistar, preparar y armar las diferentes piezas que componen el modelo para coserlas.

### **Plantillas de armar**

- a) Cubra con masking-tape toda la zona plantar de la horma, si la horma tiene la plantilla de hierro corrida, pase una lija por todo el filo o pase la cuchilla por todo el contorno de la planta y elimine los pedazos restantes del masking-tape para que quede solo la plantilla del plantar de la horma.
- b) Marque con un lápiz la mitad de la punta y la mitad del talón. Si la horma no tiene plantilla de hierro corrida marque los bordes con un lápiz y recorte.
- c) Saque la plantilla de masking-tape y péguela por el centro de una cartulina previamente rayada haciendo que la marca en la punta y el talón coincida con la raya en la cartulina y extienda por los lados procurando que no queden arrugas.
- d) Recorte la cartulina por la línea del masking-tape y haga los mismos pasos con los siguientes números.
- e) Raye el patrón obtenido sobre un cartón duro o neolite de bajo calibre y córtelo fiel al patrón base, guarde el patrón original y el nuevo obtenido será su plantilla de cortado.
- f) Identifique los patrones obtenidos con el número, serie y modelo de la horma para que estos no se confundan con los de otras hormas.

### **Cortado de plantillas de armar**

1. Tome el molde de la plantilla para el número y el estilo de calzado que va a montar.
2. Coloque el molde de la plantilla sobre la plancha de Bontex, texón, cartón duro, etc. Y marque con un lápiz su contorno o corte directamente siguiendo la línea del patrón.
3. De vuelta al molde para hermanar, procurando que quede rozando a unos 2mms. Con el trazo anterior para evitar desperdicios.

4. Al recortar la plantilla se debe pasar la cuchilla de punta y recta. Recuerde que en este sistema la plantilla se coloca directamente a la horma sin desviarse.
5. Respete la dirección de la fibra que tiene la lámina de recuperado para evitar arrugas al moldearse a la horma o que con el pegamento se suelte la fibra.
6. Asegúrese que las láminas de recuperado tengan los mm. de grosor adecuado para el calzado que va a montar.

### **Armado de plantillas.**

Cuando la plantilla lleva retacón efectúe los siguientes pasos:

1. Con una brocha aplique una película uniforme de pegamento al retacón en la cara sin marca.
2. Proceda a aplicar pegamento a la parte que lleva la marca industrial de la plantilla.
3. Deje secar el pegamento y una el retacón a la plantilla y golpéelos para asegurarse de buena adhesión.
4. Se puede usar el retacón por debajo de la plantilla o encima de esta, según el zapato a fabricar.
5. Si el estilo de suela requiere el uso de cambrellón, este debe ir en medio de la plantilla y el retacón.
6. El cambrellón debe tener la misma curvatura de la planta de la horma.

El cortado de plantilla se efectúa de diferentes maneras, pero para el zapato que nos ocupa están las siguientes:

- Forma industrial, donde se corta a través de un troquel y la máquina troqueladora, en este caso cada número de horma tiene su propio troquel. Este proceso se efectúa colocando el sintético sobre la mesa, colocando luego el troquel correspondiente y descargando el golpe sobre la cuchilla troquel.

- Forma semi-industrial, se tiene un patrón por cada modelo y número de horma, se raya sobre el material y se corta por la raya, o se corta directamente con la punta de la cuchilla, siguiendo la línea del patrón.

### **Clavar y moldear la plantilla a la horma.**

1. Verifique que la plantilla corresponde al número de horma y pase una brocha con agua por la plantilla para que se amolde a la horma.
2. Verifique la posición del agujero de la punta de la horma y coloque el clavo donde ha señalado el agujero y clave.
3. Verifique la posición del agujero de la parte media y clave la plantilla.
4. Asegúrese del tercer agujero y ponga el último clavo y golpee con el martillo el contorno de la plantilla contra el herraje de la horma, para que esta se amolde con la curvatura de la horma. El moldeado de plantillas ayuda a ser el calzado más anatómico y además ayuda al operador que va a hacer el armado.

Por moldeado entendemos darle a la plantilla la forma de la planta de la horma.

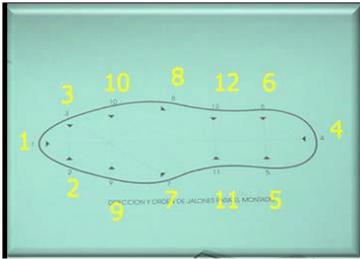
Para este tipo de construcción las suelas deberán tener la forma correcta de las hormas sobre las cuales van a ser armadas.

Para hormas quebradas las plantillas de armar deben ser previamente moldeadas con calor.

En algunos lugares se acostumbra abrir el corte tubular para ponerle plantilla corrida, para que este con el uso no se abra entre el corte y la suela.

Otros modelos livianos se arman con plantilla corridas que no llevan coletas.

## Técnica y procedimiento para el embrochado.



El montaje se lo realiza jalando hasta ajustar sobre la horma, un material plano el cual ha sido patronado o modelado sobre la horma en la cual se montará y que después de una serie de procesos toma la forma de corte o de una bolsa preformada (zapato tipo guante) para hacer un zapato.

Esto implica jalar y ajustar el corte sobre la horma. Hay muchos métodos de montaje; de los cuales se revisarán los principales, desde los sistemas de muy alta mecanización hasta los hechos a mano y lógicamente revisaremos sus ventajas y desventajas.

Cada tipo de proceso tiene sus propias características y recomendaciones. Pero lo más importante es lograr que cada corte plano o en forma de guante quede lo más ajustado posible a la horma.

El estiramiento excesivo debe de evitarse y el corte debe tomar la forma de un zapato sin deformaciones cuando la horma sea removida.

Las figuras muestran la dirección y orden de los jalones que se deben efectuar para montar a mano un corte sobre la horma.

## Dirección y orden de los jalones en el embrochado.



El primer jalón es hacia adelante, ya sea a mano o a máquina, el propósito es acercar lo más posible la zona del contrafuerte a la horma, ajustando perfectamente la punta del corte fijándola en la planta.

Esto puede lograrse pre moldeando el corte a máquina, esta operación ayuda al corte a conformarse mejor a la horma y a facilitar el embrochado o montado de puntas en máquina o a mano.

### **g) Terminado**

El terminado o remate, es una serie de operaciones que se hacen al zapato, para darle una presentación determinada. Estas operaciones comprenden la preparación del zapato para colocarle el tacón, lijado, entintado, planchado, grabado, cepillado, terminación de la planta y desharmado del calzado

### **Técnica de pegado de las suelas**

Se recomienda el uso de brocha para realizar este procedimiento

1. Asegúrese que la brocha esté libre de polvo y grasa, si la brocha está sucia introdúzcala en disolvente y déjela secar.
2. Quite con la brocha el polvo que tiene la suela y sacuda la brocha para botar el polvo o aserrín que adquirió.
3. Algunas empresas usan chupones con disolventes para limpiar la suela.
4. Moje la brocha con un disolvente y páselo por la suela fuertemente para lavar la suela y abrir los poros, también se puede utilizar un cepillo dental.

### **Cementado de zapato.**



1. Vierta pegamento poliuretano en un recipiente pequeño, calculando lo que va a utilizar aplíquelo desmodur y manténgalo tapado ya que es altamente volátil e inflamable.
2. Para asegurar el pegado, la mayoría de las fábricas de calzado aplican un pegamento primario que venden como tal los fabricantes de pegamentos, pero que también se puede preparar con un tanto de pegamento revuelto con la misma cantidad de disolvent.

Limpie con un cepillo y sacuda la parte cardada del zapato para eliminar el polvo que tiene. Con la brocha aplique una película de pegamento partiendo del talón hacia la punta, evitar dejar zonas con mucho pegamento o con poco.

Si va a dar una segunda pasada de pegamento, deje secar por un espacio de 20 minutos y proceda a su aplicación.

1. Aplíquelo del mismo pegamento al cambrillón (previamente amoldado a la horma).
2. Evite derramar el pegamento fuera de la zona cardada, para no manchar el cuero del zapato, si esto ocurre límpielo inmediatamente con un trapo mojado con solvente.
3. Deje secar el pegamento durante 45 minutos como mínimo, salvo que el productor del pegamento indique lo contrario.

### **Cementado de suela.**



1. Una vez lavada la suela con disolvente déjela secar y aplique la primera pasada si es el caso.
2. Aplique pegamento P.V.C. con la misma brocha, con que aplicó al zapato, procurando dejar una película uniforme.
3. Si la suela lleva ceja, asegúrese de aplicarle pegamento, para que al prensar el zapato no quede abierto.
4. Procure no derramar pegamento por los bordes de la suela.
5. Dejar secar el pegamento al igual como se indica para el zapato.

Para la aplicación del cemento, no importa si es primero el zapato o la suela, lo importante es que sin son varios pares se deben ir alternando, primero la suela o el zapato y a continuación el zapato o la suela que le corresponde.

Cuando son varios los pares, para no confundirse en el tiempo de secado, al zapato y suela que le va aplicando el cemento colóquelos de izquierda a derecha, de manera que cuando vaya a pegar lo haga en el mismo orden.

Los adhesivos o pegamentos son utilizados en la industria del calzado, para hacer más fácil y mejor el trabajo, hay varios tipos de adhesivos o pegamentos, entre los más conocidos tenemos los siguientes:

- Resitol 3080 y 5000 (pega amarilla) que sirve para suelas naturales, goma, EVA neolite.
- Pegamento poliuretano (pegamento blanco); que sirve para pegar suelas de poliuretano, P.V.C. EVA, neolite, natural, etc.; este pegamento solo puede pegar en caliente o sea reactivado al calor.

Cada pegamento tiene su forma peculiar de aplicarlo y su tiempo de secado.

En la aplicación de pegamento se debe tener en cuenta las siguientes precauciones:

- Las brochas deben estar libres de residuos.
- Las suelas y las partes cardadas del zapato deben estar libres de polvo y grasa.
- En la aplicación de pegamento debe quedar una película uniforme y pareja.
- Debe dejarse secar el tiempo que indique el productor.
- Después de aplicar el pegamento, no debe tocarse con los dedos, porque éstos contienen grasa y sudor, la cual se adhiere al pegamento.

### **Reactivado de suela y zapato**

1. Ponga sobre la parrilla del reactivador el zapato y la suela que le corresponde.
2. Déjelo en reactivación de 10 a 20 segundos dependiendo de la temperatura del reactivador y de la humedad ambiental.
3. Después del tiempo de reactivado, retire el par que tiene en la parrilla y mientras lo pega coloque el siguiente par a reactivarse.

### **Pegado de suela a mano**

1. Tome la suela con la mano izquierda por el lado del piso y doble levemente la suela hacia adentro.
2. Coja el zapato con la otra mano en posición de pegar, centre y pegue la punta del zapato a la punta de la suela.
3. Pegue la parte trasera de la suela al talón del zapato, procurando que esta no estire y asegúrese que los laterales queden centrados.
4. Una vez asegurado que la suela quedó bien centrada con el zapato, apriete fuertemente con la mano la parte del enfranque el tacón y la punta.
5. Apriete los bordes de la suela ya pegada a la horma contra el borde de una mesa, para asegurarse de buena adhesión en esta parte.
6. Golpee con un martillo el tacón contra la horma fuertemente pero parejo.
7. Golpee en forma pareja todo el alrededor de la suela, la parte del enfranque donde va el cambrillón y el resto del centro de la suela.

## **Pegado de suela con prensa**

1. Después del tiempo de reactivado retire el par que tiene en la parrilla y mientras lo prensa, coloque el siguiente par a reactivarse.
2. Asegúrese que el manómetro del compresor tenga una carga de 60 libras.
3. Compruebe antes con la misma horma, la distancia y la altura de los sostenedores.
4. Tome la suela ya reactivada con la mano izquierda por el lado del piso y doble levemente la suela hacia adentro.
5. Coja el zapato con la otra mano en posición de pegar y pegue la punta del zapato a la punta de la suela.
6. Pegue la parte trasera de la suela al talón del zapato, procurando que esta no estire y asegúrese que los laterales queden centrados.
7. Una vez asegurado que la suela quedo bien centrada con el zapato, apriete fuertemente con la mano la parte del enfranque el tacón y la punta.
8. Póngalo en el caite de la prensa en posición de pegado y asegúrela con los sostenedores brazos. Para mejores resultados puede colocarse una cuña en la zona del arco.
9. Abra las Válvulas de paso de aire, déjelo y prepare el otro pie del zapato, deje transcurrir de 10 a 25 segundos según el grueso y tamaño de la suela para cerrar la válvula y retire el zapato.
10. Apriete los bordes de la suela ya pegada a la horma, contra el borde de la base del caite para asegurarse de buena adhesión en la ceja.

Recuerde que la presión de aire para prensar la suela de P.V.C., es de aproximadamente 40 a 60 libras de presión, dependiendo del espesor de la suela.

Si la suela es natural (vaqueta) calibre el manómetro de 20 a 30 libras.

El tiempo de reactivado de la suela y el zapato es de 10 a 20 segundos.

El tiempo de espera del zapato al prensarlo es de 10 a 25 segundos.

Deshorme el zapato transcurrida una hora o más o hasta que este frio.

Si al momento de pegar la suela al zapato, éste queda mal centrado, despegue la suela de inmediato y vuelva a posicionarla, en caso que esta se haya pegado en algunas partes, ponga a calentar el zapato en la parrilla para reactivar el pegamento.

Despegue y vuelva a posicionar la suela.

#### **h) Acabado**



Es una serie de operaciones que se hacen al zapato, para darle una presentación final como: la colocación de la plantilla, limpieza, abrillantamiento y maquillaje final, estas operaciones tienen como objetivo resaltar las características más destacadas y disimular aquellas que le desfavorecen.

#### **i) Control de Calidad, Codificación y Empaque**

1. Revisar por última vez el zapato, pase la mano por dentro para asegurarse que no lleve clavos, vea que la plantilla vista cubre a los lados la plantilla de armar.
2. Asegúrese que la plantilla lleve su respectiva esponja, en caso que el zapato lleve talón suave.
3. Revise que el aparado no lleve ningún hilo suelto, si ese es el caso quémelo con un candil con alcohol para que no oscurezca el cuero o un encendedor de cigarrillos.
4. Revise que el zapato a empacar sea del mismo número y póngalo par.
5. Póngale sus cordones en caso que los lleve, pasándolo de ojete a ojete y haga un nudo que quede debajo de la lengüeta.

6. Durante este proceso coja el zapato poniendo al pulgar en la parte alta del talón y los otros dedos en el tacón, o cójalo del tacón para no opacar el brillo del cuero.
7. Pase por última vez un paño para eliminar el polvo y suciedades.
8. Digite la codificación del calzado, por modelo, tipo, número, etc.
9. Marque la caja por el frente de manera que describa el zapato a empacar.
10. Arme la caja, coloque una parte del papel seda dentro de la misma, ponga el pie izquierdo dentro y cúbralo con el papel, coloque el otro pie dentro de la caja en posición que coincida la punta de un zapato con el talón del otro, cúbralo con el papel y cierre la caja.

El empacado en caja garantiza que el zapato, no se deteriore, pierda brillo, se arrugue o raye y además permite que se estibe uno sobre otro sin que se maltrate.

## 2.10 Maquinaria.

### 2.10.1 Tipo de la Maquinaria.

#### a) Máquina para asentar punteras



Su característica principal es el de Rebajar según material a seco o mediante un líquido sin silicona, alimentado a través de aire comprimido, su función es la de realizar cortes exactos y muy finos.

### **b) Máquina para doblar cortes.**



Línea de puntos función del corte:

Línea de puntos el cortar disponible en diversos materiales para doblar la media función del corte. Medio corte disponible para doblar en diversos materiales.

Función del dibujo: Dibujos de la alta precisión disponibles

Apoyar cualquier software del C.A.D.

### **c) Máquina para costura recta y de codo.**



Máquinas para coser y bordar, realizadas en material de fundición, aptas para realizar una inmensa gama de operaciones de cosido o bordado sobre materiales ligeros y pesados en los distintos

sectores de la confección tanto talleres artesanales como sastrería en general y pequeñas industrias.

### **d) Máquina troqueladora de bandera.**



- fijo con sistema de leva.
- Acción por palanca.
- Banco sintético como base para el troquelado.
- Excelente firmeza.
- Corta cuero, fieltro, cartón, odena, caucho y tela.

## **2.11 Mano de Obra**

### **2.11.1 Calificada**

Aquellos trabajadores que desempeñan actividades cuya ejecución requiere estudios previos o vasta experiencia, por ejemplo: profesionales, técnicos, obreros especializados. Entre estos últimos se debe considerar maestros de primera en general.

### **2.11.2 No Calificada.**

Aquellos trabajadores que desempeñan actividades cuya ejecución no requiere de estudios ni experiencia previa.

## **2.12 Comercialización**

### **2.12.1 Producto**

Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

### **2.12.2 Precio**

Al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquier, a pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias.

### **2.12.3 Promoción**

La promoción de ventas es una herramienta o variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos

de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO.**

#### **3.1 Planteamiento del problema de Investigación.**

“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de calzado en cuero en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”.

#### **3.2. Objetivos de la Investigación.**

##### **3.2.1 Objetivo General.**

Establecer el entorno consumidor de calzado del Cantón Cotacachi para valorar la oferta y demanda.

##### **3.2.2 Objetivos Específicos.**

- Determinar la oferta de calzado en cuero en el cantón Cotacachi.
- Identificar la demanda actual e insatisfecha de calzado en cuero existente en el cantón Cotacachi.
- Establecer los canales de distribución para comercializar el producto.
- Definir las estrategias de marketing para posicionar el producto en el mercado.

#### **3.3 Identificación de los productos y servicios**

De acuerdo con los datos obtenidos en las encuestas realizadas en el cantón Cotacachi se ha identificado como producto principal al calzado casual seguido de los calzados formal y deportivo.

### **3.3.1 Características.**

- **Calzado Casual.**

El calzado formal se ha considerado como el producto principal por ser de mayor aceptación por parte de la población Cotacacheña, ya que el uso diario, el material que prefiere la gente para este tipo de calzado es el cuero. La demanda promedio es de 3 pares al año.

- **Calzado Formal.**

Este tipo de calzado lo adquieren en su gran mayoría para utilizarlo con trajes ejecutivos, los tonos dependerán del color de la vestimenta. La demanda promedio es de 6 pares por familia al año.

- **Calzado Deportivo.**

Este producto se lo adquiere con mayor frecuencia para los niños, el material de preferencia es sintético o lona, con poca acogida en cuero; pueden elaborarse en varios diseños y colores, y su demanda es de 2 pares al año.

### **3.3.2 Producto Sustituto.**

- **Calzado de Material Sintético**

Este tipo de producto posee características similares al calzado en cuero, la diferencia consiste en la durabilidad, que es inferior al estar fabricado en material sintético el cual reemplaza a las pieles (cuero).

- **Calzado de Lona.**

Los principales usuarios de este producto son en su mayoría los jóvenes y niños, quienes lo utilizan en distintas temporadas por moda, el material que se utiliza para este calzado es la lona.

### 3.3.3 Normativa Sanitaria, Técnica y Comercial.

Para llegar hacer una organización competitiva es necesario la adopción de ciertas normas tales como:

- Mantener estrictos controles de sanidad
- Manejo adecuado de recursos.
- Calidad en el producto.
- Satisfacer necesidades y deseos de nuestros clientes.
- Mantener precios justos.

### 3.4 Mercado Meta.

**Cuadro 4** ESTRATOS SOCIALES AÑO 2013.

CALIFICACIÓN	ESTRATIFICACIÓN	% DE LA POBLACIÓN	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN SEGÚN ESTRATO SOCIAL
A	ALTA	1,90%	8848	168
B	MEDIA - ALTA	11,20%		991
C+	MEDIA	22,80%		2.017
C-	MEDIA - BAJA	49,30%		4.362
D	BAJA	14,80%		1.310
<b>TOTAL</b>				<b>8.848</b>

FUENTE: INEC.

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo con los datos obtenidos de las encuestas realizadas a una muestra de 343 personas de una población de estrato social media, media – alta, y alta de 3.176 pertenecientes a las parroquias urbanas del cantón

Cotacachi, se pudo constatar que los consumidores del producto son los miembros de dichas clases sociales.

#### **3.4.1 Mercado Potencial.**

Los clientes potenciales se consideran a las personas naturales que actúen como consumidores finales, así como organizaciones que adquieren el bien con intenciones de consumo institucional, o con un interés comercial.

#### **3.5 Estructura del mercado**

La estructura del mercado describe el estado de un mercado con respecto a la competencia. La estructura del **mercado perfectamente competitivo** o que representa un estado ideal del mercado en el cual la competencia entre compradores y vendedores es balanceada perfectamente.

Un mercado en el cual hay muchas empresas y cada una vende un producto idéntico, hay muchos compradores y no hay restricción de la entrada a la industria, las empresas en la industria no tienen ninguna ventaja sobre nuevos participantes potenciales, las empresas y los compradores están bien informados acerca del precio del producto de cada empresa.

#### **3.6 Investigación.**

##### **3.6.1 Segmentación**

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing. Nuestro mercado estará segmentado de la siguiente manera:

- **Segmentación Geográfica**

Provincia de Imbabura Cantón Cotacachi. Parroquias Urbanas.

- **Segmentación Demográfica:**

**POBLACIÓN TOTAL:** 3.176

**EDAD:** Personas de toda edad.

**SEXO:** Masculino y Femenino.

**OCUPACIÓN:** Empleados, estudiantes, comerciantes, profesionales.

**NIVEL DE INSTRUCCIÓN:** Secundaria y Superior

- **Segmentación Psicológica**

Personas de clase social media, media – alta y alta.

- **Segmentación por conducta del consumidor.**

Para la población de clase media, media - alta y alta; ya que cuenta con la capacidad de adquisición y en el caso de las personas menores de edad, que estén respaldadas por las personas adultas que hagan las veces de comprador; y a su vez que tengan hábito de compra frecuente.

### **3.6.2 Marco Muestral o Universo.**

Como población universo se ha tomado a la población de estrato social media, media – alta y alta de las parroquias urbanas del Cantón Cotacachi, obteniendo como resultado un total 3.176 habitantes.

### 3.6.3 Tamaño de la Muestra

Como la población sobrepasa las 100 personas es conveniente que se aplique la fórmula para determinar la muestra. La fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot \delta \cdot N}{e^2(N-1) + Z^2(\delta)}$$

**Dónde:**

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Población a investigar.

**$\sigma$**  = Varianza ( $p \cdot q$ )

**p** = Probabilidad a favor

**q** = Probabilidad en contra

**Z** = Valor tipificado

**e** = Margen de error

**Datos:**

$$z = 1,96$$

$$e = 5\% \quad 0.05$$

$$\sigma = 0,25$$

$$N = 3.176$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.25 \cdot 3.176}{0,05^2(3.176 - 1) + 1.96^2(0.25)}$$

$$n = 343$$

#### **3.6.4 Metodología de la Investigación de Campo**

Para la elaboración del Estudio de Mercado se utilizó la metodología de la encuesta, entrevista y observación directa. Se realizaron 343 encuestas en las parroquias urbanas del cantón Cotacachi. Se entrevistaron a los propietarios de los tres almacenes que distribuyen calzado. Se realizaron entrevistas a los tres productores del cantón. Se efectuó la observación directa en los mercados de los diferentes cantones de la Provincia de Imbabura.

### **Cuadro 5** COMERCIALIZADORES Y PRODUCTORES.

<b>PRODUCTORES</b>	<b>N° PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN</b>
Botas Sandoval	<b>2</b>
Instituto Tecnológico de la Industria del Cuero	<b>1</b>
Fransesco´s	<b>2</b>
<b>COMERCIALIZADORES</b>	
Victoria Rosas	<b>1</b>
La Epoka que Viste	<b>1</b>
Tatto´s	<b>1</b>

**FUENTE:** Encuesta.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

#### **3.6.5 Diseño de instrumento de investigación**

Se realizó entrevistas a los propietarios de los almacenes, dueños de fábricas de calzado y encuestas a los consumidores del Cantón Cotacachi, modelos que adjuntaremos en el anexo del proyecto.

#### **3.6.6 Pruebas Piloto**

Para la presente investigación se realizaron 10 encuestas como prueba piloto a diferentes personas residentes en el cantón Cotacachi, para verificar si los datos que se obtendrán de las encuestas nos proporcionarán suficiente información para realizar el estudio de mercado o se requiere algún tipo de corrección.

#### **3.6.7 Procesamiento de datos y análisis de resultados.**

Se realizó el levantamiento de la investigación a 343 personas en las diferentes parroquias del cantón Cotacachi, las encuestas lo realizamos los autores de este proyecto para que la información sea confiable, veraz y oportuna y evitar la distorsión de los datos obtenidos.

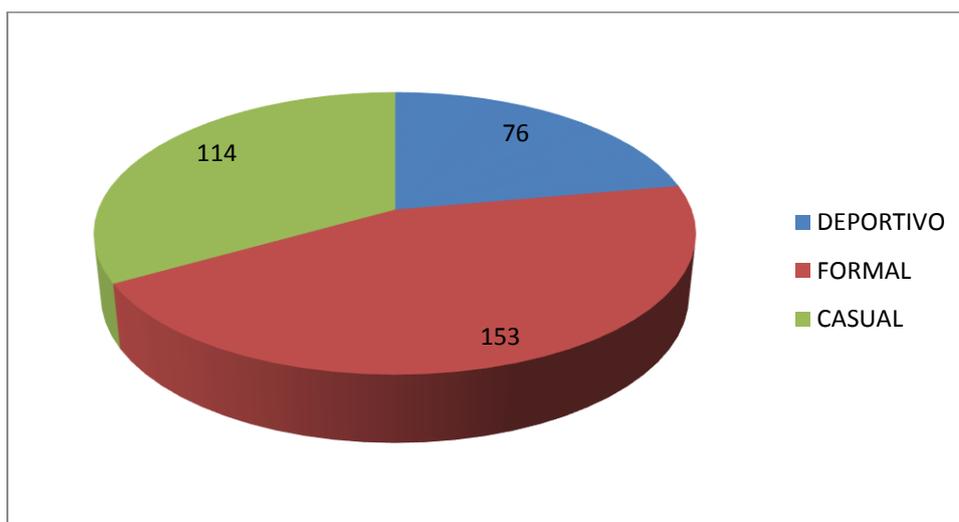
## Tabulación y procesamiento de la información.

### 1. ¿Qué tipo de calzado utiliza con mayor frecuencia?

**Cuadro 6 TIPO DE CALZADO.**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
DEPORTIVO	76	22,13%	22,13%	22,13%
FORMAL	153	44,53%	44,53%	66,67%
CASUAL	114	33,33%	33,33%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 1 TIPO DE CALZADO**



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

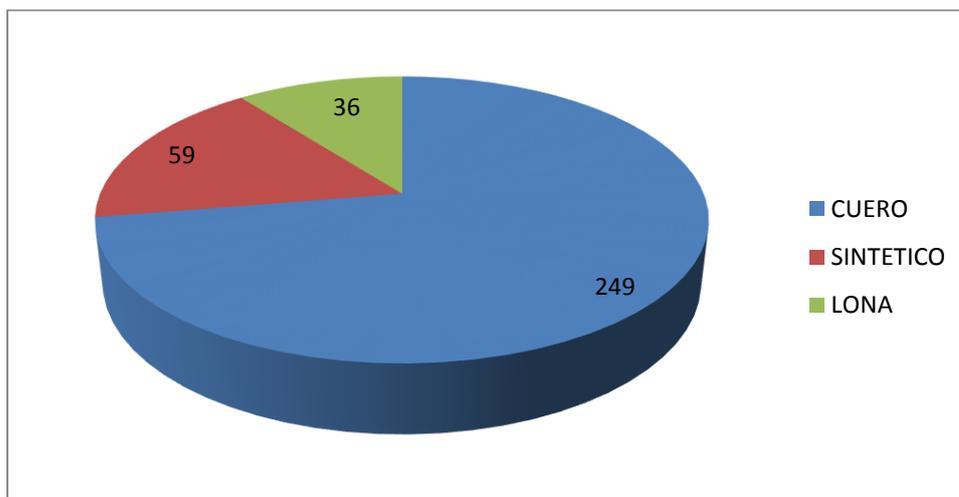
De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla de frecuencias, podemos decir que en un 44.53% prefieren el calzado formal, seguido con el 33.33% en calzado casual y en menor cantidad el deportivo en un 22.13%. Por lo que podemos concluir que el tipo de calzado que debe producir nuestra microempresa en mayor cantidad es el casual y en menor cantidad formal y deportivo.

## 2. ¿De qué tipo de material utiliza su calzado?

**Cuadro 7 TIPO DE MATERIAL DEL CALZADO**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
CUERO	249	72,53%	72,53%	72,53%
SINTETICO	59	17,07%	17,07%	89,60%
LONA	36	10,40%	10,40%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 2 TIPO DE MATERIAL DEL CALZADO.**



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

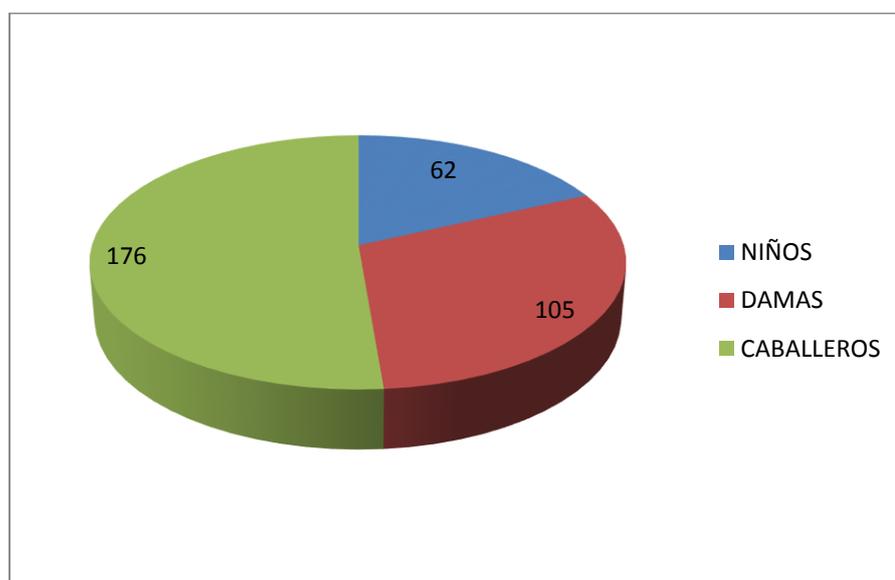
De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla de frecuencias, podemos concluir que el material para nuestro calzado a producir en nuestra microempresa en mayor cantidad es en cuero ya que de las encuestas obtenidas nos reflejó que 249 consumidores prefieren este tipo de material; 59 consumidores optan por el material sintético y 36 consumidores eligen en lona.

### 3. ¿Para quiénes adquiere más este producto?

**Cuadro 8** CONSUMIDORES DEL PRODUCTO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
NIÑOS	62	18,13%	18,13%	18,13%
DAMAS	105	30,67%	30,67%	48,80%
CABALLEROS	176	51,20%	51,20%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 3** CONSUMIDORES DEL PRODUCTO FRECUENCIA.



FUENTE: Encuesta.

ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

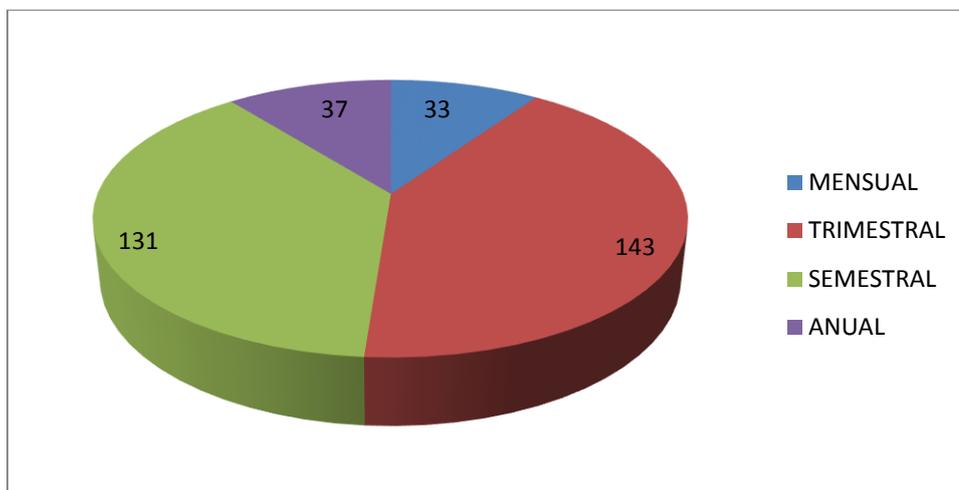
De los datos obtenidos de las encuestas realizadas en la en el cantón Cotacachi, nos muestran que nuestra microempresa debería orientarse a la fabricación de calzado para caballeros, damas y en una mínima cantidad para niños los mismos que se producirán en diferentes tallas que serán destinados para todos nuestros futuros consumidores.

#### 4. ¿Con qué frecuencia adquiere el producto?

**Cuadro 9 FRECUENCIA DE COMPRA**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
MENSUAL	33	9,60%	9,60%	9,60%
TRIMESTRAL	143	41,60%	41,60%	51,20%
SEMESTRAL	131	38,13%	38,13%	89,33%
ANUAL	37	10,67%	10,67%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 4 FRECUENCIA DE COMPRA**



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

#### ANÁLISIS:

Como podemos observar en los datos anteriores la mayoría de los encuestados adquieren el producto de manera trimestral y semestral y un menor porcentaje lo adquieren de forma mensual y anual.

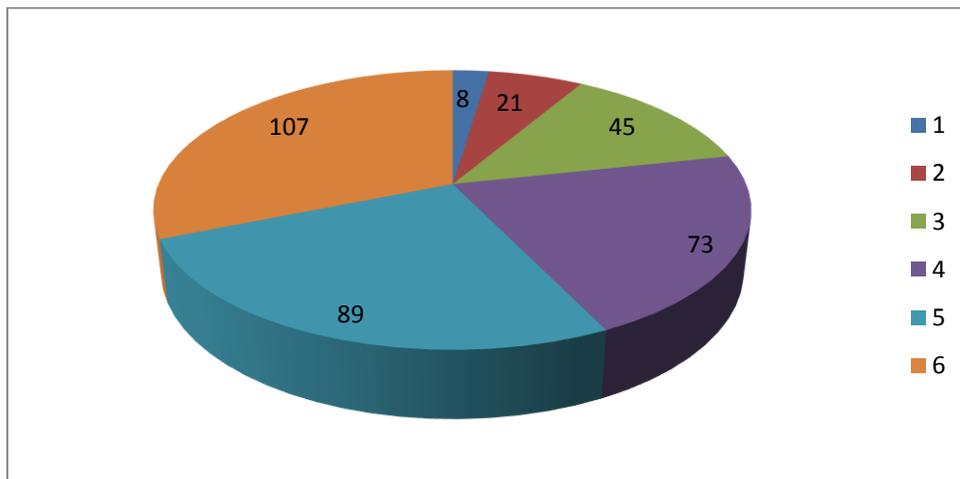
Se puede concluir que las personas no adquieren con frecuencia este producto y prefieren adquirirlo en mayor cantidad cada trimestre o semestre.

**5. ¿Cuántos pares de calzado formal de cuero adquiere usted al año?**

**Cuadro 10 CALZADO FORMAL COMPRADO AL AÑO**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
1	8	2,33%	2,33%	2,33%
2	21	6,12%	6,12%	8,45%
3	45	13,12%	13,12%	21,57%
4	73	21,28%	21,28%	42,86%
5	89	25,95%	25,95%	68,80%
6	107	31,20%	31,20%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>343</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	

**Gráfico 5 CALZADO FORMAL COMPRADO AL AÑO**



**FUENTE:** Encuesta.  
**ELABORACIÓN:** Los Autores.

**ANÁLISIS:**

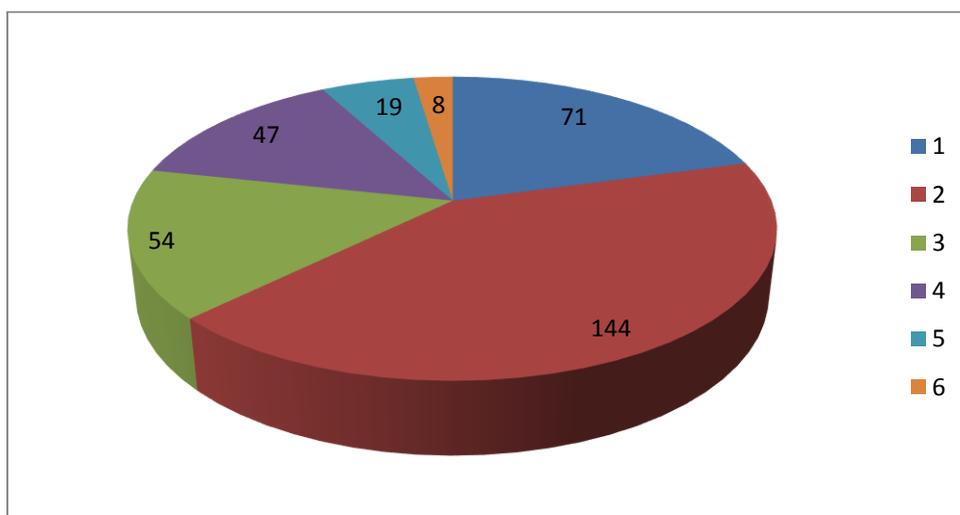
De acuerdo a los datos analizados podemos concluir que la mayoría de personas encuestadas adquieren al año 4 pares de calzado formal, siendo este el producto uno de los de mayor adquisición en entre las personas encuestadas.

**6. ¿Cuántos pares de calzado deportivo de cuero adquiere usted al año?**

**Cuadro 11 CALZADO DEPORTIVO COMPRADO AL AÑO.**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
1	71	20,70%	20,70%	20,70%
2	144	41,98%	41,98%	62,68%
3	54	15,74%	15,74%	78,43%
4	47	13,70%	13,70%	92,13%
5	19	5,54%	5,54%	97,67%
6	8	2,33%	2,33%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>343</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	

**Gráfico 6 CALZADO DEPORTIVO COMPRADO AL AÑO**



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

**ANÁLISIS:**

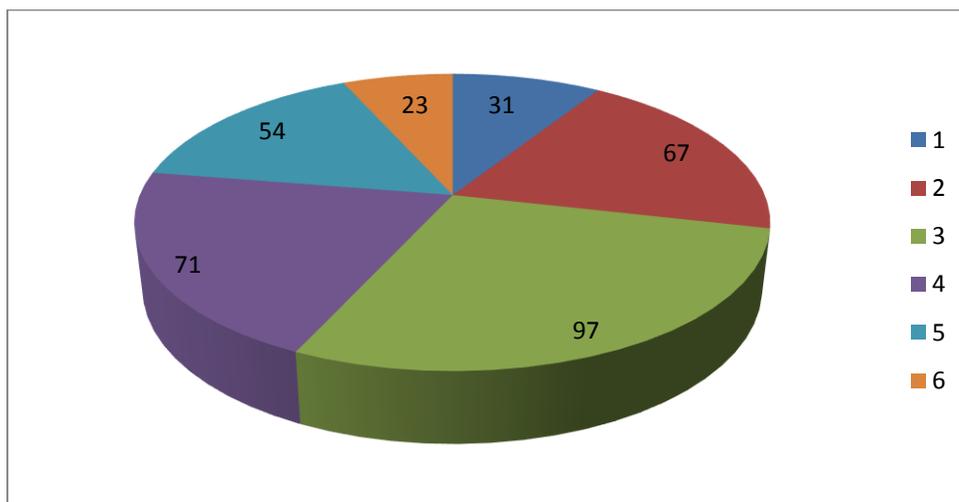
De acuerdo a los datos analizados podemos concluir que la mayoría de personas encuestadas adquieren al año 2 pares de calzado deportivo, ya que el dinamismo de las actividades diarias y laborales requieren de otro tipo de calzado que se ajuste a la vestimenta utilizada; siendo éste el de menor adquisición y preferencia por los encuestados.

**7. ¿Cuántos pares de calzado casual de cuero adquiere usted al año?**

**Cuadro 12 CALZADO DE CASUAL COMPRADO AL AÑO.**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
1	31	9,04%	9,04%	9,04%
2	67	19,53%	19,53%	28,57%
3	97	28,28%	28,28%	56,85%
4	71	20,70%	20,70%	77,55%
5	54	15,74%	15,74%	93,29%
6	23	6,71	6,71	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>343</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	

**Gráfico 7 CALZADO CASUAL COMPRADO AL AÑO.**



**FUENTE:** Encuesta.  
**ELABORACIÓN:** Los Autores.

**ANÁLISIS:**

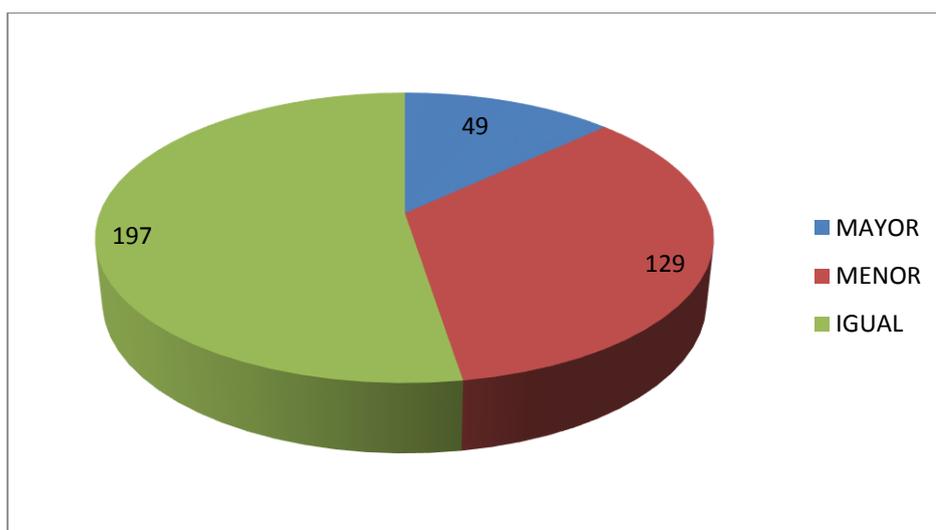
De acuerdo a los datos analizados podemos concluir que los encuestados adquieren al año 5 pares de calzado casual, por acoplarse a la vestimenta diaria utilizada y la comodidad que representa para la realización de las actividades; siendo este tipo de calzado el de mayor preferencia por las personas encuestadas.

## 8. ¿La cantidad de calzado que adquirió el año pasado fue?

**Cuadro 13** VARIABILIDAD DE LA CANTIDAD COMPRA EL AÑO ANTERIOR

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
MAYOR	49	13,07%	13,07%	13,07%
MENOR	129	34,40%	34,40%	47,47%
IGUAL	197	52,53%	52,53%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 8** VARIABILIDAD DE LA CANTIDAD COMPRA EL AÑO ANTERIOR.



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

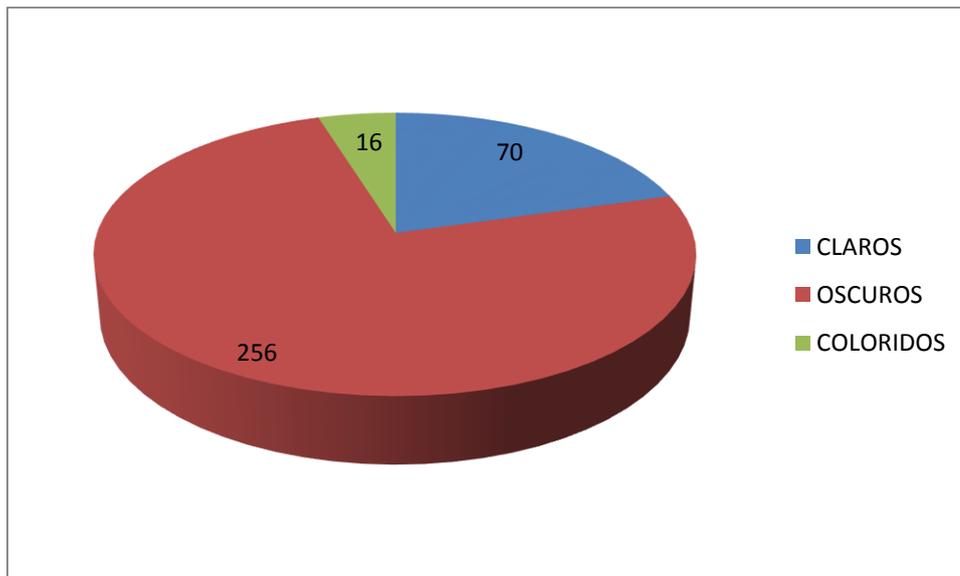
Las personas encuestadas en el Cantón Cotacachi respondieron que la cantidad de calzado que adquirieron en promedio el año anterior fue igual que este año, dato que será de utilidad para la posterior determinación de la demanda existente; y con ello poder establecer la oferta que brindara el proyecto a los demandantes.

## 9. ¿Qué colores de calzado usted prefiere?

**Cuadro 14** COLOR DEL CALZADO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
CLAROS	70	20,53%	20,53%	20,53%
OSCUROS	256	74,67%	74,67%	95,20%
COLORIDOS	16	4,80%	4,80%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 9** COLOR DEL CALZADO



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

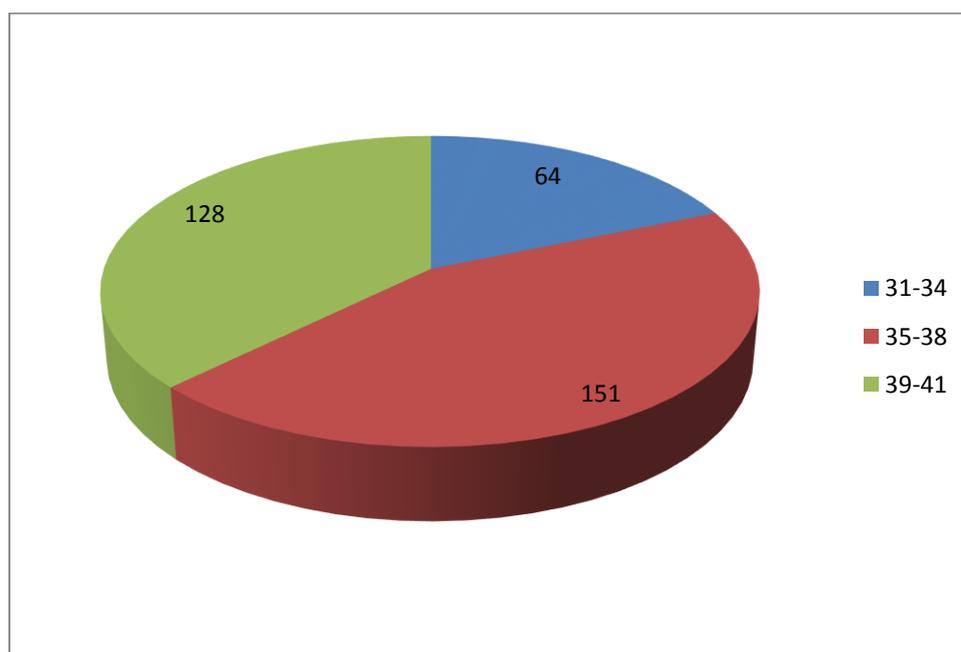
De acuerdo a las estadísticas presentadas, la gente prefiere adquirir su calzado de colores oscuros en mayor cantidad, en mediana aceptación los colores claros y con un mínimo de aprobación por el calzado colorido, por lo que nuestra microempresa producirá solo con colores que el consumidor prefiere, en este caso los colores oscuros.

## 10. ¿Qué tallas de calzado adquiere con mayor frecuencia?

**Cuadro 15 TALLA DEL CALZADO**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
31-34	64	18,67%	18,67%	18,67%
35-38	151	44,00%	44,00%	62,67%
39-41	128	37,33%	37,33%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>343</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	

**Gráfico 10 TALLA DEL CALZADO.**



**FUENTE:** Encuesta.  
**ELABORACIÓN:** Los Autores.

### **ANÁLISIS:**

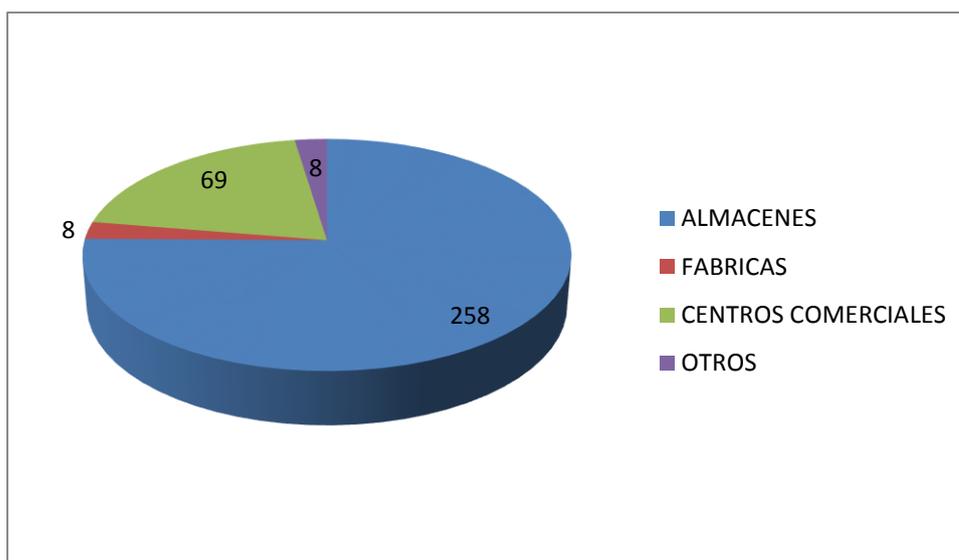
Las tallas de mayor preferencia son de la 35 a la 38; seguidamente por las tallas 39 a 41 y existiendo una poca acogida por las tallas 31 a la 34; lo cual indica que se debe producir calzado para caballeros, damas y niños de acuerdo con los datos presentados.

## 11. ¿Qué lugares visita con frecuencia para la compra del producto?

**Cuadro 16** LUGARES RECURRENTE DE COMPRA.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
ALMACENES	258	75,20%	75,20%	75,20%
FABRICAS	8	2,40%	2,40%	77,60%
CENTROS COMERCIALES	69	20,00%	20,00%	97,60%
OTROS	8	2,40%	2,40%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 11** LUGARES RECURRENTE DE COMPRA.



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

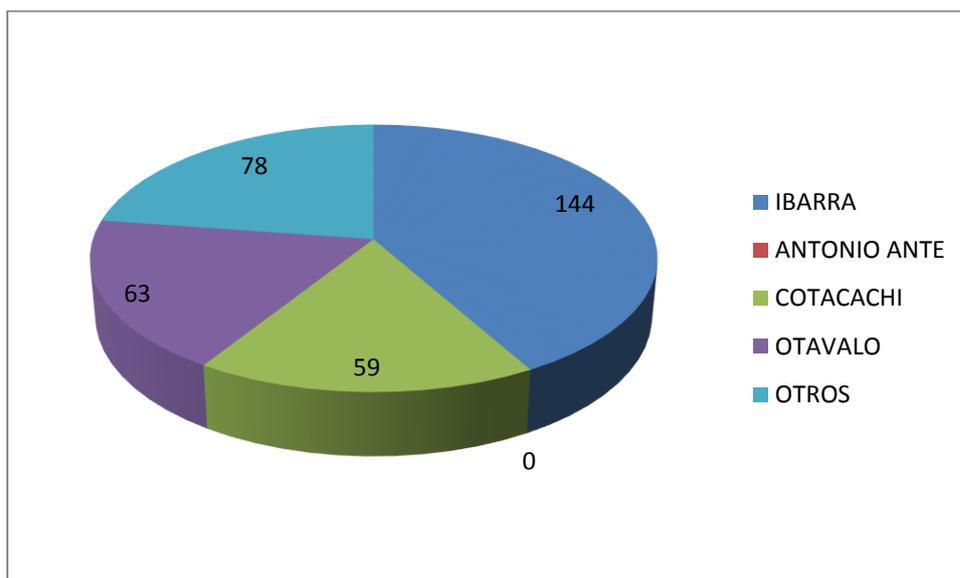
Los lugares más concurridos para realizar la compra de calzado son los almacenes seguidos de los centros comerciales y en menor acogida en fábricas, por lo que nuestra distribución se lo realizaría en este tipo de lugares.

## 12. ¿Cuál es la ubicación del lugar donde usted adquiere el calzado?

**Cuadro 17 UBICACIÓN DE LOS LUGARES DE COMPRA**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
IBARRA	144	41,87%	41,87%	41,87%
ANTONIO ANTE	0	0,00%	0,00%	41,87%
COTACACHI	59	17,07%	17,07%	58,93%
OTAVALO	63	18,40%	18,40%	77,33%
OTROS	78	22,67%	22,67%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 12 UBICACIÓN DE LOS LUGARES DE COMPRA CON MAYOR FRECUENCIA.**



**FUENTE:** Encuesta.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

### **ANÁLISIS:**

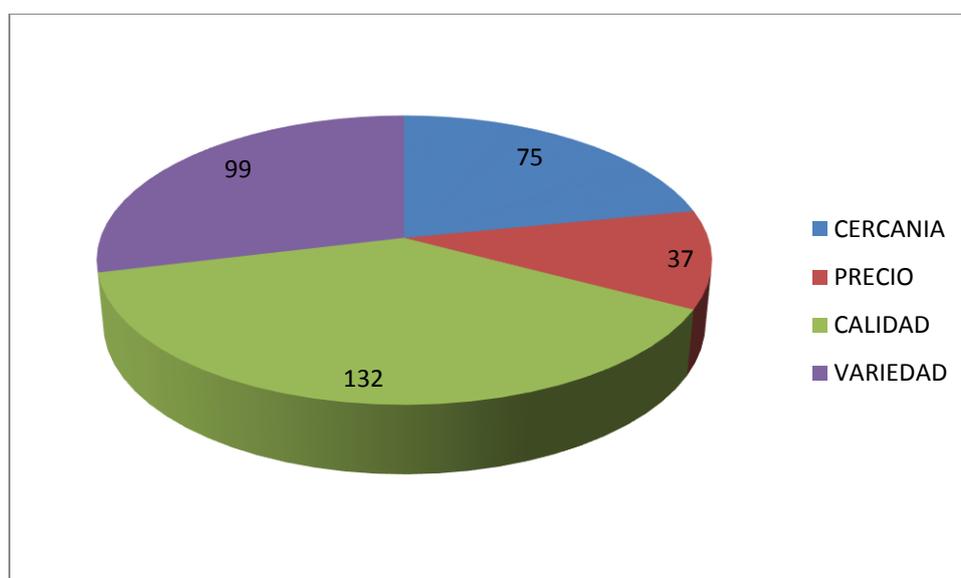
La mayoría de personas encuestadas prefieren realizar su compra en la ciudad de Ibarra, existiendo un porcentaje considerable que lo realizan en las ciudades de Cotacachi y un menor porcentaje adquiere este producto en la ciudad de Otavalo y Antonio Ante.

### 13. ¿Por qué prefiere este lugar?

**Cuadro 18 RAZÓN DE PREFERENCIA**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
CERCANIA	75	21,87%	21,87%	21,87%
PRECIO	37	10,93%	10,93%	32,80%
CALIDAD	132	38,40%	38,40%	71,20%
VARIEDAD	99	28,80%	28,80%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 13 RAZÓN DE PREFERENCIA.**



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

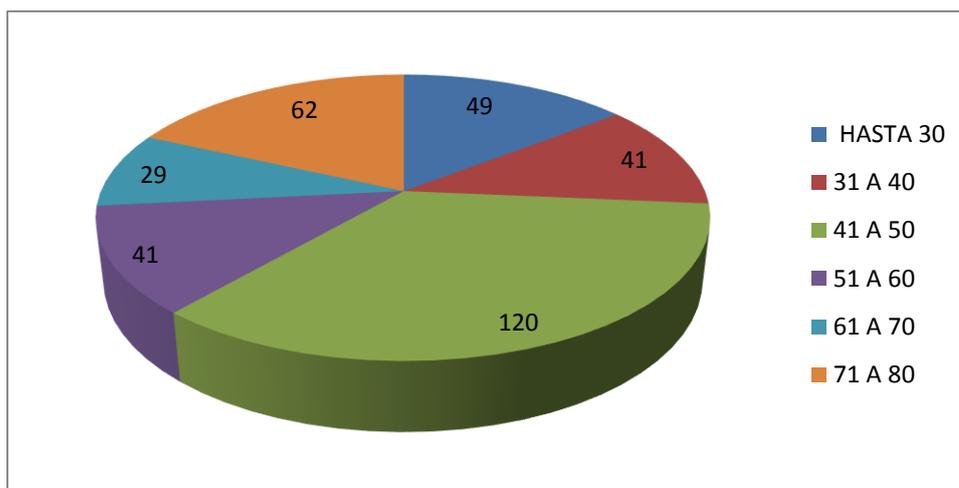
Al momento de realizar la compra del producto la mayoría de personas toman en cuenta la calidad y que exista variedad como principales características de los locales a los que concurren a efectuar sus compras; sin dejar de lado un factor muy importante como lo es el precio el cual será preponderante al momento de cerrar la adquisición.

**14. ¿Cuánto paga usted por un par de calzado en cuero de buena calidad?**

**Cuadro 19** PRECIO DE ADQUISICIÓN

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
HASTA 30	49	14,40%	14,40%	14,40%
31 A 40	41	12,00%	12,00%	26,40%
41 A 50	120	34,93%	34,93%	61,33%
51 A 60	41	12,00%	12,00%	73,33%
61 A 70	29	8,53%	8,53%	81,87%
71 A 80	62	18,13%	18,13%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 14** PRECIO DE ADQUISICIÓN



**FUENTE:** Encuesta.  
**ELABORACIÓN:** Los Autores.

**ANÁLISIS:**

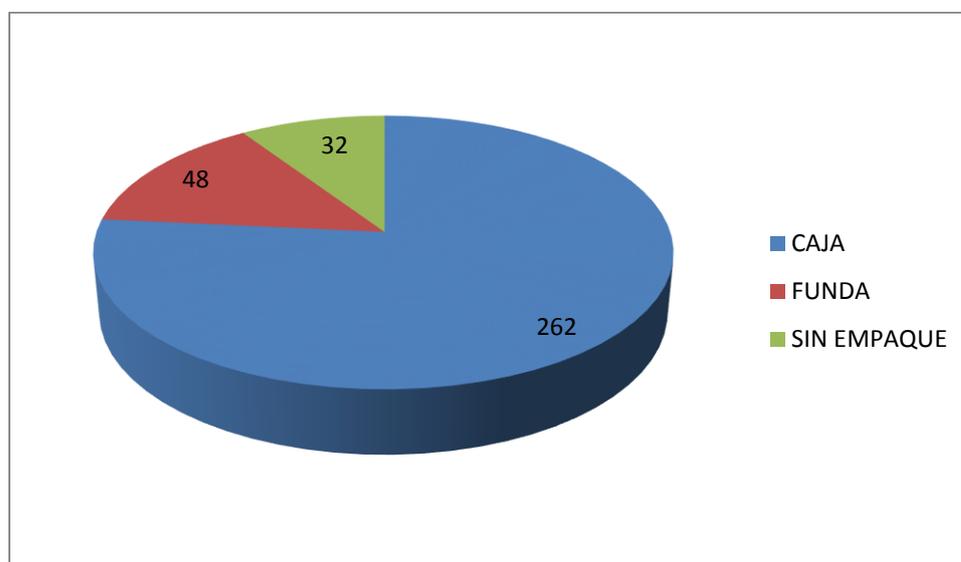
De acuerdo con los datos presentados podemos ver que el precio de mayor aceptación se encuentra entre los rangos de \$30.00 a \$50.00 y de \$60,00 a \$80,00; siendo los \$50.00 el valor referencial para la posterior fijación del precio; ya que al contar con precio que se encuentre relativamente cercano a esta cantidad garantiza que nuestro producto sea de fácil comercialización.

## 15. ¿Qué presentación prefiere cuando compra calzado?

**Cuadro 20 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
CAJA	262	76,53%	76,53%	76,53%
FUNDA	48	14,13%	14,13%	90,67%
SIN EMPAQUE	32	9,33%	9,33%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 15 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.**



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

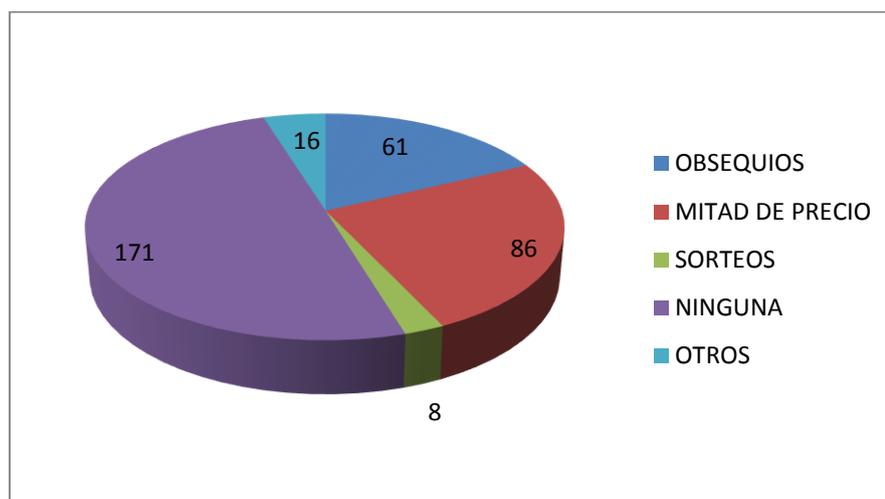
Al momento de la compra la mayoría de personas prefiere como empaque de su calzado las cajas, siendo éste un factor a considerar al momento de fijar el tipo de presentación de nuestro producto; ya que estaríamos cumpliendo con una de las preferencias de nuestros clientes al momento de la adquisición.

16. ¿Qué tipo de promociones ha recibido usted al comprar su calzado?

**Cuadro 21 PROMOCIONES RECIBIDAS**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
OBSEQUIOS	61	17,87%	17,87%	17,87%
MITAD DE PRECIO	86	25,07%	25,07%	42,93%
SORTEOS	8	2,40%	2,40%	45,33%
NINGUNA	171	49,87%	49,87%	95,20%
OTROS	16	4,80%	4,80%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 16 PROMOCIONES RECIBIDAS.**



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

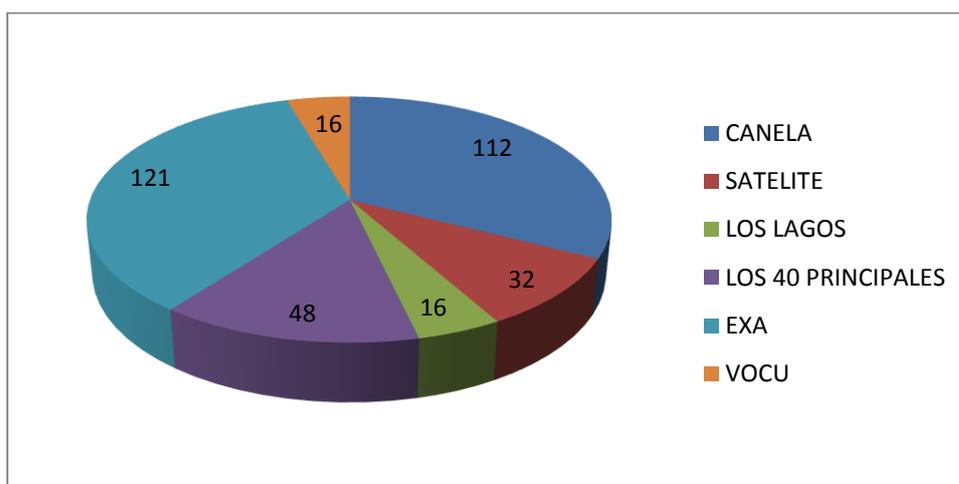
Al momento de efectuar la compra del producto el consumidor no ha recibido ningún tipo de promociones, existiendo algunas excepciones en los cuales se oferta el producto a mitad de precio. Por lo que nuestra empresa debería poner mayor atención a las promociones de calzado, ya que es un factor muy importante al momento de la comercialización.

## 17. ¿Qué emisora escucha con mayor frecuencia?

**Cuadro 22 EMISORAS RADIALES PREFERIDAS**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
CANELA	112	32,53%	32,53%	32,53%
SATELITE	32	9,33%	9,33%	41,87%
LOS LAGOS	16	4,53%	4,53%	46,40%
LOS 40 PRINCIPALES	48	13,87%	13,87%	60,27%
EXA	121	35,20%	35,20%	95,47%
VOCU	16	4,53%	4,53%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 17 EMISORAS RADIALES PREFERIDAS.**



FUENTE: Encuesta.

ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

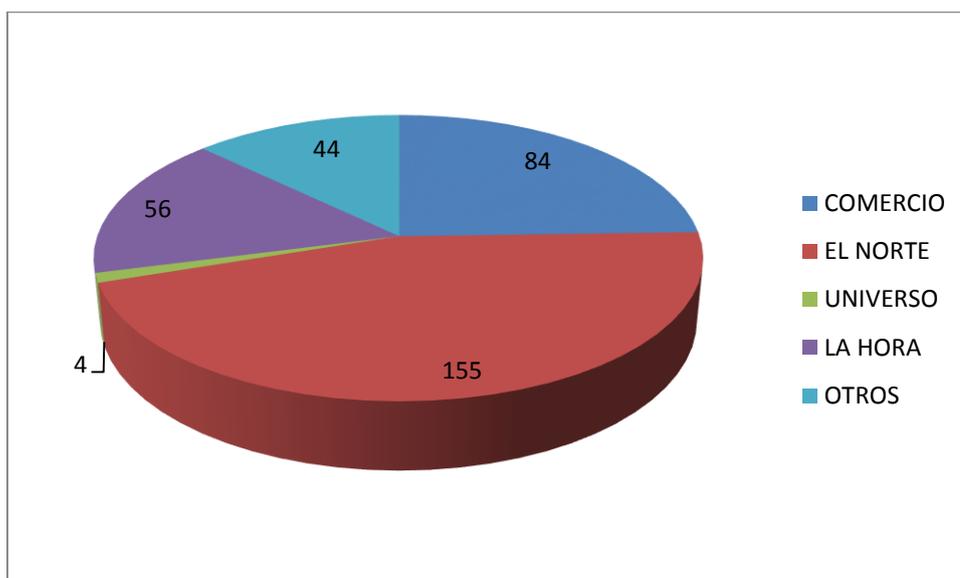
Dentro de la preferencia de las emisoras más escuchadas por las personas encuestadas son: EXA, Canela, Los 40 Principales, Satélite, los Lagos y Vocu, destacándose EXA y canela con los mayores porcentajes de aceptación.

## 18. ¿Cuál es su periódico preferido?

**Cuadro 23** DIARIOS PREFERIDOS

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
COMERCIO	84	24,53%	24,53%	24,53%
EL NORTE	155	45,33%	45,33%	69,87%
UNIVERSO	4	1,07%	1,07%	70,93%
LA HORA	56	16,27%	16,27%	87,20%
OTROS	44	12,80%	12,80%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 18** DIARIOS PREFERIDOS.



FUENTE: Encuesta.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

### ANÁLISIS:

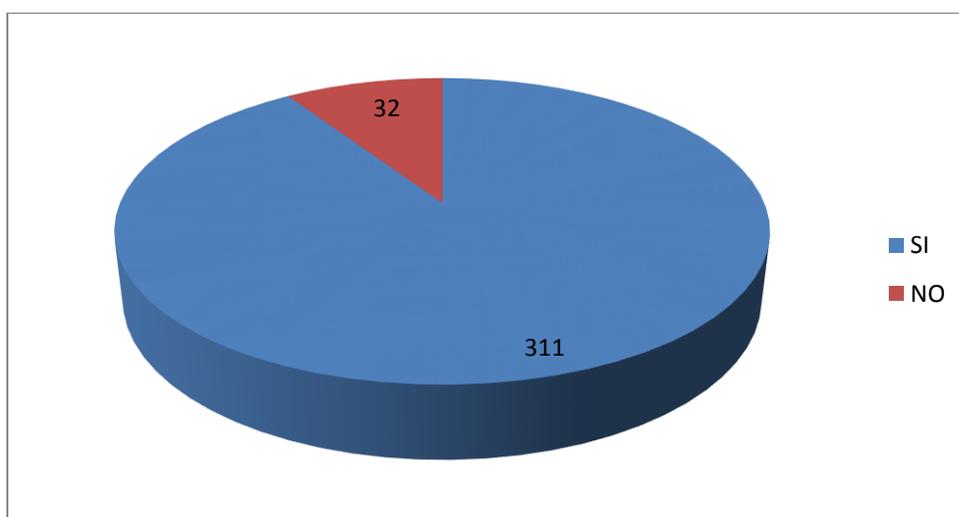
De acuerdo con los datos estadísticos podemos observar que el periódico de mayor circulación es el Diario del Norte, seguido del diario El Comercio y La Hora, lo que permite saber en qué periódico se puede dar a conocer nuestro producto.

**19. ¿Está Usted de acuerdo con la creación de una microempresa de calzado en cuero en el Cantón Cotacachi?**

**Cuadro 24** CREACIÓN MICROEMPRESA DE CALZADO.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	311	90,67%	90,67%	90,67%
NO	32	9,33%	9,33%	100,00%
TOTAL	343	100,00%	100,00%	

**Gráfico 19** CREACIÓN MICROEMPRESA DE CALZADO.



FUENTE: Encuesta.

ELABORACIÓN: Los Autores.

**ANÁLISIS:**

De acuerdo con los datos obtenidos de las personas encuestadas, podemos concluir que la idea de crear una Microempresa de calzado en cuero en el Cantón Cotacachi, tiene gran aceptación en un 90.67% por parte de la población, debido a que los comercializadores de calzado ofrecen sus productos en material sintético o lona en su mayoría, mientras que los productores ofertan botas como su único producto.

### 3.7 Identificación y Proyección de la Demanda

#### 3.7.1 Identificación de la Demanda.

Para obtener el cálculo de la demanda se parte de la pregunta N° 19 de este estudio en la cual se consulta si está de acuerdo con la creación de una microempresa de calzado en cuero en el Cantón Cotacachi al conocer los resultados se ha tomado las dos opciones de respuesta que indican que si existe demanda.

#### **Cuadro 25 RESUMEN DEMANDA ACTUAL.**

<b>AÑO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COMPRA ANUAL PARES</b>	<b>N° FAMILIAS</b>	<b>DEMANDA ANUAL PARES</b>
2.013	DEPORTIVO	2	3.176	6.352
	CASUAL	3		9.528
	FORMAL	6		19.056
	<b>TOTAL</b>	<b>11</b>		<b>34.936</b>

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores

#### 3.7.2 Proyección de la Demanda.

Partiendo de los datos obtenidos del INEC sobre los estratos sociales media, media – alta y alta de las parroquias urbanas del Cantón Cotacachi; dando un total de 3.176 para el año 2013, se considera una tasa de crecimiento de la demanda del 1.92%, determinamos una proyección para los siguientes años de la siguiente manera:

**Fórmula:**

$$D_p = DA(1+i)^n$$

### Simbología:

Dp = Demanda Proyectada.

DA = Demanda Actual

1 = Valor Constante

i = Tasa de Crecimiento

n = Tiempo

Aplicando la Fórmula los resultados quedan de la siguiente manera:

**Cuadro 26** Proyección del crecimiento poblacional.

AÑOS	PROYECCIÓN	$Dp=DA(1+i)^n$
2014	3.237	$Dp= 3.176(1,0192)^1$
2015	3.299	$Dp= 3.176(1,0192)^2$
2016	3.362	$Dp= 3.176(1,0192)^3$
2017	3.427	$Dp= 3.176(1,0192)^4$
2018	3.493	$Dp= 3.176(1,0192)^5$

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

**Cuadro 27** PROYECCIÓN DEMANDA CALZADO DEPORTIVO.

AÑOS	PARES COMPRADOS AÑO 2013	CRECIMIENTO POBLACIONAL	TOTAL DEMANDA ANUAL
2.014	2	3.237	6.474
2.015		3.299	6.598
2.016		3.362	6.725
2.017		3.427	6.854
2.018		3.493	6.986

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

**Cuadro 28** PROYECCIÓN DEMANDA CALZADO CASUAL.

<b>AÑOS</b>	<b>PARES COMPRADOS AÑO 2013</b>	<b>CRECIMIENTO POBLACIONAL</b>	<b>TOTAL DEMANDA ANUAL</b>
2.014	3	3.237	9.711
2.015		3.299	9.897
2.016		3.362	10.087
2.017		3.427	10.281
2.018		3.493	10.478

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

**Cuadro 29** PROYECCIÓN DEMANDA CALZADO FORMAL.

<b>AÑOS</b>	<b>PARES COMPRADOS AÑO 2013</b>	<b>CRECIMIENTO POBLACIONAL</b>	<b>TOTAL DEMANDA ANUAL</b>
2.014	6	3.237	19.422
2.015		3.299	19.795
2.016		3.362	20.175
2.017		3.427	20.562
2.018		3.493	20.957

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

### **3.8 Identificación y Proyección de la Oferta.**

#### **3.8.1 Identificación de la Oferta.**

Una vez conocidos los demandantes es bueno saber el comportamiento de la oferta, esto se debe a que el proyecto se dirigirá a cubrir aquella demanda que no esté siendo satisfecha por la oferta actual. El análisis de la oferta se logró mediante la recopilación de las fuentes primarias por medio del contacto directo con los proveedores.

Existen 3 comercializadores y 3 productores de calzado en cuero en las parroquias urbanas de Cotacachi, los cuales que no ofrecen una amplia variedad del producto; a quienes se les efectuó una entrevista con el fin de obtener datos que permitan establecer la oferta existente y con ello proyectar la oferta:

### **3.8.2. Entrevista aplicada a los propietarios de fábricas de calzado del canton Cotacachi.**

#### **1. ¿Nombre de la fábrica de calzado?**

- Botas Sandoval
- Instituto Tecnológico de la Industria del Cuero
- Francesco´s.

#### **2. ¿Cuáles son sus principales materias primas?**

**SINTESIS:** Las principales materias primas que utilizan para la confección del calzado son cuero de res en sus diferentes texturas y plantas de caucho o suela.

**ANÁLISIS:** De acuerdo con las respuestas de los fabricantes sus productos son elaborados a base de cuero de res para el cuerpo del calzado y para la planta emplean caucho o suela.

#### **3. ¿De dónde obtienen la materia prima? ¿La importan o se abastecen del mercado local?**

**SINTESIS:** Para la adquisición de la materia prima contamos con proveedores ambateños, con los cuales trabajamos ya varios años, quienes viajan todas las semanas a bastecer el mercado de la ciudad; o cuando no poseen en el momento el material nos lo hacen llegar por transporte a domicilio.

**ANÁLISIS:** El mercado local se abastece de materia prima por medio de proveedores ambateños, quienes viajan hasta la ciudad de Cotacachi para entregar el material o realizan envíos para cubrir la necesidad de los productores.

#### **4. ¿Cuáles son sus principales proveedores?**

**SINTEISIS:** Dentro de los principales proveedores de cuero están: Vicente Jumbo, Ángel Cárdenas, Curtilan S.A.; Tenería San José; Jaime Flores; entre otros. Mientras que los proveedores de insumos son; Importadora Saavedra, Comercial Rodríguez, Comercial Paz, Insugama.

**ANÁLISIS:** Con respecto a los proveedores tanto de cuero como de insumos podemos resaltar que todos coinciden en los nombres de estos, dado que son quienes abastecen el mercado local.

#### **5. ¿Han tenido problemas de escasez de la misma? ¿Qué han hecho en esos casos?**

**SINTEISIS:** Al ser los proveedores de Ambato uno de los principales productores de pieles de el país e insumos, y el estar cerca al vecino país de Colombia productor de insumos para calzado del cual adquieren sus productos los proveedores de insumos; ha permitido abastecernos de materiales; además que contamos con un inventario de materiales que nos permita tener producción constante.

**ANÁLISIS:** El hecho que los proveedores de insumos sean ambateños y la ubicación geográfica de Cotacachi han contribuido a que los productores puedan contar con un inventario que les permita mantener una producción continua.

#### **6. ¿Qué tipo de maquinaria utilizan?**

**SINTEISIS:** Para la confección del calzado se utiliza maquinaria semi-industrial ya que el proceso en su mayoría se lo realiza de forma manual al mantenerse en Cotacachi la cultura artesanal.

**ANÁLISIS:** Los productores cotacacheños cuentan con maquinaria semi-industrial ya que mantienen la cultura artesanal y la mayoría de sus procesos los realizan de forma manual.

**7. ¿De qué marca son sus máquinas? ¿Los repuestos, el servicio técnico son fáciles de conseguir?**

**SINTESIS:** Las marcas de las maquinas más utilizadas son: Sewmaq, Singer, Celme, Hitachi, Yuki y Simes; por la facilidad de adquirir repuestos, la durabilidad y el precio.

**ANÁLISIS:** Las principales marcas de máquinas utilizadas en el proceso productivo del calzado son: Yuki, Sewmaq y Singer ya que la adquisición de los repuestos es de mayor facilidad y se ajusta a las necesidades de los productores.

**8. ¿Cuál es la cantidad promedio de producción mensual de su empresa?**

**SINTESIS:** La producción total promedio que mantienen entre los tres productores es de 269 pares de calzado formal.

**ANÁLISIS:** Los productores de acuerdo a los detalles de producción que manejan en sus archivos confeccionan en promedio Botas Sandoval 121 pares de botas; Francesco's 83 pares; y el Instituto de la Industria del cuero 65 pares de zapatos formales mensualmente.

**9. ¿Cuántas personas ocupan en el proceso de producción?**

**SINTESIS:** Por la habilidad que han adquirido con el transcurso de los años en los procesos los operarios, contamos con un promedio de 12 personas.

**ANÁLISIS:** Al llevar un tiempo considerable en su puesto de trabajo y conocer a profundidad los procesos, han conseguido mayor agilidad en la realización de sus actividades y el requerimiento de personal es mínimo.

**10. ¿Qué grado de capacitación tienen sus trabajadores?**

**SÍNTESIS:** Los trabajadores con los que se cuenta actualmente tienen un grado de conocimientos muy bajo; debido a que sus conocimientos los han ido adquiriendo con el transcurso de los años y a través de la su iniciativa.

**ANÁLISIS:** Al ser la industria del calzado limitada en el cantón, el grado de capacitación de los trabajadores es bajo, ya que como se mencionó anteriormente los procesos se los sigue manejando de forma manual; y al no existir capacitadores especializados en el tema se torna difícil el poder incrementar su grado de conocimientos.

**11. ¿Han tenido algún problema en reubicar personal con el avenimiento de maquinarias nuevas o los han podido reinsertar en otros sectores?**

**SÍNTESIS:** No se ha tenido ningún tipo de inconveniente al reubicar al personal por el hecho de que la maquinaria se mantiene durante la mayoría del tiempo de existencia de la empresa.

**ANÁLISIS:** Al no haber una actualización en la tecnología que emplean los productores puesto que la mayoría de sus procesos los efectúan manualmente; no se ha presentado conflictos con la adecuación del personal a la maquinaria.

**12. ¿Cómo determinan sus precios? (son tomados del resto del mercado o utilizan sus propias determinaciones).**

**SÍNTESIS:** No se cuenta con un método que nos ayude a determinar el precio; lo que se realiza es una estimación del costo de los materiales que

intervienen en la confección y sobre ese valor se estima un valor referencial al de los competidores.

**ANÁLISIS:** Para la estimación del precio del calzado calculan empíricamente el costo de producción y a partir del mismo toman el precio de mercado de un producto similar.

### **13. ¿Cómo comercializa sus productos?**

**SINTESIS:** Para comercializar los productos se ha creado puntos de venta que permitan a los consumidores adquirir el calzado de forma directa.

**ANÁLISIS:** Como forma de comercialización han optado por la distribución directa al consumidor, a través de puntos de venta de sus productos.

### **14. ¿Cuál es el plazo de pago que les da, en promedio, a sus deudores comerciales?**

**SINTESIS:** Como plazo máximo de crédito se ha considerado 30 días, a causa de que se prefiere realizar las ventas de contado y recuperar pronto la inversión.

**ANÁLISIS:** Existe un alto grado de desconfianza al otorgamiento del crédito por lo cual han establecido un período máximo de 30 días, puesto que no se ha realizado un análisis de las ventas y desventajas del crédito.

### **15. ¿Qué plazo de pago le dan, en promedio, sus acreedores?**

**SINTESIS:** El plazo de crédito que se maneja en el medio con los proveedores es como máximo 30, 60 y 90 días dependiendo de los montos de compra.

**ANÁLISIS:** Para el otorgamiento de créditos por parte de los proveedores se revisa el monto adquirido y dependiendo de éste se maneja el plazo de 30, 60 y 90 días por la lenta recuperación de la inversión de los productores.

### **3.8.3. Entrevista a propietarios de almacenes de calzado en la ciudad de cotacachi.**

#### **1. ¿Nombre de los propietarios de los almacenes?**

- Tatto´s – Ximena Velastegui
- La Epoka Q´ Viste – Iván Gómez.
- Victoria Rosas – Juan Hidalgo.

#### **2. ¿Cuántos pares de calzado en promedio adquiere al mes?**

**SINTESIS.-** Tatto´s es el único comercializador que adquiere calzado deportivo con un estimado de 30 pares al mes; mientras que entre los tres comercializadores adquieren un promedio de 129 pares de calzado casual mientras que de calzado formal un promedio de 174 pares mensuales.

**ANÁLISIS.-** Podemos verificar que Tatto´s es el único comercializador de calzado deportivo con un promedio de compras mensual de 30 pares; de calzado casual 42, y formal 48. La Epoka Q´ Viste adquiere 70 pares formales y 50 casuales; mientras que Victoria Rosas compra 37 pares casuales y 56 pares de calzado formal en promedio.

#### **3. ¿Cuál fue su promedio de compra en calzado del año anterior?**

**SINTESIS.-** Los tres comercializadores concuerdan que el promedio de adquisición de años anteriores fue similar al descrito en la pregunta que precede.

**ANÁLISIS.-** De acuerdo a los datos históricos que mantienen los comercializadores se evidencio que el promedio de crecimiento que tuvieron en comparación al año anterior fue de alrededor del 1%.

#### **4. ¿Cuál es el precio promedio de sus productos?**

**SINTESIS.-** Dentro del precio promedio que manejan para la comercialización han tomado como referencia el precio de mercado de la siguiente manera: para calzado formal \$50,00; para casual \$48,00 y para el deportivo en \$45,00.

**ANÁLISIS.-** El precio promedio que se maneja en el mercado local es: para calzado formal \$50,00; para casual \$48,00 y para calzado deportivo \$45,00.

#### **5. ¿Qué tipo de calzado de cuero prefiere la gente?**

**SINTESIS.-** El tipo de calzado que nosotros ofertamos en su mayoría es botas y en una mínima cantidad el zapato formal, casual y deportivo.

**ANÁLISIS.-** El producto que los comerciantes ofertan en su mayoría es botas y el único comerciante de calzado es TATTOS el cual tiene otras características en su producto.

#### **6. ¿De qué tipo de material adquiere su producto?**

**SINTESIS.-** Al encontrarnos en Cotacachi conocido por la producción en cuero, las botas que ofertamos a los consumidores son de este material; mientras que el zapato se lo adquiere de material sintético o lona.

**ANÁLISIS.-** Los comerciantes para la elección de su producto que en este caso en la mayoría es las botas lo realizan de cuero mientras que TATTOS el único comercializador de zapato lo prefiere de lona o sintetice por el bajo costo que representa su adquisición.

## 7. ¿Cuáles son las tallas que más demanda la gente?

**SINTESIS.-** Las tallas más vendidas son de la 35 a la 38; muy poco las tallas grandes de la 39 – 41 y casi nula las tallas de niños que se encuentran entre la 29 - 34.

**ANÁLISIS.-** La mayor parte de la demanda del calzado comercializado se encuentra entre las tallas 34 – 38 seguida de las tallas 39 – 41 y en un mínimo numero las tallas 29-34.

Una vez analizadas las dos entrevistas se determinó la oferta actual:

### **Cuadro 30 OFERTA ACTUAL.**

<b>AÑO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>Nº FABRICAS Y COMERCIALIZADORES</b>	<b>OFERTA MENSUAL PARES</b>	<b>OFERTA ANUAL PARES</b>
2013	DEPORTIVO	6	30	360
	CASUAL		129	1.542
	FORMAL		443	5.316
	<b>TOTAL</b>			<b>7.218</b>

**FUENTE:** Entrevistas propietarios almacenes y fabricas Cotacachi.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

### **3.8.4 Proyección de la Oferta.**

Después de conocer como está compuesta la oferta del proyecto y conociendo que la tasa de crecimiento promedio anual es del 8% la proyección de la oferta sería la siguiente:

**Fórmula:**

$$Op = OA(1+i)^n$$

### Simbología:

Op = Oferta Proyectada.

OA = Oferta Actual

1 = Valor Constante

i = Tasa de Crecimiento

n = Tiempo

Aplicando la Fórmula los resultados quedan de la siguiente manera:

#### **Cuadro 31** PROYECCIÓN OFERTA CALZADO DEPORTIVO.

AÑOS	PROYECCIÓN	Op= OA(1+i) <sup>n</sup>
2014	389	Op=360(1.08) <sup>1</sup>
2015	398	Op=360(1.08) <sup>2</sup>
2016	408	Op=360(1.08) <sup>3</sup>
2017	418	Op=360(1.08) <sup>4</sup>
2018	429	Op=360(1.08) <sup>5</sup>

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

#### **Cuadro 32** PROYECCIÓN OFERTA CALZADO CASUAL

AÑOS	PROYECCIÓN	Op= OA(1+i) <sup>n</sup>
2014	1.665	Op= 1.542(1.08) <sup>1</sup>
2015	1.707	Op= 1.542(1.08) <sup>2</sup>
2016	1.749	Op= 1.542(1.08) <sup>3</sup>
2017	1.792	Op= 1.542(1.08) <sup>4</sup>
2018	1.837	Op= 1.542(1.08) <sup>5</sup>

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

### **Cuadro 33 PROYECCIÓN OFERTA CALZADO FORMAL.**

<b>AÑOS</b>	<b>PROYECCIÓN</b>	<b>Op= OA(1+i)<sup>n</sup></b>
2014	5.741	Op= 5.316(1.08) <sup>1</sup>
2015	5.884	Op= 5.316(1.08) <sup>2</sup>
2016	6.030	Op= 5.316(1.08) <sup>3</sup>
2017	6.179	Op= 5.316(1.08) <sup>4</sup>
2018	6.332	Op= 5.316(1.08) <sup>5</sup>

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

### **3.9 Proyecciones de la Demanda Insatisfecha.**

La demanda insatisfecha se determina cuando la oferta de un producto no alcanza a cubrir la demanda Su cálculo se establece de la siguiente manera:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta} \quad (\text{DI} = \text{D} - \text{O})$$

### **PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER.**

#### **Cuadro 34 CALZADO DEPORTIVO**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DEFICIT</b>
2014	389	6.474	-6.085
2015	398	6.598	-6.200
2016	408	6.725	-6.317
2017	418	6.854	-6.436
2018	429	6.986	-6.557

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

#### **Cuadro 35 CALZADO CASUAL**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DEFICIT</b>
2014	1.665	9.711	-8.046
2015	1.707	9.897	-8.191
2016	1.749	10.087	-8.338
2017	1.792	10.281	-8.489
2018	1.837	10.478	-8.642

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

### **Cuadro 36 CALZADO FORMAL.**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DEFICIT</b>
2014	5.741	19.422	-13.681
2015	5.884	19.795	-13.911
2016	6.030	20.175	-14.145
2017	6.179	20.562	-14.383
2018	6.332	20.957	-14.625

**FUENTE:** Base de Datos.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

De acuerdo con el análisis de la tabla anterior podemos decir que en el cantón Cotacachi existe una demanda insatisfecha muy significativa, esto se debe a la escasez de productores y a la poca comercialización existente en la ciudad, es por esta razón que la gente se traslada a otros cantones para poder adquirir este producto, pero de los datos obtenidos de las encuestas se pudo conocer que si en Cotacachi existiera una microempresa de producción y comercialización de calzado en cuero que sea de calidad, variedad y precios módicos no sería necesario salir de la ciudad en busca de este producto.

#### **3.10 Proyección a satisfacer la demanda potencial.**

El medio económico y social del sector y además tomando en cuenta la capacidad de producción del proyecto se considera adecuado el cubrir el 15.00% de la demanda insatisfecha, que luego del análisis de la oferta y demanda corresponde a de calzado en cuero deportivos, formales, casuales al mes.

## PROYECCIÓN DEMANDA A CUBRIR DE CALZADO

**Cuadro 37 CALZADO DEPORTIVO.**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>PORCENTAJE A CUBRIR</b>	<b>N° PARES CALZADO ANUAL</b>
2014	6.085	15.00%	913
2015	6.200	15.00%	930
2016	6.317	15.00%	947
2017	6.436	15.00%	965
2018	6.557	15.00%	984

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

**Cuadro 38 CALZADO CASUAL.**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>PORCENTAJE A CUBRIR</b>	<b>N° PARES CALZADO ANUAL</b>
2014	8.046	15.00%	1.207
2015	8.191	15.00%	1.229
2016	8.338	15.00%	1.251
2017	8.489	15.00%	1.273
2018	8.642	15.00%	1.296

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

**Cuadro 39 CALZADO FORMAL.**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>PORCENTAJE A CUBRIR</b>	<b>N° PARES CALZADO ANUAL</b>
2014	13.681	15.00%	2.052
2015	13.911	15.00%	2.087
2016	14.145	15.00%	2.122
2017	14.383	15.00%	2.157
2018	14.625	15.00%	2.194

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

### 3.11. Análisis de Precios.

Dentro del estudio se buscó conocer cuál sería el precio que las personas estarían dispuestas a cancelar por las tres clases de calzado que se pretende ofrecer; los cuales en promedio se encuentran entre \$41,00 a

\$50,00 de acuerdo a las respuestas obtenidas en la pregunta N° 14 de la encuesta realizada a los consumidores de las parroquias urbanas del cantón Cotacachi.

Para sustentar y determinar de manera correcta el precio se realizó una investigación a los comercializadores de calzado de las parroquias urbanas del cantón quienes como precios promedio de mercado se establecieron en: \$50,00 para calzado formal; \$48,00 para el casual y para el deportivo \$45,00; previo análisis de las características del producto que se pretende ofrecer.

Entonces partiendo de estos datos se ha determinado que los precios serán los que se manejan actualmente en el mercado.

**Cuadro 40 DETERMINACIÓN DE PRECIOS.**

<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO</b>
CALZADO FORMAL	\$ 45,00
CALZADO CASUAL	\$ 48,00
CALZADO DEPORTIVO	\$ 50,00

**FUENTE:** Base de Datos.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

Para el crecimiento del precio en los siguientes años se ha considerado la tasa de inflación que es del 2,68% anual; más un 2% por imprevistos que puedan presentarse; la proyección de los precios sería:

**Cuadro 41 PROYECCIÓN DE PRECIOS.**

<b>DETALLE</b>	<b>2.014</b>	<b>2.015</b>	<b>2.016</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>
CALZADO FORMAL	\$45,00	\$47,11	\$49,31	\$51,62	\$54,03
CALZADO CASUAL	\$48,00	\$50,45	\$52,60	\$55,06	\$57,64
CALZADO DEPORTIVO	\$50,00	\$52,34	\$54,79	\$57,35	\$60,04

**FUENTE:** Base de Datos.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

### **3.12. Conclusiones.**

- Una vez realizado el estudio de mercado se ha podido determinar que en el cantón Cotacachi existe una gran aceptación por parte de la ciudadanía, en que se cree una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de calzado en cuero, ya que en esta ciudad los productores de calzado se han orientado solo hacia la confección de botas.
- Este estudio nos permite concluir que el tipo de calzado que los consumidores prefieren son: casual y formal de colores oscuros, de diferentes tallas en una considerable aceptación y en una menor aceptación los deportivos.
- En la ciudad de Cotacachi existen una pequeña cantidad de productores de calzado y son pocos los distribuidores los mismos que no satisfacen las necesidades de este producto, por cuanto se ha determinado que existe una considerable cantidad de demanda insatisfecha de la cual se pretende cubrir el 15.00% de acuerdo a la capacidad instalada del proyecto.
- Los almacenes y fábricas existentes en la ciudad de Cotacachi no realizan promociones de venta, lo cual es una estrategia importante para la comercialización de cualquier producto dentro del mercado.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO.

#### 4.1 Localización del Proyecto.

##### 4.1.1 Macro Localización.

El lugar de ejecución del Proyecto será en la Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, Parroquia San Francisco, Barrio San Francisco.

Como es de conocimiento el Cantón Cotacachi es reconocido a nivel nacional e internacionalmente por su producción manufacturera en artículos de cuero, en este sentido se ha visto la oportunidad de acceder a todos los conocimientos y facilidades existentes para estas actividades en el cantón, en vista de que se podrá contar con materia prima, mano de obra, servicio técnico y apoyo tecnológico especializado.

#### ***Ilustración 1 MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.***



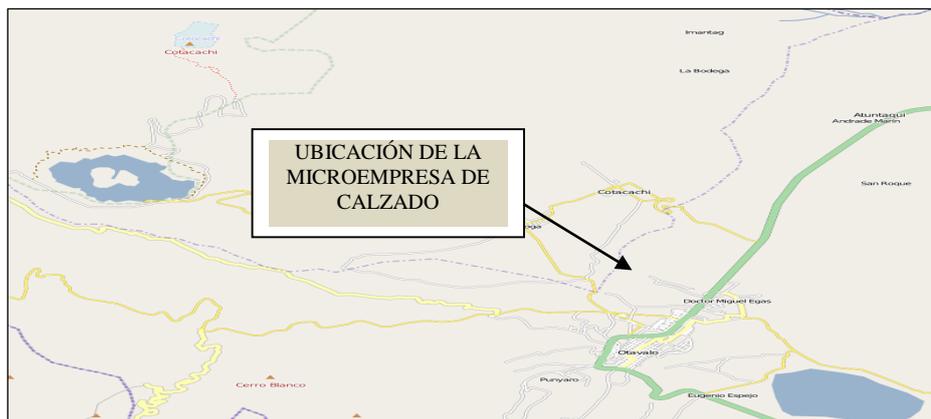
**FUENTE:** Base de Datos.  
**ELABORACIÓN:** Los Autores.

#### 4.1.2 Micro Localización.

El lugar donde funcionará la Micro empresa, se encuentra ubicado en la ciudad de Cotacachi, barrio San Francisco, en las calles Imbabura y Rocafuerte.

En donde se tiene previsto alquilar un edificio de producción de 8 m. de frente por 15m. de fondo, el mismo que dispone de todos los servicios básicos necesarios, la carreteras de acceso son de primer orden, se posee servicio de transporte público, por lo que estos y otros factores fueron analizados detalladamente en la realización de la Matriz Locacional.

#### *Ilustración 2 MAPA DEL CANTÓN COTACACHI.*



FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

#### 4.1.3 Matriz Locacional

Para la aplicación de alternativas de localización de la microempresa, se utilizara la matriz de factores que se detalla a continuación:

##### ➤ Matriz de Factores

Para la realización de esta matriz se utilizó los siguientes factores y secuencia:

**a) Identificación de Factores**

- Disponibilidad de luz eléctrica.
- Disponibilidad de Agua Potable.
- Disponibilidad de Teléfono Fijo.
- Disponibilidad de Internet.
- Mercados Meta.
- Tecnología y Asistencia técnica.
- Disponibilidad de Materia Prima.
- Disponibilidad de Insumos.
- Disponibilidad de Mano de Obra.
- Canales de distribución.
- Transporte.
- Competencia.
- Posibilidad de Expansión.

**b) Lugares**

- El Ejido (A).
- San Francisco (B).
- Quiroga (C).
- San José (D).
- Imantag (E).

**c) Definición de la Matriz Básica.**

**Cuadro 42 FACTORES DE LOCALIZACIÓN**

<b>FACTORES DE LOCALIZACIÓN</b>						
<b>No.</b>	<b>FACTORES</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>
1	Disponibilidad de luz eléctrica	95	95	95	90	85
2	Disponibilidad de Agua Potable	95	95	95	92	80
3	Disponibilidad de Teléfono Fijo	90	95	95	85	70
4	Disponibilidad de Internet	95	95	90	80	60
5	Mercados Meta	80	85	80	70	50
6	Tecnología y Asistencia técnica	50	50	50	30	20
7	Disponibilidad de Materia Prima	80	80	70	70	60
8	Disponibilidad de Insumos	90	80	80	70	60
9	Disponibilidad de Mano de Obra	90	100	90	60	50
10	Canales de distribución	90	90	65	65	50
11	Transporte	90	90	70	80	60
12	Competencia	80	90	70	50	50
13	Posibilidad de Expansión	50	100	70	50	40

**FUENTE:** Base de Datos.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

La escala de evaluación de factores se la estructuró con un rango de 1 a 100 puntos por factor.

**d) Ponderación de factores de Localización.**

**Cuadro 43 PONDERACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN**

PONDERACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN							
No.	FACTORES	PONDERACIÓN	A	B	C	D	E
1	Disponibilidad de luz eléctrica	0.05	95	95	95	90	85
2	Disponibilidad de Agua Potable	0.05	95	95	95	92	80
3	Disponibilidad de Teléfono Fijo	0.05	90	95	95	85	70
4	Disponibilidad de Internet	0.05	95	95	90	80	60
5	Mercados Meta	0.075	80	85	80	70	50
6	Arriendo de la Planta de Producción.	0.1	50	80	75	75	75
7	Tecnología y Asistencia técnica	0.05	50	50	50	30	20
8	Disponibilidad de Materia Prima	0.075	80	80	70	7	60
9	Disponibilidad de Insumos	0.075	90	80	80	70	60
10	Disponibilidad de Mano de Obra	0.075	90	100	90	60	50
11	Canales de Distribución	0.075	90	90	65	65	50
12	Transporte	0.1	90	90	75	80	60
13	Competencia	0.075	80	90	70	50	50
14	Posibilidad de Expansión	0.1	50	100	70	50	40
TOTALES PONDERADOS		1	1.125.00	1.225.00	1.100.00	967.00	810.00

**FUENTE:** Base de Datos.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

### e) Priorización de factores de Localización y Ponderación

**Cuadro 44** PRIORIZACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN

PRIORIZACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN							
No.	FACTORES	PONDERACIÓN	A	B	C	D	E
1	Disponibilidad de luz eléctrica	0.05	4.75	4.75	4.75	4.5	4.25
2	Disponibilidad de Agua Potable	0.05	4.75	4.75	4.75	4.6	4
3	Disponibilidad de Teléfono Fijo	0.05	4.5	4.75	4.75	4.25	3.5
4	Disponibilidad de Internet	0.05	4.75	4.75	4.5	4	3
5	Mercados Meta	0.075	6	6.375	6	5.25	3.75
6	Arriendo de la Planta de Producción.	0.1	5	8	7.5	7.5	7.5
7	Tecnología y Asistencia técnica	0.05	2.5	2.5	2.5	1.5	1
8	Disponibilidad de Materia Prima	0.075	6	6	5.25	5.25	4.5
9	Disponibilidad de Insumos	0.075	6.75	6	6	5.25	4.5
10	Disponibilidad de Mano de Obra	0.075	6.75	7.5	6.75	4.5	3.75
11	Canales de Distribución	0.075	6.75	6.75	4.875	4.875	3.75
12	Transporte	0.1	9	9	7.5	8	6
13	Competencia	0.075	6	6.75	5.25	3.75	3.75
14	Posibilidad de Expansión	0.1	5	10	7	5	4
TOTALES PRIORIZADOS		1	78.50	87.88	77.38	68.23	57.25

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

#### ➤ Selección de la alternativa óptima

Una vez realizada la matriz de factores de localización con su respectiva ponderación, se ha obtenido los siguientes resultados:

**Cuadro 45** SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA ÓPTIMA

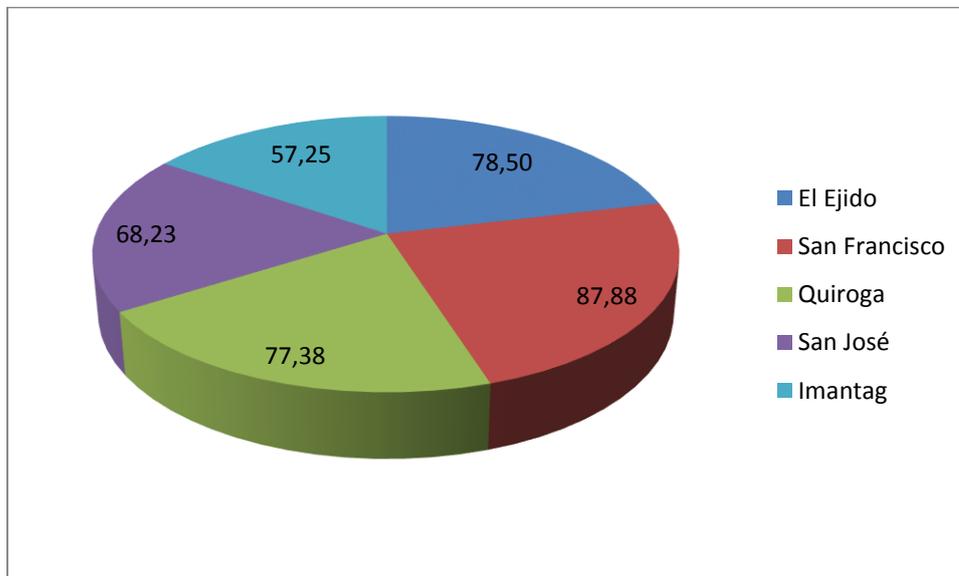
	LUGAR	RESULTADO
A	El Ejido	78.50
B	San Francisco	87.88
C	Quiroga	77.38
D	San José	68.23
E	Imantag	57.25

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

Resultados que se ven reflejados en el siguiente gráfico.

**Gráfico 20 RESULTADOS ALTERNATIVA ÓPTIMA.**



**FUENTE:** Base de Datos.  
**ELABORACIÓN:** Los Autores.

De acuerdo a los valores ponderados y a los resultados obtenidos, como hemos podido ver en el cuadro y gráfico previo, las mejores opciones para la localización de la microempresa serían:

**Cuadro 46 LOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

	LUGAR	RESULTADO
A	El Ejido	78.50
B	San Francisco	87.88
C	Quiroga	77.38

**FUENTE:** Base de Datos.  
**ELABORACIÓN:** Los Autores.

Por lo que luego de haber definido la matriz básica de localización, y haber realizado el proceso correspondiente de ponderación y priorización de factores se ha concluido que la localización más óptima de la microempresa de producción de calzado sería en el Barrio San Francisco.

➤ **Plano de micro localización**

**Ilustración 3 PLANO DE MICROLOCALIZACIÓN.**



FUENTE: Base de Datos.  
ELABORACIÓN: Los Autores.

**4.2. Tamaño del Proyecto**

El tamaño del proyecto estará determinado de acuerdo a los aspectos, citados en los cuadros siguientes:

**Cuadro 47 TAMAÑO DEL PROYECTO**

<b>TAMAÑO DEL PROYECTO</b>		
<b>Terreno 15 * 8 M2</b>		
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>		
<b>ESPACIO</b>	<b>ÁREA (M2)</b>	<b>%</b>
Gerencia	12	10.00
Ventas	8	6.67
Administración	8	6.67
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>		
Área de máquinas	18	15.00
Costura	9	7.50
Armado	9	7.50
Plantado	10	8.33
Terminado	10	8.33
Bodega 1	9	7.50
Bodega 2	7	5.83
<b>ÁREA DE SERVICIO</b>		
1/2 Baño No. 1	2.1	1.75
1/2 Baño No. 2	2.1	1.75
<b>ÁREA COMÚN</b>		
Hall	15.8	13.17
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

**Cuadro 48 DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES.**

<b>HALL (15,80 m2)</b>		
<b>ÁREA DE VENTAS (8 m2)</b>	<b>BODEGA 2 (7 m2)</b>	<b>TERMINADO (10 m2)</b>
<b>BAÑO 1 (2,10 m2)</b>	<b>ÁREA DE MAQUINAS (18 m2)</b>	<b>PLANTADO (10 m2)</b>
<b>GERENCIA (12 m2)</b>		<b>ARMADO (9 m2)</b>
<b>ADMINISTRACIÓN (8 m2)</b>		<b>COSTURA Y CORTE (9 m2)</b>
	<b>BAÑO 2 (2,10 m2)</b>	<b>BODEGA 1 (9 m2)</b>

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

De igual forma el proyecto para su funcionamiento se necesitará de seis personas en el área de producción y tres para el área administrativa, las mismas que serán detalladas posteriormente.

#### **4.2.1 Factores Determinantes.**

##### **a) El Mercado.**

Al citar el mercado debemos indicar que se tiene previsto cubrir la demanda existente en primera instancia en el mercado de Cotacachi, y la Provincia, tomando en cuenta que la distribución del producto la haremos directa a los consumidores del mismo.

Pero de igual forma se tiene previsto la contratación de un agente vendedor que se encargará de expandir este mercado provincial a uno regional y nacional, en vista de existir una creciente demanda del producto, distribuyendo de igual forma nuestra mercadería a los grandes expendedores a nivel nacional.

##### **b) Economías de Escala.**

En lo referente a la inclusión en el proceso de economías de escala, el proyecto se encuentra abierto y está diseñado en su concepción a que luego de los primeros años de operación y una vez que la micro empresa alcance un nivel óptimo de producción y especialización, para conseguir ir produciendo más a menor costo, es decir, a medida que la producción crezca sus costos por unidad de igual forma se vayan reduciendo. Esto quiere decir que cuanto más produzcamos, menos nos cueste producir cada unidad.

Con lo citado anteriormente podemos indicar que al inicio del proyecto se pretende utilizar el 23.68 % de la capacidad diaria instalada de la maquinaria, por lo que a futuro se pretenderá incrementar la producción,

hay que tener en cuenta que una economía de escala no conlleva únicamente el realizar incrementos de producción, ya que en muchos casos estos incrementos no generan una disminución de costos unitarios, por lo que se tiene previsto que la microempresa en el transcurso del tiempo, tome en cuenta ciertos factores que de igual forma posibilitarán el desarrollo de economías de escala, estos factores son:

- Descuentos en la compra de inputs (aumento en los factores de producción). Una empresa puede obtener descuentos en el precio de los inputs cuando compra grandes volúmenes.
- Inputs especializados. A medida que aumenta la escala de producción la empresa puede disponer de trabajadores y máquinas más especializadas, lo que aumenta la eficiencia y reduce los costos.
- Técnicas y sistemas de organización. A medida que aumenta la escala de producción la empresa puede aplicar mejores técnicas para organizar sus activos productivos.
- Aprendizaje. El aprendizaje y la experiencia adquirida durante el proceso de producción favorecen la reducción de costos.

#### **c) Disponibilidad Tecnológica.**

La tecnología que se aplicará para la producción de calzado se basa en los procesos establecidos en las fábricas de producción observadas, teniendo en cuenta que se realizará la adquisición de maquinaria semi-industrial para la fabricación de estos productos, que es la más accesible en el mercado local y que se puede contar con el asesoramiento técnico necesario para el funcionamiento de las mismas.

#### **d) Disponibilidad de Insumos, materiales y materias prima.**

La disponibilidad existente de insumos, materiales y materias primas por la ubicación del proyecto sería óptima, en vista de que nuestra ciudad es visitada frecuentemente por comerciantes de pieles (cuero); además a unas

cuantas horas se encuentran grandes distribuidores de todos lo necesario para la elaboración del producto, esto es en las ciudades de Quito y en el vecino país de Colombia.

Hay que tomar en cuenta que esto se da en vista de que el cantón es conocido como productor netamente de artículos de cuero.

#### **4.2.2 Optimización del Tamaño del Proyecto.**

Para una mejor optimización del tamaño del proyecto se ha previsto dividir las áreas de trabajo en dos: Administrativa y Productiva.

Tomando en cuenta que la construcción a realizarse para la área administrativa tendrá todas las comodidades para el funcionamiento de oficinas, mientras que para el área de Producción se ha previsto la edificación de 4 áreas: En una se instalará la maquinaria, la cual será más amplia y ventilada, en otra se realizará el proceso de costura, la siguiente será el área de armado y plantado; finalmente el área de producto terminado.

#### **4.2.3 Determinación de la Capacidad de Producción.**

Para determinar la capacidad de la producción se ha procedido a realizar visitas a fábricas de estos productos para poder establecer la capacidad de cada máquina según el modelo de calzado a producir, estableciendo estos estimados en el cuadro siguiente:

#### **Cuadro 49** CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN AL 100%

MÁQUINA	CANTIDAD	CAPACIDAD PRODUCTIVA ANUAL	CAPACIDAD PRODUCTIVA MENSUAL	CAPACIDAD PRODUCTIVA DIARIA
Máquina Recta Hidráulica	1	12.960	1.080	36
Máquina Desbastadora	1	12.960	1.080	36
Máquina de Poste Hidráulica	1	13.872	1156	38
Máquina Pulidora	1	15.000	1.250	42

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

La capacidad de producción de la maquinaria es un promedio de 38 pares diarios; tomando en consideración que se producirán tres tipos de modelos.

#### **Cuadro 50** CAPACIDAD ESPERADA DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO.

CALZADO	PROD. ANUAL EN PARES.	PROD. MENSUAL EN PARES.	PROD. DIARIA EN PARES.
DEPORTIVO	417	35	2
CASUAL	695	58	3
FORMAL	1.024	85	4

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

La capacidad de producción de la maquinaria esperada es de nueve pares diarios; tomando en cuenta que en este caso la producción solo se realizará durante la jornada de trabajo diaria que será de 8 horas, 20 días en el mes.

### **4.3 Ingeniería del Proyecto**

#### **4.3.1 Procesos de Producción**

El proceso de confección de calzado, se lo realiza tomando en cuenta las actividades expuestas en el siguiente cuadro.

**Cuadro 51 PROCESO DE CONFECCIÓN DE CALZADO**

<b>No.</b>	<b>Actividad</b>
1	Adquisición de Materia Prima (cuero, plantas, suelas)
2	Elaboración de los patrones de moldes según el tipo de horma.
3	Corte del cuero
4	Costura
5	Armar el corte o montaje (en horma)
6	Empastado y preparación de plantillas
7	Plantada (Pegado y clavado de la planta o suela)
8	Terminado (Corrección de errores, codificado y empacado)
9	Almacenamiento en Bodega.
10	Distribución y Comercialización.

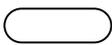
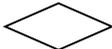
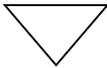
**FUENTE:** Base de Datos.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

**a) Diagrama de Flujo**

A continuación se detalla la simbología a utilizar en el diagrama:

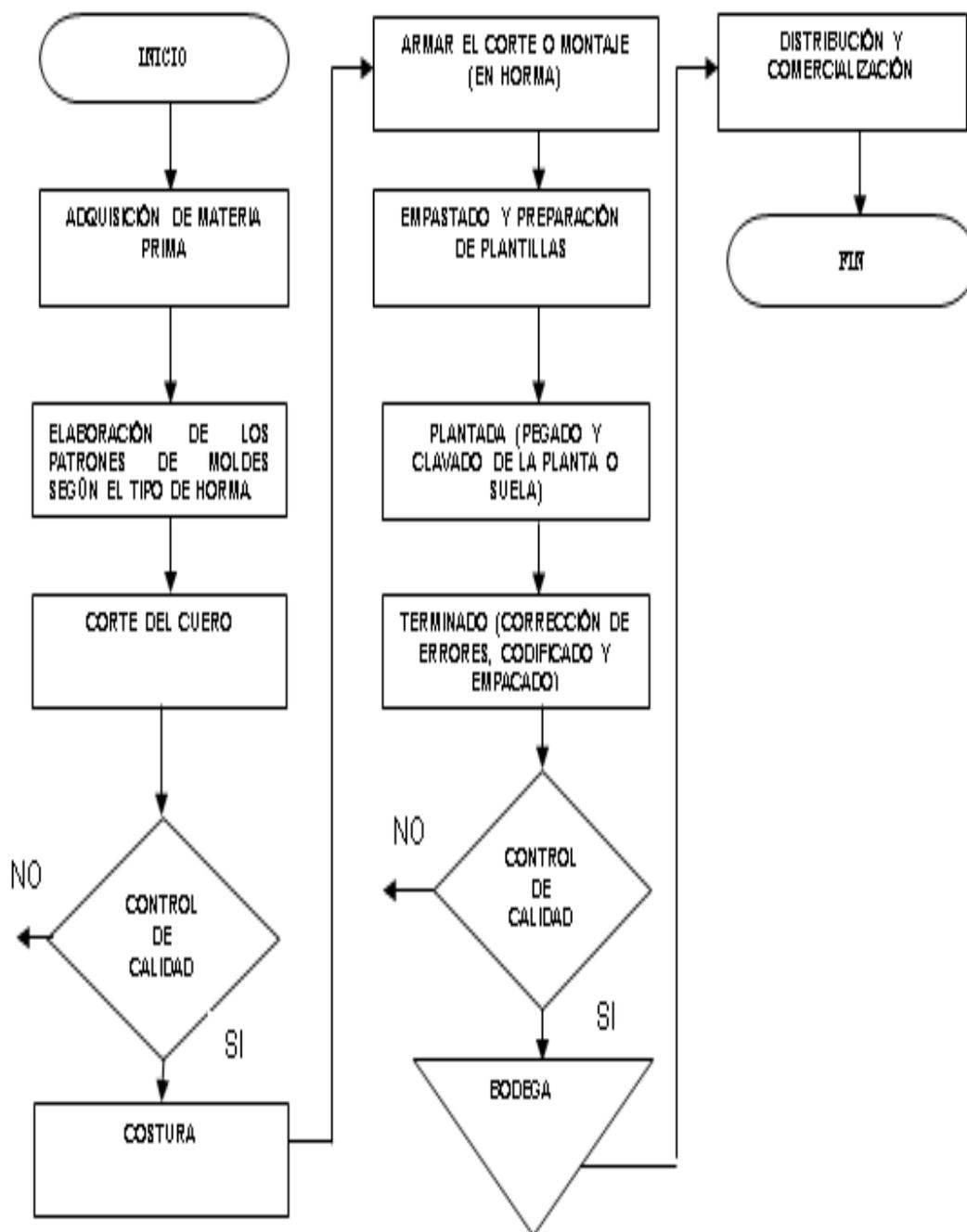
**Cuadro 52 DIAGRAMA DE FLUJO**

<b><u>Simbología</u></b>	<b><u>Operación</u></b>
	Inicio o finalización
	Proceso
	Transporte
	Decisión
	Almacenamiento

**FUENTE:** Base de Datos.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

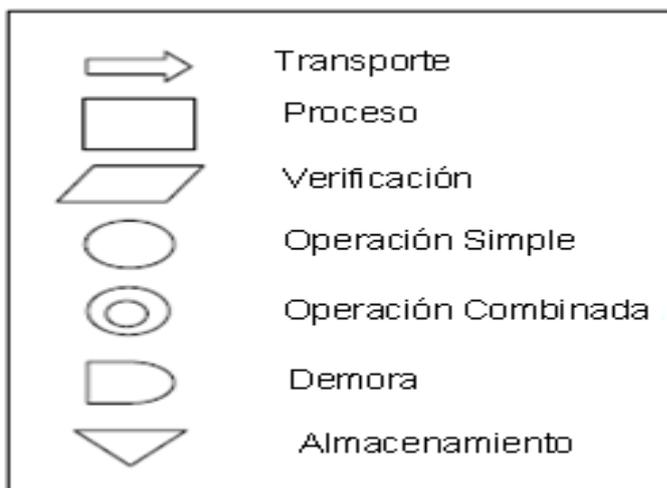
**DIAGRAMA 1** FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CALZADO.



**FUENTE:** Base de Datos.  
**ELABORACIÓN:** Los Autores.

**Cuadro 53** *DIAGRAMA DE FLUJO*

**Simbología del Diagrama**



Elaboración: Los Autores

**Cuadro 54** *SIMBOLOGÍA DEL DIAGRAMA DE OPERACIÓN*

Listado de Actividades	Tiempo Previsto/Minutos
1. Elaboración de Patrones de moldes (envoltura de la horma, dividido de la horma, sacado de perfiles y dibujo del patrón).	120
2. Selección de la Piel (cuero)	5
3. Colocación de los moldes y corte de la Piel (cuero) y tela.	10
4. Costura de las piezas.	20
5. Cortado y Armado de Plantillas.	10
6. Clavar y moldear la plantilla a la horma.	8
7. Clavar y moldear la piel a la plantilla colocada en la horma.	15
8. Cementado de zapato.	5
9. Cementado de la planta y pegado.	18
10. Colocación de plantilla, limpieza, abrillantamiento.	15
11. Empaque.	5

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Los Autores

**DIAGRAMA 2** DIAGRAMA DE OPERACIONES.

No	Símbolo	Actividad	Tiempo
1		1. Elaboración de Patrones de moldes (envoltura de la horma, dividido de la horma, sacado de perfiles y dibujo del patrón).	120
2		2. Selección de la Piel (cuero).	5
3		3. Colocación de los moldes y corte de la Piel (cuero) y tela.	10
4		4. Costura de las piezas.	20
5		5. Cortado y Armado de Plantillas.	10
6		6. Clavar y moldear la plantilla a la horma.	8
7		7. Clavar y moldear la piel a la plantilla colocada en la horma.	15
8		8. Cementado de zapato.	5
9		9. Cementado de la planta y pegado.	18
10		10. Colocación de plantilla, limpieza, abrillantamiento.	15
11		11. Empaque.	5

Fuente: Investigación Propia  
 Elaboración: Los Autores

**Cuadro 55 RESUMEN DEL DIAGRAMA DE OPERACIÓN.**

Operación Simple	3
Operación Combinada	7
Almacenamiento	1
<b>Total</b>	<b>11</b>
<b>Tiempo Previsto: 231 minutos</b>	

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 56 REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA.**

<b>MANO DE OBRA</b>			
<b>Departamento.</b>	<b>Número Empleados.</b>	<b>Cargo.</b>	<b>Sueldo mensual.</b>
Producción	2	Cosedores.	\$1.000,00
	2	Armadores.	\$1.000,00
	2	Plantadores	\$1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>\$3.000,00</b>

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

**Cuadro 57 REQUERIMIENTOS DE PERSONAL.**

<b>ADMINISTRATIVOS Y VENTAS</b>			
<b>Departamento</b>	<b>Número empleados</b>	<b>Cargo</b>	<b>Sueldo mensual</b>
Administración	1	Administrador	\$ 600,00
	1	Agente Vendedor	\$ 400,00
	1	Auxiliar Contable	\$ 400,00

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

#### **b) Requerimiento de Maquinaria**

Para la ejecución del presente proyecto, se requerirá de la adquisición de maquinaria, muebles y enseres y equipo de cómputo según lo detallado en los siguientes cuadros:

## 1. Maquinaria y Equipo

**Cuadro 58** CÁLCULO DEL COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

<b>CÁLCULO DEL COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>PRODUCCIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Máquina Recta Hidráulica	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Máquina Desbastadora	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Máquina de Poste Hidráulica	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Máquina Pulidora	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Hormas	250	\$ 27,00	\$ 6.750,00
Horno	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 18.750,00</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
Teléfono - Fax - Copiadora	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Teléfonos	2	\$ 80,00	\$ 160,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 340,00</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>\$ 19.090,00</b>

FUENTE: Cotización.

ELABORACIÓN: Los Autores.

## 2. Muebles y Enseres.

**Cuadro 59 CÁLCULO DEL COSTO DE MUEBLES Y ENSERES**

<b>CÁLCULO DEL COSTO DE MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>PRODUCCIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Mesas para corte y Tool.	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Estanterías	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Mesas para terminados	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Sillas	8	\$ 30,00	\$ 240,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 860,00</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
Escritorio	3	\$ 180,00	\$ 540,00
Sillón de oficina	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Sillas estándar	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Archivador	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Sillas	12	\$ 35,00	\$ 420,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.560,00</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>\$ 2.420,00</b>

FUENTE: Cotización.

ELABORACIÓN: Los Autores.

## 3. Equipo de Cómputo

**Cuadro 60 CÁLCULO DEL COSTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO**

<b>CALCULO DEL COSTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO</b>			
<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Equipo de Cómputo	2,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Impresora Láser	1,00	\$ 230,00	\$ 230,00
Impresora Matricial	1,00	\$ 70,00	\$ 70,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.300,00</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>\$ 1.300,00</b>

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

#### 4. Materiales Directos.

**Cuadro 61 DATOS MATERIALES**

<b>MATERIALES.</b>					
<b>Materia Prima.</b>	<b>Unidad de Medida.</b>	<b>Costo Unitario.</b>	<b>Requerimiento.</b>		
			<b>Deportivo</b>	<b>Formal</b>	<b>Casual</b>
Cuero	Pie	\$ 1,93	4,00	5,00	6,00
Forro	Pie	\$ 0,75	2,00	2,00	2,00
Suela	Par	\$ 1,50	1,00	1,00	1,00
Plantiformas	Par	\$ 0,50	1,00	1,00	1,00
Cordón	Par	\$ 0,10	1,00	1,00	1,00
Cartoncillo	Unidad	\$ 0,30	0,10	0,10	0,10
Contrafuerte	Par	\$ 0,25	1,00	1,00	1,00
Puntera	Par	\$ 0,15	1,00	1,00	1,00
Ojales	Unidad	\$ 0,02	10,00	10,00	10,00
Agujas	Unidad	\$ 0,55	0,10	0,10	0,10
Brocha Pequeña	Unidad	\$ 1,50	0,05	0,05	0,05
Cepillo para Limpiar Pega	Unidad	\$ 1,80	0,08	0,08	0,08
Clavo 1"	Libra	\$ 1,50	0,20	0,20	0,20
Clavo de Vidrio	Libra	\$ 2,00	0,20	0,20	0,20
Cuchilla	Unidad	\$ 5,00	0,01	0,01	0,01
Repuesto Cuchilla	Unidad	\$ 0,36	0,05	0,05	0,05
Fósforos	Caja	\$ 0,05	0,05	0,05	0,05
Gas	Unidad	\$ 2,50	0,33	0,33	0,33
Hilo	Unidad	\$ 12,00	0,04	0,04	0,04
Lija de Agua	Rollo	\$ 1,25	0,01	0,01	0,01
Lija Gruesa	Rollo	\$ 1,35	0,01	0,01	0,01
Mina de Plata	Unidad	\$ 1,00	0,30	0,30	0,30
Pega Amarilla	Litros	\$ 3,33	0,35	0,35	0,35
Pega Maxon	Litros	\$ 4,43	0,35	0,35	0,35
Solución Blanca	Litros	\$ 2,70	0,50	0,50	0,50
Thiñer	Litros	\$ 1,75	0,20	0,20	0,20
Velas	Unidad	\$ 0,25	0,10	0,10	0,10
Activador I-333	Litros	\$ 7,50	0,35	0,35	0,35
Otros	Otros	\$ 30,00	0,05	0,05	0,05

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

## 5. Materiales Indirectos.

**Cuadro 62 DATOS GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.**

<b>GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.</b>			
<b>DESCRIPCIÓN.</b>	<b>COSTO</b>	<b>% A LA</b>	<b>% A LA</b>
	<b>MENSUAL.</b>	<b>PRODUCCIÓN.</b>	<b>ADMINISTRATIVO.</b>
Luz.	\$ 60,00	80%	20%
Agua.	\$ 10,00	50%	50%
Teléfono.	\$ 30,00	20%	80%
Repuestos Máquinas.	\$ 60,00	100%	0%
Material de Empaque.	\$ 80,00	100%	0%
Mantenimiento Mecánico.			
Maquinaria	\$ 100,00	100%	0%
Suministros de Oficina.	\$ 30,00	20%	80%
Suministros de Limpieza.	\$ 20,00	70%	30%
Transporte.	\$ 100,00	90%	10%
Arriendo planta de Producción.	\$ 500,00	95%	5%
Servicios Contables.	\$ 100,00	0%	100%
Publicidad.	\$ 60,00	90%	10%

**FUENTE:** Base de Datos.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

## 6. Requerimientos de insumos, materias primas y materiales

En lo referente a la materia prima en la fabricación de calzado está basada en la determinación de estándares utilizados en la las fábricas de estos productos, los cuales pudimos obtener en las observaciones directas realizadas a las empresas productoras de calzado, siendo la fórmula de composición básica del producto la siguiente:

**Cuadro 63 COMPOSICIÓN DE LOS CALZADO.**

<b>PRODUCTO</b>	<b>Cuero</b>	<b>Plantas</b>	<b>Otros</b>
Calzado Casual	80%	10%	10%
Calzado Formal	80%	10%	10%
Calzado Deportivo	80%	10%	10%

**FUENTE:** Base de Datos.

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

#### 4.4. Distribución de la Planta.

La microempresa de **Calzado “U.C. Cuero”** se encuentra distribuida de la siguiente manera:

**Cuadro 64** *ÁREA ADMINISTRATIVA*

No.	ÁREA ADMINISTRATIVA
1	Gerencia
1	Ventas
1	Administración

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

**Cuadro 65** *ÁREA PRODUCTIVA*

No.	ÁREA PRODUCTIVA
1	Máquinas
1	Costura
1	Armado
1	Plantado
1	Terminado
2	Bodegas

FUENTE: Base de Datos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

#### 4.5. Sistemas de Control

Se tiene previsto implementar un sistema de control en el desarrollo de este proyecto que nos permita mantener un monitoreo y por ende obtener constantemente información de las siguientes áreas:

- a) **Control de Inventarios.**- Se encarga de regular en forma óptima las existencias en la bodega de materias primas, productos en proceso y terminados; protegiendo a la empresa de costos innecesarios por acumulación o falta de existencias tanto para la producción como para la comercialización. Para lo cual la persona a cargo deberá entregar un informe semanal de existencias tanto de Materia Prima

como de Productos Terminados, al Administrador para facilitar la toma de decisiones.

En este proyecto se utilizará el sistema de valoración de inventarios por órdenes de producción.

- b) **Control de Producción.-** La función del control en esta área busca el incremento de la eficiencia, la reducción de costos, y la uniformidad y mejora de la calidad del producto, aplicando técnicas como estudios de tiempos y movimientos, determinación de estándares.

Por lo que la persona a cargo de esta área deberá realizar estas actividades por lo menos una vez al mes, para poder evaluar conjuntamente con la administración el resultado de los mismos.

- c) **Control de Calidad.-** Se refiere a la vigilancia que debe hacerse para comprobar una calidad específica tanto en materias primas como en los productos terminados; establece límites aceptables de variación en cuanto al color, acabado, composición, volumen, dimensión, resistencia, entre otros.

Este control se lo irá aplicando en todo el proceso productivo en vista que desde la persona que realiza las adquisiciones será la encargada, en primera instancia de adquirir una materia prima de calidad, el cosedor deberá verificar que el producto elaborado no tenga fallas y así constantemente cada persona involucrada en el proceso productivo deberá ir verificando la calidad del producto.

- d) **Control Administrativo.-** Proporcionará información acerca de la situación financiera de la microempresa y del rendimiento en términos monetarios de los recursos, departamentos y actividades que la integran.

Además, evaluará la efectividad del trabajo del personal, fomentará talleres de capacitación y desarrollo, motivación, sueldos y salarios, seguridad e higiene laboral.

Realizando e implementando las actividades necesarias para el funcionamiento del mismo como: elaboración de formularios pre- numerados, comprobante de ingreso – egreso, firmas autorizadas, pagos con cheques, formatos para permisos, conciliaciones bancarias, requisición de materiales, órdenes de pedido, entre otros.

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

El presente capítulo detalla el análisis y evaluación financiera de manera que se conozca si la realización del proyecto es rentable o no; se expondrán los cuadros resumen necesario para determinar la inversión, ingresos, egresos y los evaluadores financieros del estudio.

#### 5.1 Datos

**Cuadro 66 DATOS MATERIALES.**

Materia Prima	Unidad de Medida	Deportivo	Casual	Formal
Cuero	Pie	4,00	5,00	6,00
Forro	Pie	2,00	2,00	2,00
Suela	Par	1,00	1,00	1,00
Plantiformas	Par	1,00	1,00	1,00
Cordón	Par	1,00	1,00	1,00
Cartoncillo	Unidad	0,10	0,10	0,10
Contrafuerte	Par	1,00	1,00	1,00
Puntera	Par	1,00	1,00	1,00
Ojales	Unidad	10,00	10,00	10,00
Agujas	Unidad	0,10	0,10	0,10
Brocha Pequeña	Unidad	0,05	0,05	0,05
Cepillo para Limpiar Pega	Unidad	0,08	0,08	0,08
Clavo 1"	Libra	0,20	0,20	0,20
Clavo de Vidrio	Libra	0,20	0,20	0,20
Cuchilla	Unidad	0,01	0,01	0,01
Repuesto Cuchilla	Unidad	0,05	0,05	0,05
Fósforos	Caja	0,05	0,05	0,05
Gas	Unidad	0,33	0,33	0,33
Hilo	Unidad	0,04	0,04	0,04
Lija de Agua	Rollo	0,01	0,01	0,01
Lija Gruesa	Rollo	0,01	0,01	0,01
Mina de Plata	Unidad	0,30	0,30	0,30
Pega Amarilla	Litros	0,35	0,35	0,35
Pega Maxón	Litros	0,35	0,35	0,35
Solución Blanca	Litros	0,50	0,50	0,50
Thiner	Litros	0,20	0,20	0,20
Velas	Unidad	0,10	0,10	0,10
Activador I-333	Litros	0,35	0,35	0,35
Otros	Otros	0,05	0,05	0,05

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores.

**Cuadro 67 COSTOS MATERIALES AÑO 2013.**

<b>Costo de Materia Prima en el Mercado</b>	<b>Costo Unitario</b>
Cuero	\$ 1,93
Forro	\$ 0,75
Suela	\$ 1,50
Plantiformas	\$ 0,50
Cordón	\$ 0,10
Cartoncillo	\$ 0,30
Contrafuerte	\$ 0,25
Puntera	\$ 0,15
Ojales	\$ 0,02
Agujas	\$ 0,55
Brocha Pequeña	\$ 1,50
Cepillo para Limpiar Pega	\$ 1,80
Clavo 1"	\$ 1,50
Clavo de Vidrio	\$ 2,00
Cuchilla	\$ 5,00
Repuesto Cuchilla	\$ 0,36
Fósforos	\$ 0,05
Gas	\$ 2,50
Hilo	\$ 12,00
Lija de Agua	\$ 1,25
Lija Gruesa	\$ 1,35
Mina de Plata	\$ 1,00
Pega Amarilla	\$ 3,33
Pega Maxón	\$ 4,43
Solución Blanca	\$ 2,70
Thiner	\$ 1,75
Velas	\$ 0,25
Activador I-333	\$ 7,50
Otros	\$ 30,00

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores.

**Cuadro 68 COSTOS MATERIALES POR PRODUCTO AÑO 2013.**

<b>Costo Materia Prima</b>	<b>Deportivo</b>	<b>Casual</b>	<b>Formal</b>
Cuero	\$ 7,72	\$ 9,65	\$ 11,58
Forro	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Suela	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Plantiformas	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50
Cordón	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10
Cartoncillo	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03
Contrafuerte	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25
Puntera	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15
Ojales	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 0,20
Agujas	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06
Brocha Pequeña	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08
Cepillo para Limpiar Pega	\$ 0,14	\$ 0,14	\$ 0,14
Clavo 1"	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30
Clavo de Vidrio	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40
Cuchilla	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,05
Repuesto Cuchilla	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 0,02
Fósforos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gas	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83
Hilo	\$ 0,48	\$ 0,48	\$ 0,48
Lija de Agua	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01
Lija Gruesa	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01
Mina de Plata	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30
Pega Amarilla	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17
Pega Maxón	\$ 1,55	\$ 1,55	\$ 1,55
Solución Blanca	\$ 1,35	\$ 1,35	\$ 1,35
Thiner	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 0,35
Velas	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03
Activador I-333	\$ 2,63	\$ 2,63	\$ 2,63
Otros	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
<b>Total</b>	<b>\$ 23,19</b>	<b>\$ 25,12</b>	<b>\$ 27,05</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores.

**Cuadro 69 MANO DE OBRA.**

	<b>Número empleados</b>	<b>Cargo</b>	<b>Sueldo mensual</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>	2	Cosedores	\$ 500,00
	2	Armadores	\$ 500,00
	2	Plantadores	\$ 500,00

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores.

**Cuadro 70 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.**

Detalle	Costo mensual	% a la producción	% administrativo
Luz	\$ 60,00	80%	20%
Agua	\$ 10,00	50%	50%
Teléfono	\$ 30,00	20%	80%
Repuestos Máquinas	\$ 60,00	100%	0%
Material de empaque	\$ 80,00	100%	0%
Mantenimiento Mecánico			
Maquinaria	\$ 100,00	100%	0%
Suministros de Oficina	\$ 30,00	20%	80%
Suministros de Limpieza	\$ 20,00	70%	30%
Transporte	\$ 100,00	90%	10%
Arriendo planta de producción	\$ 500,00	95%	5%
Servicios Contables	\$ 100,00	0%	100%
Publicidad	\$ 60,00	90%	10%

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores.

**Cuadro 71 DATOS DEPRECIACIÓN.**

DEPRECIACIÓN	%	VIDA ÚTIL
Edificaciones	20	años de vida útil
Maquinaria y Equipos	10	años de vida útil
Muebles y Enseres	10	años de vida útil
Equipo de Cómputo	3	años de vida útil
Valor residual	10%	

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 72 REQUERIMIENTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO Y VENTAS.**

Departamento	Número empleados	Cargo	Sueldo mensual
Administración	1	Administrador	\$ 600,00
	1	Agente Vendedor	\$ 400,00
	1	Auxiliar Contable	\$ 400,00

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

### **Cuadro 73 INCREMENTO DEL VOLUMEN DE VENTAS.**

<b>Detalle</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Productos ofertados:						
Calzado Deportivo	329	913	930	947	965	984
Calzado Casual	526	1.207	1.229	1.251	1.273	1.296
Calzado Formal	771	2.052	2.087	2.122	2.157	2.194

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

### **Cuadro 74 INCREMENTO DE PRECIOS**

<b>Detalle</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Productos ofertados:					
Calzado Deportivo	\$ 45,00	\$ 47,11	\$ 49,31	\$ 51,62	\$ 54,03
Calzado Casual	\$ 48,00	\$ 50,25	\$ 52,60	\$ 55,06	\$ 57,64
Calzado Formal	\$ 50,00	\$ 52,34	\$ 54,79	\$ 57,35	\$ 60,04

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

### **Cuadro 75 INCREMENTO DE COSTOS DE MATERIALES.**

<b>Detalle</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Productos ofertados:						
Calzado Deportivo	\$ 23,19	\$ 23,81	\$ 24,45	\$ 25,11	\$ 25,78	\$ 26,47
Calzado Casual	\$ 25,12	\$ 25,79	\$ 26,49	\$ 27,20	\$ 27,92	\$ 28,67
Calzado Formal	\$ 27,05	\$ 27,78	\$ 28,52	\$ 29,29	\$ 30,07	\$ 30,88

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

#### **5.1.1 Datos adicionales**

**INVERSIÓN INICIAL:** Para iniciar las actividades de la empresa, se ha previsto el aporte inicial por parte de los propietarios de USD. 2.500,00 cada uno por un total de 10.000,00

**CUENTAS POR COBRAR:** Como cuentas por cobrar se estimará el 8,33% de las ventas del mes de diciembre.

**Costos y gastos:** Todos los costos y gastos se incrementarán de acuerdo a la inflación a excepción de la depreciación.

**PRECIO DE VENTA:** El precio de venta se incrementará de acuerdo al porcentaje de inflación anual más un 2% para cubrir imprevistos que se puedan presentar por factores exógenos.

### **5.1.2 DATOS MACROECONÓMICOS**

Inflación: 2.68% anual

Incremento de sueldos del gobierno 10,00% anual.

Tasa Activa: 14.15%

Tasa Pasiva: 6,00%

Premio al Riesgo: 10,00%

Para la optimización de la capacidad instalada de la maquinaria se establecerán dos jornadas de trabajo las mismas que constan dentro de los respectivos contratos de trabajo.

## 5.2 Presupuesto

### 5.2.1 De Inversión.

**Cuadro 76** CÁLCULO ADQUISICIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Máquina Recta Hidráulica	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Máquina Desbastadora	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Máquina de Poste Hidráulica	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Máquina Pulidora	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Hormas	250	\$ 27,00	\$ 6.750,00
Horno	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 18.750,00</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
Teléfono - Fax - Copiadora	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Teléfonos	2	\$ 80,00	\$ 160,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 340,00</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>\$ 19.090,00</b>

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores

En lo referente a la adquisición de maquinaria se tiene previsto realizar la compra de seis máquinas, 250 hormas y un horno, para la producción de calzado en vista de que los modelos a fabricar serán tres.

**Cuadro 77 CÁLCULO DEL COSTO DE MUEBLES Y ENSERES**

<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR</b>
		<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Mesas para corte y Tool	1	\$ 140,00	\$ 280,00
Estanterías	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Mesas para terminados	1	\$ 80,00	\$ 160,00
Sillas	8	\$ 30,00	\$ 240,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$860,00</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
Escritorio	3	\$ 180,00	\$ 540,00
Sillón de oficina	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Sillas estándar	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Archivador	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Sillas	12	\$ 35,00	\$ 420,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.560,00</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>\$ 2.420,00</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 78 CÁLCULO ADQUISICIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO**

<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR</b>
		<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Equipo de Cómputo	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Impresora Láser	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Impresora Matricial	1	\$ 70,00	\$ 70,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.300,00</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

### **Cuadro 79 RESUMEN DE INVERSIONES A REALIZAR**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Maquinaria y Equipo	\$ 19.090,00
Muebles y Enseres	\$ 2.420,00
Equipo de Cómputo	\$ 1.300,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22.810,00</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

### **5.2.2 Capital de Trabajo**

#### **Cuadro 80 DETALLE DE CAPITAL DE TRABAJO**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Materia Prima	\$ 9.156,08
Mano de Obra	\$ 3.614,50
CIF	\$ 1.156,96
Gastos Administrativos	\$ 2.236,44
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16.163,98</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

Se ha tomado en cuenta como Capital de Trabajo a los requerimientos que se necesitarán para cubrir el primer mes de producción, teniendo en cuenta los tres elementos del costo y los gastos administrativos.

### **5.2.3 Requerimiento Inicial del Proyecto.**

#### **Cuadro 81 REQUERIMIENTO INICIAL DEL PROYECTO.**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Inversiones a realizar	\$ 22.810,00
Capital de Trabajo	\$ 16.163,98
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 38.973,98</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

### 5.3 Estructura del Financiamiento.

Dentro del financiamiento se ha tomado en cuenta la realización de un préstamo bancario a 5 años plazo, con un interés del 14,15% anual, por un monto de USD 28.636,31; que resulta de la diferencia entre el total de dinero necesario para la ejecución del proyecto menos el aporte inicial de los socios que en este caso es de USD 10.000,00.

**Cuadro 82** TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA DE AMORTIZACIÓN						
<b>CAPITAL</b>	28.636,31					
<b>TASA ANUAL</b>	14,15%	0,011791667				
<b>PERIODOS (AÑOS)</b>	5,00	60,00				
<b>CUOTA</b>	\$ 668,55					
No	CUOTA	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO	INTERES ANUAL	CAPITAL ANUAL
-	-	-	-	<b>\$28.636,31</b>		
1	\$ 668,55	\$ 337,67	\$ 330,88,	\$ 28.305,43		
2	\$ 668,55	\$ 333,77	\$ 334,78,	\$ 27.970,65		
3	\$ 668,55	\$ 329,82	\$ 338,73,	\$ 27.631,93		
4	\$ 668,55	\$ 325,83	\$ 342,72,	\$ 27.289,21		
5	\$ 668,55	\$ 321,79	\$ 346,76,	\$ 26.942,45		
6	\$ 668,55	\$ 317,70	\$ 350,85,	\$ 26.591,60		
7	\$ 668,55	\$ 313,56	\$ 354,99,	\$ 26.236,61		
8	\$ 668,55	\$ 309,37	\$ 359,17,	\$ 25.877,44		
9	\$ 668,55	\$ 305,14	\$ 363,41,	\$ 25.514,03		
10	\$ 668,55	\$ 300,85	\$ 367,69,	\$ 25.146,34		
11	\$ 668,55	\$ 296,52	\$ 372,03,	\$ 24.774,31		
12	\$ 668,55	\$ 292,13	\$ 376,42,	\$ 24.397,89	<b>\$ 3.784,14</b>	<b>\$ 4.238,41</b>
13	\$ 668,55	\$ 287,69	\$ 380,85,	\$ 24.017,04		
14	\$ 668,55	\$ 283,20	\$ 385,34,	\$ 23.631,70		
15	\$ 668,55	\$ 278,66	\$ 389,89,	\$ 23.241,81		
16	\$ 668,55	\$ 274,06	\$ 394,49,	\$ 22.847,32		
17	\$ 668,55	\$ 269,41	\$ 399,14,	\$ 22.448,18		
18	\$ 668,55	\$ 264,70	\$ 403,84,	\$ 22.044,34		
19	\$ 668,55	\$ 259,94	\$ 408,61,	\$ 21.635,73		
20	\$ 668,55	\$ 255,12	\$ 413,42,	\$ 21.222,31		
21	\$ 668,55	\$ 250,25	\$ 418,3,	\$ 20.804,01		
22	\$ 668,55	\$ 245,31	\$ 423,23,	\$ 20.380,78		
23	\$ 668,55	\$ 240,32	\$ 428,22,	\$ 19.952,55		
24	\$ 668,55	\$ 235,27	\$ 433,27,	\$ 19.519,28	<b>\$ 3.143,94</b>	<b>\$ 4.878,61</b>
25	\$ 668,55	\$ 230,16	\$ 438,38,	\$ 19.080,90		
26	\$ 668,55	\$ 225,00	\$ 443,55,	\$ 18.637,35		
27	\$ 668,55	\$ 219,77	\$ 448,78,	\$ 18.188,57		
28	\$ 668,55	\$ 214,47	\$ 454,07,	\$ 17.734,50		
29	\$ 668,55	\$ 209,12	\$ 459,43,	\$ 17.275,07		
30	\$ 668,55	\$ 203,70	\$ 464,84,	\$ 16.810,23		

31	\$ 668,55	\$ 198,22	\$ 470,33,	\$ 16.339,90		
32	\$ 668,55	\$ 192,67	\$ 475,87,	\$ 15.864,03		
33	\$ 668,55	\$ 187,06	\$ 481,48,	\$ 15.382,55		
34	\$ 668,55	\$ 181,39	\$ 487,16,	\$ 14.895,39		
35	\$ 668,55	\$ 175,64	\$ 492,9,	\$ 14.402,49		
36	\$ 668,55	\$ 169,83	\$ 498,72,	\$ 13.903,77	<b>\$ 2.407,04</b>	<b>\$ 5.615,51</b>
37	\$ 668,55	\$ 163,95	\$ 504,6,	\$ 13.399,17		
38	\$ 668,55	\$ 158,00	\$ 510,55,	\$ 12.888,63		
39	\$ 668,55	\$ 151,98	\$ 516,57,	\$ 12.372,06		
40	\$ 668,55	\$ 145,89	\$ 522,66,	\$ 11.849,40		
41	\$ 668,55	\$ 139,72	\$ 528,82,	\$ 11.320,58		
42	\$ 668,55	\$ 133,49	\$ 535,06,	\$ 10.785,52		
43	\$ 668,55	\$ 127,18	\$ 541,37,	\$ 10.244,15		
44	\$ 668,55	\$ 120,80	\$ 547,75,	\$ 9.696,40		
45	\$ 668,55	\$ 114,34	\$ 554,21,	\$ 9.142,20		
46	\$ 668,55	\$ 107,80	\$ 560,74,	\$ 8.581,45		
47	\$ 668,55	\$ 101,19	\$ 567,36,	\$ 8.014,10		
48	\$ 668,55	\$ 94,50	\$ 574,05,	\$ 7.440,05	<b>\$ 1.558,83</b>	<b>\$ 6.463,72</b>
49	\$ 668,55	\$ 87,73	\$ 580,82,	\$ 6.859,23		
50	\$ 668,55	\$ 80,88	\$ 587,66,	\$ 6.271,57		
51	\$ 668,55	\$ 73,95	\$ 594,59,	\$ 5.676,98		
52	\$ 668,55	\$ 66,94	\$ 601,6,	\$ 5.075,37		
53	\$ 668,55	\$ 59,85	\$ 608,7,	\$ 4.466,67		
54	\$ 668,55	\$ 52,67	\$ 615,88,	\$ 3.850,80		
55	\$ 668,55	\$ 45,41	\$ 623,14,	\$ 3.227,66		
56	\$ 668,55	\$ 38,06	\$ 630,49,	\$ 2.597,17		
57	\$ 668,55	\$ 30,62	\$ 637,92,	\$ 1.959,25		
58	\$ 668,55	\$ 23,10	\$ 645,44,	\$ 1.313,81		
59	\$ 668,55	\$ 15,49	\$ 653,05,	\$ 660,75		
60	\$ 668,55	\$ 7,79	\$ 660,75,	<b>\$ -0,00</b>	<b>\$ 582,50</b>	<b>\$ 7.440,05</b>

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores

## 5.4 Ingresos.

**Cuadro 83** PROYECCIONES DE VENTAS ANUALES

DETALLE	INGRESOS 2.014	INGRESOS 2.015	INGRESOS 2.016	INGRESOS 2.017	INGRESOS 2.018
Calzado Deportivo	\$ 41.085,00	\$ 43.808,58	\$ 46.697,10	\$ 49.811,65	\$ 53.169,49
Calzado Casual	\$ 57.936,00	\$ 61.752,83	\$ 65.800,01	\$ 70.901,76	\$ 74.696,64
Calzado Formal	\$102.600,00	\$109.233,58	\$ 116.263,34	\$ 123.711,85	\$ 131.722,96
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$121.349,00</b>	<b>\$214.794,99</b>	<b>\$228.760,45</b>	<b>\$244.425,26</b>	<b>\$259.589,09</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 84** PROYECCIONES DE VENTAS MENSUALES PARA EL PRIMER AÑO (2.014)

DETALLE	VALOR UNIT	CANTIDAD MENSUAL	ENE-14	FE-14	MAR-14	ABR-14	MAY-14	JUN-14	JUL-14	AGO-14	SEP-14	OCT-14	NOV-14	DIC-14	TOTAL
Calzado Deportivo	\$ 45,00	76	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 3.423,75	\$ 41.085,00
Calzado Casual	\$ 48,00	101	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 4.828,00	\$ 57.936,00
Calzado Formal	\$ 50,00	171	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 8.550,00	\$ 102.600,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>16.801,75</b>	<b>201.621</b>											

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

### 5.3 Costos.

#### 5.3.1 Materia Prima.

**Cuadro 85** PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES POR PRODUCTO

PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES POR PRODUCTO								
DETALLE	VALOR UNITARIO	COSTO UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	VALOR 2.014	AÑO 2.015	AÑO 2.016	AÑO 2.017	AÑO 2.018
Calzado Deportivo	23,19	23,81	913,00	21.741,30	22.739,64	23.775,87	24.877,09	26.046,73
Calzado Casual	48,00	25,79	1.207,00	31.134,27	32.552,36	34.022,05	35.548,18	37.160,36
Calzado Formal	50,00	27,78	2.052,00	56.997,34	59.523,10	62.143,30	64.861,19	67.741,88
<b>VALOR TOTAL</b>				<b>109.872,91</b>	<b>114.814,11</b>	<b>119.941,22</b>	<b>125.286,42</b>	<b>130.948,97</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 86** PROYECCIÓN DE COSTOS MENSUALES POR PRODUCTO PARA EL PRIMER AÑO (2.014)

PROYECCIÓN DE COSTOS MENSUALES POR PRODUCTO PARA EL PRIMER AÑO (2.014)																
DETALLE	VALOR UNIT	COSTO UNIT	CANTIDAD MENSUAL	ENE-14	FE-14	MAR-14	ABR-14	MAY-14	JUN-14	JUL-14	AGO-14	SEP-14	OCT-14	NOV-14	DIC-14	TOTAL
Calzado Deportivo	\$ 23,19	\$ 23,81	76,08	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 1.811,77	\$ 21.741,30
Calzado Casual	\$ 48,00	\$ 25,79	100,05	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 2.594,52	\$ 31.134,27
Calzado Formal	\$ 50,00	\$ 27,78	171,00	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 4.749,78	\$ 56.997,34
<b>VALOR TOTAL</b>				<b>\$ 9.156,08</b>	<b>\$ 109.872,91</b>											

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores

### 5.3.2 Mano de Obra.

**Cuadro 87 PROYECCIÓN ANUAL DE MANO DE OBRA DIRECTA**

PROYECCIÓN ANUAL DE MANO DE OBRA DIRECTA												
Descripción	No.	Sueldo	Sueldo	Décimo	Décimo	Aporte	Fondos	Total	Total	Total	Total	Total
		Mensual	Anual	Tercero	Cuarto	Patronal	Reserva	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
Cosedores	2	\$ 500,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 680,00	\$ 1.458,00	\$ 1.000,00	\$ 16.138,00	\$ 17.751,80	\$ 19.526,98	\$ 21.479,68	\$ 23.627,65
Armadores	2	\$ 500,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 680,00	\$ 1.458,00	\$ 1.000,00	\$ 16.138,00	\$ 17.751,80	\$ 19.526,98	\$ 21.479,68	\$ 23.627,65
Plantadores	2	\$ 500,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 680,00	\$ 1.458,00	\$ 1.000,00	\$ 16.138,00	\$ 17.751,80	\$ 19.526,98	\$ 21.479,68	\$ 23.627,65
TOTAL M.O.D.		\$ 1.500,00	\$ 36.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.040,00	\$ 4.374,00	\$ 3.000,00	\$ 48.414,00	\$ 53.255,40	\$ 58.580,94	\$ 64.439,03	\$ 70.882,94

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 88 PROYECCIÓN MENSUAL DE MANO DE OBRA DIRECTA POR EL PRIMER AÑO (2.014)**

PROYECCIÓN MENSUAL DE MANO DE OBRA DIRECTA POR EL PRIMER AÑO (2.014)													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Sueldo mensual	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 3000,00	\$ 36.000,00
Aporte Patronal	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 364,50	\$ 4.374,00
Décimo Tercer sueldo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Décimo Cuarto sueldo	-	-	-	-	-	-	-	\$ 2.040,00	-	-	-	-	\$ 2.040,00
Fondos de Reserva	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
TOTAL M.O.D.	\$ 3.614,50	\$ 3.614,50	\$ 3.614,50	\$ 3.614,50	\$ 3.614,50	\$ 3.614,50	\$ 3.614,50	\$ 5.654,50	\$ 3.614,50	\$ 3.614,50	\$ 3.614,50	\$ 6.614,50	\$ 48.414,00

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

### 5.3.3 Costos Indirectos de Imbabura.

**Cuadro 89 PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN								
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	% A LA PRODUCCIÓN	VALOR MENSUAL	COSTO 2.014	COSTO 2.015	COSTO 2.016	COSTO 2.017	COSTO 2.018
Luz	\$ 60,00	80%	\$ 48,00	\$ 591,44	\$ 607,29	\$ 623,56	\$ 640,27	\$ 657,43
Agua	\$ 10,00	50%	\$ 5,00	\$ 61,61	\$ 63,26	\$ 64,95	\$ 66,70	\$ 68,48
Teléfono	\$ 30,00	20%	\$ 6,00	\$ 73,93	\$ 75,91	\$ 77,95	\$ 80,03	\$ 82,18
Repuestos Máquinas	\$ 60,00	100%	\$ 60,00	\$ 739,30	\$ 759,11	\$ 779,45	\$ 800,34	\$ 821,79
Material de empaque	\$ 80,00	100%	\$ 80,00	\$ 985,73	\$ 1.012,15	\$ 1.039,27	\$ 1.067,12	\$ 1.095,72
Mantenimiento Mecánico								
Maquinaria	\$ 100,00	100%	\$ 100,00	\$ 1.232,16	\$ 1.265,18	\$ 1.299,09	\$ 1.333,90	\$ 1.369,65
Suministros de Oficina	\$ 30,00	20%	\$ 6,00	\$ 73,93	\$ 75,91	\$ 77,95	\$ 80,03	\$ 82,18
Suministros de Limpieza	\$ 20,00	70%	\$ 14,00	\$ 172,50	\$ 177,13	\$ 181,87	\$ 186,75	\$ 191,75
Transporte	\$ 100,00	90%	\$ 90,00	\$ 1.108,94	\$ 1.138,66	\$ 1.169,18	\$ 1.200,51	\$ 1.232,69
Arriendo planta de producción	\$ 500,00	95%	\$ 475,00	\$ 5.852,76	\$ 6.009,61	\$ 6.170,67	\$ 6.336,05	\$ 6.505,85
Servicios Contables	\$ 100,00	0%	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Publicidad	\$ 60,00	90%	\$ 54,00	\$ 665,37	\$ 638,20	\$ 701,51	\$ 720,31	\$ 739,61
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.150,00</b>		<b>\$ 938,00</b>	<b>\$ 11.557,66</b>	<b>\$ 11.867,41</b>	<b>\$ 12.185,45</b>	<b>\$ 12.512,02</b>	<b>\$ 12.847,34</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 90 CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN**

CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN									
ACTIVO FIJO	VALOR ACTUAL	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPREC.	VIDA ÚTIL	DEPREC. 2.014	DEPREC. 2.015	DEPREC. 2.016	DEPREC. 2.017	DEPREC. 2.018
Maquinaria y Equipos	\$ 19.090,00	\$ 1.900,00	\$ 17.181,00	10	\$ 1.718,10	\$ 1.718,10	\$ 1.718,10	\$ 1.718,10	\$ 1.718,10
Muebles y Enseres	\$ 2.420,00	\$ 242,00	\$ 2.178,00	10	\$ 217,80	\$ 217,80	\$ 217,80	\$ 217,80	\$ 217,80
Equipo de Cómputo	\$ 1.300,00	\$ 130,00	\$ 1.170,00	3	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22.810,00</b>	<b>\$ 2.281,00</b>	<b>\$ 20.529,00</b>		<b>\$ 2.325,90</b>	<b>\$ 2.325,90</b>	<b>\$ 2.325,90</b>	<b>\$ 1.935,90</b>	<b>\$ 1.935,90</b>
<b>TOTAL CIF</b>					<b>\$ 13.883,56</b>	<b>\$ 14.193,31</b>	<b>\$ 14.511,35</b>	<b>\$ 14.447,92</b>	<b>\$ 14.783,24</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 91 PROYECCIÓN MENSUAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN POR EL PRIMER AÑO (2.014)**

PROYECCIÓN MENSUAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN POR EL PRIMER AÑO (2.014)													
DESCRIPCIÓN	COSTO ENE	COSTO FEB	COSTO MAR	COSTO ABR	COSTO MAY	COSTO JUN	COSTO JUL	COSTO AGO	COSTO SEPT	COSTO OCT	COSTO NOV	COSTO DIC	TOTAL ANUAL
Luz	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 49,29	\$ 591,44
Agua	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 5,13	\$ 61,61
Teléfono	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 73,93
Repuestos Máquinas	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 61,61	\$ 739,30
Material de empaque	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 82,14	\$ 985,73
Mantenimiento Mecánico Maquinaria	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 102,68	\$ 1.232,16
Suministros de Oficina	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 6,16	\$ 73,93
Suministros de Limpieza	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 14,38	\$ 172,50
Transporte	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 92,41	\$ 1.108,94
Arriendo planta de producción	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 487,73	\$ 5.852,76
Publicidad	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 55,45	\$ 665,37
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 143,18	\$ 1.718,10
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 18,15	\$ 217,80
Depreciación Equipo de Cómputo	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 390,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.156,96</b>	<b>\$ 13.883,56</b>											

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

### 5.3.4 Resumen de Costos de Producción.

**Cuadro 92 RESUMEN DE COSTOS**

RESUMEN DE COSTOS					
DESCRIPCIÓN	VALOR 2014	VALOR 2015	VALOR 2016	VALOR 2017	VALOR 2018
Materia Prima	\$ 109.872,91	\$ 114.814,10	\$ 119.941,22	\$ 125.286,47	\$ 130.948,97
Mano de obra	\$ 48.414,00	\$ 53.255,40	\$ 58.580,94	\$ 64.439,03	\$ 70.882,94
Costos indirectos de fabricación	\$ 11.557,66	\$ 11.867,41	\$ 12.285,45	\$ 12.512,02	\$ 12.847,34
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 169.844,57</b>	<b>\$ 179.936,90</b>	<b>\$ 190.707,61</b>	<b>\$ 202.237,52</b>	<b>\$ 214.679,25</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

### 5.4 Egresos.

**Cuadro 93 PROYECCIÓN ANUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

PROYECCIÓN ANUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS												
DESCRIPCION	No.	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	FONDOS RESERVA	TOTAL 2.014	TOTAL 2.015	TOTAL 2.016	TOTAL 2.017	TOTAL 2.018
GASTOS EN PERSONAL												
Administrador	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 340,00	\$ 874,80	\$ 600,00	\$ 9.614,80	\$ 9.872,74	\$ 10.137,06	\$ 10.408,73	\$ 10.687,69
Agente Vendedor	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 340,00	\$ 583,20	\$ 400,00	\$ 6.523,20	\$ 6.698,02	\$ 6.877,53	\$ 7.061,85	\$ 7.251,10
Auxiliar Contable	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 340,00	\$ 583,20	\$ 400,00	\$ 6.523,20	\$ 6.698,02	\$ 6.877,53	\$ 7.061,85	\$ 7.251,10
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$ 16.800,00</b>	<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$ 1.020,00</b>	<b>\$ 2.041,20</b>	<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$ 22.661,20</b>	<b>\$ 23.268,52</b>	<b>\$ 23.892,12</b>	<b>\$ 24.532,43</b>	<b>\$ 25.189,89</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 94 GASTOS MISCELANEOS**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	% ADMINIST.	VALOR MENSUAL	GASTOS 2.014	GASTOS 2.015	GASTOS 2.016	GASTOS 2.017	GASTOS 2.018
GASTOS MISCELANEOS								
Luz	\$ 60,00	20%	\$ 12,00	\$ 147,86	\$ 151,82	\$ 155,89	\$ 160,07	\$ 164,36
Agua	\$ 10,00	50%	\$ 5,00	\$61,61	\$ 63,26	\$ 64,95	\$ 66,70	\$ 68,48
Teléfono	\$ 30,00	80%	\$ 24,00	\$ 295,72	\$ 303,64	\$ 311,78	\$ 320,14	\$ 328,72
Suministros de Oficina	\$ 30,00	80%	\$ 24,00	\$ 295,72	\$ 303,64	\$ 311,78	\$ 320,14	\$ 328,72
Suministros de Limpieza	\$ 20,00	30%	\$ 6,00	\$ 73,93	\$ 75,91	\$ 77,95	\$ 80,03	\$ 82,18
Transporte	\$ 100,00	10%	\$ 10,00	\$ 123,22	\$ 126,52	\$ 129,91	\$ 133,39	\$ 136,97
Arriendo planta de producción	\$ 500,00	5%	\$ 25,00	\$ 308,04	\$ 308,04	\$ 316,30	\$ 324,77	\$ 342,41
Servicios Contables	\$ 100,00	100%	\$ 100,00	\$ 1.232,16	\$ 1.265,18	\$ 1.299,09	\$ 1.333,90	\$ 1.369,65
Publicidad	\$ 60,00	10%	\$ 6,00	\$ 73,93	\$ 75,91	\$ 77,95	\$ 80,03	\$ 82,18
<b>TOTAL</b>	<b>1.150,00</b>		<b>\$ 212,00</b>	<b>\$ 2.612,18</b>	<b>\$ 2.682,19</b>	<b>\$ 2.754,07</b>	<b>\$ 2.827,88</b>	<b>\$ 2.903,66</b>
<b>TOTAL GTOS ADMINIST.</b>				<b>\$ 25.273,38</b>	<b>\$ 25.905,71</b>	<b>\$ 26646,18</b>	<b>\$ 27.360,30</b>	<b>\$ 28.093,56</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 95 GASTO FINANCIERO**

GASTO FINANCIERO	AÑO 2.014	AÑO 2.015	AÑO 2.016	AÑO 2.017	AÑO 2.018
Interés Préstamo	3.784,14	3.143,94	2.407,04	1.558,83	582,50
<b>TOTAL</b>	<b>3.784,14</b>	<b>3.143,94</b>	<b>2.407,04</b>	<b>1.558,83</b>	<b>582,50</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

**Cuadro 96 PROYECCIÓN MENSUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS POR EL PRIMER AÑO (2.014)**

PROYECCIÓN MENSUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS POR EL PRIMER AÑO (2.014)													
DESCRIPCIÓN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Sueldo mensual	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00
Aporte Patronal	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 170,10	\$ 2.041,20
Décimo Tercer sueldo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Décimo Cuarto sueldo	-	-	-	-	-	-	-	\$ 1.020,00	-	-	-	-	\$ 1.020,00
Fondos de Reserva	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 1.400,00
Gastos Misceláneos	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 212,00	\$ 2.544,00
Gastos Financieros	\$ 337,67	\$ 333,77	\$ 329,82	\$ 325,83	\$ 321,79	\$ 317,70	\$ 313,56	\$ 309,37	\$ 305,14	\$ 300,85	\$ 296,52	\$ 292,13	\$ 3.784,14
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.236,44</b>	<b>\$ 2.232,53</b>	<b>\$ 2.228,59</b>	<b>\$ 2.224,59</b>	<b>\$ 2.220,55</b>	<b>\$ 2.216,46</b>	<b>\$ 2.212,33</b>	<b>\$ 3.228,14</b>	<b>\$ 2.203,90</b>	<b>\$ 2.199,62</b>	<b>\$ 2.195,28</b>	<b>\$ 3.590,90</b>	<b>\$ 28.989,34</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores

## 5.6 Punto de Equilibrio.

**Cuadro 97 PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO MICROEMPRESA "UC CUERO"</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 2014</b>
Ventas anuales	\$ 201.621,00
Costos totales anuales	\$ 172.170,47
Margen de contribución	\$ 29.450,53
Costos fijos	\$ 29.057,52
Punto de equilibrio	98,67%
Demostración	
Ventas en equilibrio	\$ 198.930,38
Costos de producción	\$ 169.872,86
Margen de contribución	\$ 29.057,52
Costos fijos	\$ 29.057,52
Diferencia	-

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores

Se ha determinado para el primer año de ejecución del proyecto un punto de equilibrio de 98.67%. Este porcentaje nos permite determinar el monto en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas del proyecto cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de ventas generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas.

## Estados Financieros Proyectados.

### *Cuadro 98 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA*

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.					
MICROEMPRESA " UC CUERO "					
EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS.					
ACTIVO			PASIVO		
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>15.826,31</b>	<b>PASIVOS A CORTO PLAZO</b>		<b>0</b>
Caja- Bancos	15.826,31		<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>		<b>28.636,31</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>22.810</b>	PRESTAMO POR PAGAR	<b>28.636,31</b>	
MAQUINRIA Y EQUIPO	<b>19.090</b>		<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>28.636,31</b>
MUEBLES Y ENSERES	<b>2.420</b>		<b>PATRIMONIO</b>		
EQUIPO DE COMPUTO	<b>1.300</b>		<b>CAPITAL</b>		<b>10.000</b>
			INVERSIÓN PROPIA	<b>10.000</b>	
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>38.636,31</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>10.000</b>
			<b>PASIVO MAS PATRIMONIO</b>		<b>38.636,31</b>

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores.

## 5.7 Estado Resultados Proyectado.

**Cuadro 99 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO EMPRESA "UC CUERO" EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS.					
DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>INGRESOS</b>	\$ 201.621,00	\$214.794,99	\$228.760,46	\$243.614,26	\$259.589,09
<b>VENTAS</b>	\$ 201.621,00	\$214.794,99	\$228.760,46	\$243.614,26	\$259.589,09
<b>-(COSTO DE VENTAS)</b>	\$ 172.170,47	\$182.262,80	\$193.033,51	\$204.173,42	\$216.615,15
<b>Materia Prima</b>	\$ 109.872,91	\$114.814,10	\$119.941,22	\$125.286,47	\$130.948,97
<b>Mano de obra</b>	\$ 48.414,00	\$53.255,40	\$58.580,94	\$64.439,03	\$70.882,94
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	\$ 13.883,56	\$14.193,31	\$14.511,35	\$14.447,92	\$14.783,24
<b>= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	\$ 29.450,53	\$32.532,18	\$35.726,95	\$39.440,84	\$42.973,94
<b>-GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 29.057,52	\$29.094,64	\$29.053,22	\$28.919,13	\$28.676,06
<b>Gastos en personal</b>	\$22.661,20	\$23.268,52	\$23.892,12	\$24.532,43	\$25.189,89
<b>Gastos Misceláneos</b>	\$ 2.612,18	\$2.682,19	\$2.754,07	\$2.827,88	\$2.903,66
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 3.784,14	\$3.143,94	\$ 2.407,04	\$1.558,83	\$582,50
<b>=UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	\$ 393,02	\$3.437,54	\$6.673,73	\$10.521,71	\$14.297,88
<b>(-) 15% PARTICIPACIÓN     TRABAJADORES</b>	\$ 58,95	\$515,63	\$1.001,06	\$1.578,26	\$2.144,68
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 334,06	\$2.921,91	\$5.672,67	\$8.943,45	\$12.153,20
<b>(-) IMPUESTO A LA RENTA</b>	\$ 98,25	\$859,39	\$1.668,43	\$2.630,43	\$3.574,47
<b>= UTILIDAD DISPONIBLE</b>	<b>\$235,81</b>	<b>\$2.062,52</b>	<b>\$4.004,24</b>	<b>\$6.313,03</b>	<b>\$8.578,73</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores.

## 5.8 Flujo Neto de Fondos.

**Cuadro 100 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO**

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO MICROEMPRESA " UC CUERO " EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS.						
DETALLE	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
INGRESOS OPERACIONALES	-	\$ 2.561,71	\$ 4.388,42	\$6.330,14	\$8.248,93	\$ 10.514,63
Utilidad después Impuestos. y Part. Trabajadores	-	\$ 235,81	\$ 2.062,52	\$ 4.004,24	\$ 6.313,03	\$ 8.578,73
Depreciación y amortización	-	\$2.325,90	\$2.325,90	\$ 2325,90	\$1935,90	\$ 1935,90
<b>VARIACIONES DE CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>-</b>	<b>-\$ 341,67</b>	<b>\$1.304,81</b>	<b>\$1.390,48</b>	<b>\$ 1.645,11</b>	<b>\$1.627,28</b>
Incremento de Cuentas por cobrar	-	-\$ 1.400,15	-\$1.403,27	-\$ 1.406,41	-\$1.409,55	-\$1.412,70
Disminución de Cuentas por cobrar			\$ 1.400,15	\$1.403,27	\$1406,41	\$1.409,55
Incremento de cuentas por pagar		\$ 901,27	\$ 991,39	\$1.090,53	\$1.199,59	\$1.319,54
Disminución de cuentas por pagar			-\$901,27	-\$991,39	-\$1.090,53	-\$1.1199,59
Incremento de participación trabajadores		\$58,95	\$ 515,63	\$1.001,06	\$ 1.578,26	\$ 2.144,68
Disminución participación trabajadores		-	-\$58,95	-\$ 515,63	-\$ 1.001,06	-\$ 1.578,26
Incremento del impuesto a la renta		\$98,25	\$859,39	\$1668,43	\$2.630,43	\$3.574,47
Disminución del impuesto a la renta		-	-\$98,25	-\$859,25	-\$1.668,43	-\$2.630,43
<b>VARIACIÓN DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 28.636,31</b>	<b>-\$ 4.238,41</b>	<b>-\$ 4878,61</b>	<b>-\$ 5.615,51</b>	<b>-\$6.463,72</b>	<b>-\$7.440,05</b>
Inversiones temporales	-					
Deuda bancaria a corto plazo	-	-\$ 4.238,41	-\$ 4.878,61	-\$5.615,51	-\$6.463,72	-\$7.440,05
Deuda bancaria a largo plazo	\$ 22.810,00					
<b>OTRAS FUENTES Y USOS</b>	<b>-</b>	<b>-\$ 22.810,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Compra de activos fijos	-	-\$ 22.810,00	-	-	-	-
Venta de activos fijos (equipo de cómputo)	-	-	-	-	-	-
Pagos de dividendos	-	-	-	-	-	-
Flujo neto total	\$28.636,31	-\$ 24828,37	\$ 814,62	\$2.105,10	\$3.430,31	\$ 4.701,86
Caja inicial	\$ 10.000,00	\$ 38.636,31	\$ 13.807,93	\$ 14.622,55	\$16.727,66	\$20.157,97
Control:	-	-	-	-	-	-
Caja final:	\$ 37.723,70	\$13.807,93	\$ 14.622,55	\$ 16.727,66	\$ 20.157,97	\$ 24.859,82

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores.

## 5.9 Evaluación Económica Financiera.

**Cuadro 101 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.**

AÑO	FLUJO DE CAJA	VALOR DE RESCATE
0	38.636,31	-
1	13.807,93	30.909,04
2	14.622,55	23.181,78
3	16.727,66	15.454,52
4	20.157,97	7.727,26
5	24.859,82	-

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores.

### 5.9.1 Cálculo del Valor Actual Neto.

**Cuadro 102 CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO.**

Inversión del Proyecto	Valor Nominal	% Aportación	Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)	Ponderación
Aporte Socios	\$ 10.000,00	25,881%	6,00%	1,55%
Préstamo Bancario	\$ 28.636,31	74,12%	14,15%	10,49%
	<b>\$ 38.636,31</b>	<b>100,00%</b>		<b>12,04%</b>

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores.

INVERSIÓN TOTAL	\$ 38.636,31	100%
APORTE SOCIOS	\$ 10.000,00	x
	<u>25.88%</u>	

La tasa mínima aceptable del rendimiento del capital total sobre los USD. 38.636,31, resultó ser el 12,04%, lo cual significa que ese es el rendimiento mínimo que el proyecto deberá ganar para pagar el 6,00% sobre los USD. 10.000,00 y el 14,15% de interés por el préstamo de los USD. \$28.636,31.

### 5.9.2 Tasa de Rendimiento Medio.

$$\text{TRM} = ((1 + \text{CK})(1 + \text{INF})) - 1$$

$$\text{TRM} = ((1 + 0,1204)(1 + 0,0268)) - 1$$

$$\text{TRM} = 15,04\%$$

$$\text{TASA DE REDESCUENTO REAL} = 15,04\%$$

$$\text{VAN} = -38.636,31 + \frac{13.807,93}{(1+0.1504)^1} + \frac{14.622,55}{(1+0.1504)^2} + \frac{16.727,66}{(1+0.1504)^3} + \frac{20.157,97}{(1+0.1504)^4} + \frac{24.859,82}{(1+0.1504)^5}$$

$$\text{VAN} = -38.636,31 + 12.002,72 + 11.049,06 + 10.987,24 + 11.509,36 + 12.338,25$$

$$\text{VAN} = 19.250,33$$

Con los datos obtenidos podemos determinar que el valor actual del proyecto sería de USD. 19.250,33 resultantes de restar la inversión inicial a los flujos de caja de los cinco primeros años de ejecución del proyecto redescontados, es decir quitados la tasa de interés real de financiamiento del proyecto.

## 5.9.2 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

TASA DE REDESCUENTO = 57%

$$\text{VAN} = 38.636,31 - \frac{13807,93}{(1+0.57)^1} + \frac{14622,55}{(1+0.57)^2} + \frac{16727,66}{(1+0.57)^3} + \frac{20157,97}{(1+0.57)^4} + \frac{24859,82}{(1+0.57)^5}$$

$$\text{VAN} = 38.636,31 - 8.794,86 + 5.932,31 + 4.322,51 + 3.317,78 + 2.606,15$$

$$\text{VAN} = -13.662,69$$

TASA DE REDESCUENTO = 56%

$$\text{VAN} = 38.636,31 - \frac{13807,93}{(1+0.56)^1} + \frac{14622,55}{(1+0.56)^2} + \frac{16727,66}{(1+0.56)^3} + \frac{20157,97}{(1+0.56)^4} + \frac{24859,82}{(1+0.56)^5}$$

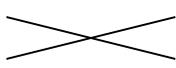
$$\text{VAN} = 38.636,31 - 8.851,24 + 6.008,61 + 4.406,17 + 3.403,68 + 2.690,76$$

$$\text{VAN} = -13.275,85$$

## TASA INTERNA DE RETORNO

### TASA INTERNA DE RETORNO:

Diferencia de porcentaje: -0,01  
Diferencia de valor: -386,84

<b>INTERPOLACIÓN 1</b>	-386,84		-1%	X	-35,32%
	-13662,69				

<b>INTERPOLACIÓN 2</b>	-386,84		-1%	X	-34,32%
	-13275,85				

**TIR = 21,68%**  
**TIR = 21,68%**

Resulta factible, lo que significa que el proyecto internamente en retorno generará mayor tasa que las que ofrecen otras inversiones externas.

El TIR del 21,68% es mayor que el costo de capital del 14,15%, lo que permite determinar que el proyecto es factible.

### 5.9.3 Cálculo del Beneficio/Costo.

**Cuadro 103 RAZÓN BENEFICIO / COSTO.**

AÑO	INGRESOS	TMAR	(1+i)^n	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
2014	210.621,00	0,1405	1,1405	184.674,27	201.227,98	176.438,39
2015	214.794,99	0,1405	1,3007	165.132,88	211.357,45	162.490,13
2016	228.760,46	0,1405	1,4835	154.203,81	222.086,73	149.705,15
2017	243.614,26	0,1405	1,6919	143.986,42	233.092,55	137.767,64
2018	259.589,09	0,1405	1,9296	134.527,16	245.291,21	127.117,56
				<b>782.524,55</b>		<b>753.518,87</b>

$$B/C = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$B/C = \frac{782.524,55}{753.518,87}$$

$$B/C = 1,04$$

Relación B/C > 1 Viable

Relación B/C = 1 Indiferente

Relación B/C < 1 No viable

#### 5.9.4 Período de Recuperación de la Inversión (P.R.I.)

**Cuadro 104** *FLUJOS ACTUALIZADOS*

AÑO	FLUJOS	TMAR	(1+i)^n	FLUJOS ACTUALIZADOS
2014	38.636,31	0,1405	1,1405	33.876,64
2015	13.807,93	0,1405	1,3007	10.615,44
2016	14.622,55	0,1405	1,4835	9.856,83
2017	20.157,97	0,1405	1,6919	11.914,22
2018	24.859,82	0,1405	1,9296	12.883,13
	112.084,58			79.146,27

$$\text{PRI} = \frac{\text{FLUJOS ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN INICIAL}}$$

$$\text{PRI} = \frac{79.146,27}{38.636,31}$$

$$\text{PRI} = 2,05$$

El período de recuperación de la inversión es de 2,05 años.

$$\text{PRI} = \frac{\text{FLUJOS}}{\text{INVERSIÓN INICIAL}}$$

$$\text{PRI} = \frac{112.084,58}{38.636,31}$$

$$\text{PRI} = 2,90$$

El período de recuperación de la inversión es de 2,90 años.

## 5.10 Índices Financieros.

**Cuadro 105 CÁLCULO DE ÍNDICES FINANCIEROS**

CÁLCULO DE ÍNDICES FINANCIEROS						
		AÑO 2.014	AÑO 2.015	AÑO 2.016	AÑO 2.017	AÑO 2.018
RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO =	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}} \times 100$	3,84%	27,95%	40,94%	46,52%	45,83%
MARGEN DE UTILIDAD =	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	1,10%	10,06%	19,65%	29,67%	37,40%
CAPITAL DE TRABAJO =	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE	14.149,60	13.659,42	14.374,04	16.159,24	19.233,82
SOLVENCIA=	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	14,37	6,77	4,82	3,99	3,73
SOLIDEZ (ENDEUDAMIENTO) =	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	1,40	1,21	0,93	0,57	0,18
LIQUIDEZ (PRUEBA ACIDA 2)=	$\frac{\text{CAJA + INVERSIONES + CTAS POR COBRAR}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	13,05	6,18	4,45	3,73	3,53
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL =	$\frac{\text{VENTAS NETAS}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	5,65	6,28	6,73	6,87	6,79

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores.

## CAPÍTULO VI

### 6. PROPUESTA ESTRATÉGICA.

#### 6.1 La Empresa.

Nuestro proyecto plantea crear una microempresa actual y dinámica, dedicada a la fabricación y comercialización de calzado en cuero. Todos nuestros esfuerzos se dirigirán a satisfacer las necesidades del mercado, ahí donde éste se encuentre. Esa es nuestra filosofía de trabajo.

##### 6.1.1 Nombre o Razón Social.

Microempresa productora y comercializadora de calzado “UC CUERO”.

##### *Ilustración 4 LOGO*



##### 6.1.2 Titularidad de Propiedad de la Empresa.

La Microempresa de calzado “UC CUERO”, contará con dos socios los cuales aportarán con un capital inicial de 10.000,00 USD, distribuidos de la

siguiente manera: cada socio aportara con el 25%; además se buscará financiamiento en alguna entidad bancaria.

### **6.1.3 Tipo de Empresa.**

Será una microempresa con personería jurídica, puesto que estará legalmente constituida como una microempresa asociativa con responsabilidad limitada (sociedad), conformada por cuatro socios, quienes tomarán las decisiones y responderán por las obligaciones que contraiga la entidad, según lo estipulado en la Ley de Microcrédito y Microempresas del Ecuador.

### **6.1.4 Base Legal.**

- **NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:** Calzado “UC CUERO”
- **FIGURA JURÍDICA:** Se constituirá como Microempresa, debido al tamaño y al número de trabajadores.
- **REPRESENTANTE LEGAL:** Sr. Henry Wladimir Navarro Navarro.
- **NÚMERO DE SOCIOS:** 4 Socios.
- **CAPITAL INICIAL:** El capital inicial es de \$ 38.636,31; cuyo aporte de los accionistas es de \$ 10.000,00 y un crédito de \$ 28.636,31
- **UBICACIÓN:** El domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, Parroquia San Francisco, Barrio San Francisco.
- La Microempresa poseerá todos los documentos que implica la constitución, para ello se procederá a la obtención del Registro Único de Contribuyentes RUC, Permiso de Funcionamiento y Patente Municipal.

### **a) REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES RUC.**

Los requisitos indispensables para obtener el RUC son los siguientes:

- Original y copia de Cédula del Representante Legal.
- Original y copia del Certificado de votación.
- Copia de un documento que certifique la dirección del local donde se desarrolla la actividad económica: Recibo de agua, luz o teléfono.
- Nombramiento del Representante Legal.
- Acta de Constitución de la Microempresa.
- Formulario RUC 01-A.

### **b) PATENTE MUNICIPAL.**

Es el permiso Municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual. Esta se la debe obtener dentro de los 30 días siguientes al final del mes en que se inicien las actividades y durante el mes de Enero de cada año. Los requisitos para su obtención son los siguientes:

- Recibo del último pago del Impuesto Predial de la ubicación de la Microempresa.
- Copia del RUC.
- Documentos personales del Representante Legal.

### **c) PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO.**

El Municipio del Cantón exige la obtención del Permiso Sanitario de funcionamiento. Los requisitos son los siguientes:

- Cédula
- 2 Fotografías
- Examen médico.
- Llenar la solicitud de permiso de Funcionamiento.

## **6.2. Base Filosófica.**

### **6.2.1 Misión.**

Nuestra misión es establecer y crear una microempresa integrada en todos sus procesos, para poder fabricar y comercializar productos de buena calidad, utilizando las mejores pieles e insumos nacionales, apoyando así a la economía del país, ofreciendo un precio justo que esté al alcance de cualquier persona.

### **6.2.2 Visión.**

Elaborando productos de buena calidad nuestra microempresa en el año 2018 abarcará diferentes sectores de mercado, lo cual nos permitirá consolidarnos como una empresa de innovación constante para poder competir dentro del mercado nacional.

### **6.2.3 Principios y Valores.**

- **Calidad.**

En el trabajo y en los mejores productos.

- **Honestidad.**

Ser sinceros con nosotros mismos y con los demás.

Actuar con transparencia, confianza e igualdad.

- **Pertenencia e Identificación.**

Sentirse en familia formando parte de la organización.

Estar orgulloso del lugar de trabajo. Cuidar los recursos de nuestra empresa.

- **Responsabilidad y Compromiso.**

Cumplir nuestras obligaciones.

Asumir las consecuencias de nuestras acciones.

- **Pasión.**

Hacer las cosas con amor y cariño. Dar el 100% de nuestro esfuerzo.

- **Respeto y Humildad**

Tratar a los demás como queremos ser tratados.

Atender con cortesía al público.

Estamos dispuestos a aprender de nuestros errores.

- **Excelencia en el Servicio.**

Lo que hacemos, lo hacemos bien.

Brindar el mejor servicio y atención al cliente.

- **Unión.**

Trabajar en equipo y comunicarnos respetuosamente para alcanzar metas comunes.

- **Alegría.**

Propiciar el entusiasmo y dar nuestra mejor sonrisa. Sentirnos felices en nuestro trabajo.

- **Innovación.**

Buscar, imaginar, crear, enseñar y diseñar.

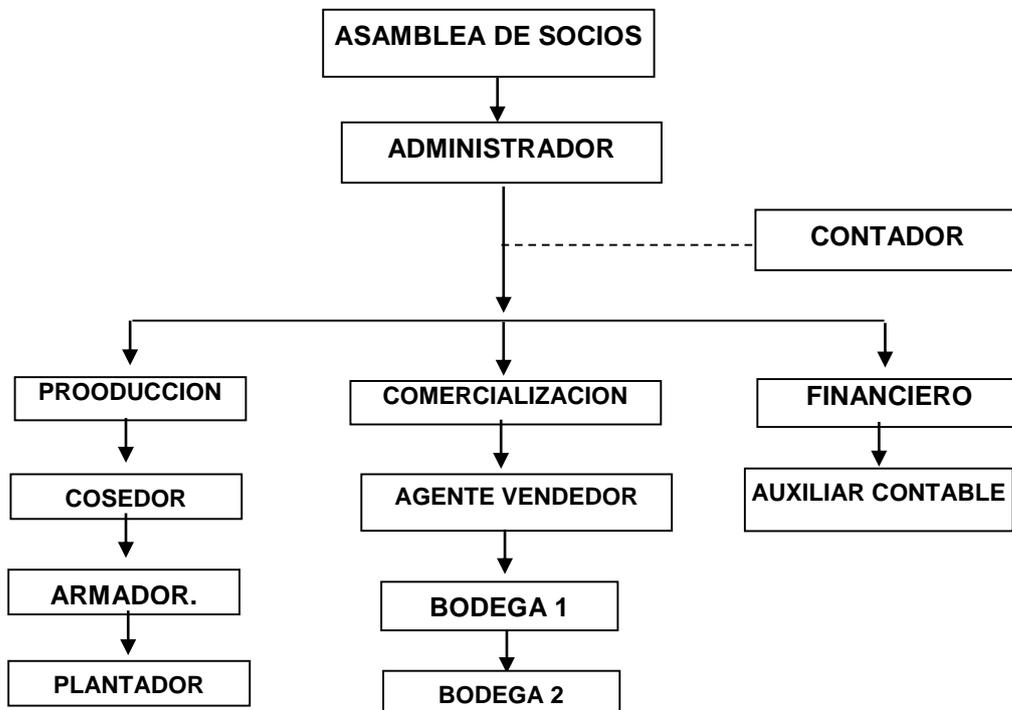
Libertad para expresar nuestras ideas.

### 6.3. La Organización.

La microempresa contará con 3 departamentos, los cuales se encuentran distribuidos de acuerdo al siguiente organigrama.

#### 6.3.1. Organigrama Estructural.

**DIAGRAMA 3 ASAMBLEA DE SOCIOS.**



Fuente: Investigación  
Elaboración: Los Autores.

#### 6.3.2 Descripción de Funciones.

##### Asamblea de los Socios:

- Se encargarán del manejo y conducción de la Microempresa.

- Tomar decisiones que afectarán a todos los ámbitos de la empresa.
- Coordinar el trabajo con el administrador.
- Analizar informes de la empresa.

### **Funciones del Administrador:**

- Coordinar el Trabajo de Producción.
- Corregir errores en cada uno de los procesos que se reportan a él.
- Exigir los estándares de calidad en cada uno de los procesos.
- Asignar tiempo de trabajo a cada uno de los departamentos a su cargo.
- Pronosticar las ventas a realizar en cada período.
- Pronosticar los posibles riesgos en cada período.
- Buscar la opción de desarrollar nuevos productos.
- Llevar un control sobre los ingresos que genere la empresa.
- Buscar el adecuado financiamiento para la empresa.
- Minimizar los costos financieros.
- Establecer los respectivos presupuestos de: Costos, Gastos, Ingresos, Ventas y análisis de sensibilidad.
- Autorizar la contratación del personal adecuado.
- Tramitar las gestiones de adquisición de bienes de los departamentos de la empresa.
- Supervisar que se proporcionen los bienes solicitados, cotizando y verificando la disponibilidad del dinero.
- Realizar los cambios y mejoras y demás medios tendientes a incrementar la productividad, eficiencia y eficacia del departamento a su cargo.

### **Funciones del departamento de producción:**

En este departamento operarán 6 trabajadores, los cuales cumplirán con las siguientes funciones:

### **Funciones de los cocedores:**

- Determinar la cantidad de materia prima a utilizarse y solicitar a tiempo cuando sea requerida.
- Selección de pieles y corte de las diferentes piezas.
- Estar al pendiente de posibles fallas durante el proceso de corte y costura del calzado, y en caso de existirlas, rectificarlas a tiempo.
- Proceder a la unión de las piezas de cuero y el forro del calzado.

### **Funciones del armador.**

- Armar y darle forma al corte en la Horma.
- Preparar plantillas (empastado).
- Pulir zona del plantado del calzado (sacar Filo).

### **Funciones del plantador.**

- Pegar las plantas o suelas.
- Clavar tacos de ser el caso.
- Revisar fallas.
- Pegar plantillas.
- Colocar cordones.
- Retirar Hormas.
- Almacenar en bodega determinados.

### **Funciones del departamento de comercialización:**

- Responsable del control y manejo de inventarios en bodega.
- Limpieza total del espacio físico y orden de los productos, por tipos, tallas y modelos.
- Realizar la pre-venta de los productos para su respectiva facturación.
- Revisar y verificar que los pedidos se encuentren de acuerdo a las facturas, antes de proceder a su respectiva entrega.

- Llevar toda la información generada durante el despacho y entrega al asistente contable, para su procesamiento.
- Presentar un listado de clientes actuales y nuevos para la base de datos, con sus respectivas direcciones.
- Se encargará de recibir al cliente, brindándole una excelente atención y el mejor servicio.
- Proponer, desarrollar y supervisar, en coordinación con las áreas respectivas las campañas de promoción y publicidad que se requieran para dar a conocer los productos de la empresa.
- Promover y difundir a través de la fuerza de ventas las novedades de los productos.
- Mantener actualizados los contratos y/o cartas convenios de la cartera de clientes
- Rendir informes mensuales, trimestrales, semestrales y anuales a la Administración, de las operaciones realizadas en el Departamento.
- Realizar las demás funciones que expresamente encomendadas.

**Funciones del auxiliar contable:**

- Preparar la información para elaborar los estados financieros contables de la microempresa.
- Efectuar y controlar la adquisición y asignación de bienes y servicios que requieren los diferentes departamentos para la adecuada realización de sus funciones con apego estricto a la normatividad.
- Supervisar la elaboración de facturas de proveedores que proporcionan los bienes y enviarlas al departamento administrativo para su pago respectivo.
- Controlar el inventario de bienes muebles e inmuebles asignados a los diferentes departamentos.
- Realizar el pago a proveedores y prestadores de servicio que contrate la empresa.
- Registrar las operaciones contables y financieras.

- Vigilar en forma coordinada con la Administración y el Departamento de Ventas la liquidación oportuna de los contratos.
- Supervisar y controlar las ventas diarias.
- Preparar información para el pago de Impuestos
- Realizar afiliaciones y pagos al Instituto de Seguridad Social.
- Responsable del manejo de caja chica.

#### **6.4. Estrategias Empresariales.**

##### **6.4.1 Estrategias mercadológicas de posicionamiento.**

- **PRECIO.**

Se hará un estudio de los precios que ofrece la competencia sobre los productos y servicios, para establecer topes máximos a los que podrían llegar los precios de lo ofertado por nuestra empresa.

Se realizara un estudio técnico sobre los costos directos e indirectos que se incurren para entregar los productos y servicios, lo que nos dará una base para establecer los márgenes de rentabilidad a alcanzarse y que estarán atados a los topes que genere la competencia en el mercado.

Fijar un precio inicial bajo para de este modo lograr una rápida penetración del mercado, una rápida cogida o para hacerle rápidamente conocida. Una vez que tengamos una buena demanda, es posible aumentando los precios.

- **PLAZA.**

Se tratará de atraer a los clientes potenciales del Cantón Cotacachi y la zona norte del País, con lo que estaremos estratégicamente ubicados para explotar el mercado de la localidad.

Estaremos ubicados en la ciudad de Cotacachi y nuestros productos y servicios podrán ser apreciados por personas de los diferentes Cantones, con lo cual ampliaremos nuestro campo de acción.

Abrir nuevos puntos de venta ya sea dentro del cantón o fuera de él para lograr obtener una mayor participación en el mercado y, por tanto, aumentar las ventas.

- **PRODUCTO.**

Utilizar tecnología de punta para alcanzar a generar productos que mantengan estándares de calidad acordes con las exigencias del mercado.

El Recurso Humano que elaborara los productos de nuestra empresa deberá ser constantemente capacitado, lo que asegurará la calidad del producto ofertado.

Se generarán constantes evaluaciones sobre los productos entregados, para verificar el grado de satisfacción en nuestros clientes y de ser el caso generar las rectificaciones que ameriten con miras a alcanzar niveles óptimos de calidad.

Desarrollar nuevos productos tomando en cuenta la moda y las exigencias del mercado.

- **PROMOCIÓN.**

Se generara una campaña publicitaria, que incluirá medios radiales, escritos y televisivos; quienes tratando de dar a conocer nuestros productos.

Se realizarán diferentes tipos de promociones para atraer al consumidor, tales como: obsequiar artículos publicitarios tales como lapiceros, llaveros, entre otros, que cuenten con el logo o nombre de nuestra empresa, descuentos, entre otros, y de esta manera lograr la satisfacción del cliente.

Se elaborarán catálogos, hojas volantes, trípticos con el fin de dar a conocer a la población el producto que se está ofertando.

#### **6.4.2. Estrategias Operativas.**

Contratar personal que conozca sobre la producción de calzado para disminuir costos por el mal uso de la maquinaria y evitar que se generen desperdicios, y eliminar el tiempo ocioso.

El proyecto plantea adquirir 6 máquinas para la producción de calzado, 1 horno, y 250 hormas pero a futuro se pretende adquirir nueva maquinaria que nos permita incrementar el nivel de producción, para neutralizar las fortalezas o estrategias de la competencia.

Realizar cursos de capacitación para todo el personal de la empresa para que se adapten a los cambios tanto en área productiva como en área administrativa.

#### **6.4.3. Estrategias Financieras.**

Disminuir los precios esto podríamos lograr abaratando costos como es comprando materia prima a importadores directos más no a intermediarios.

Controles rigurosos en costos y gastos indirectos, reducción costos en funciones de ventas, marketing y publicidad.

Una estrategia para mejorar la liquidez y reducir costos de cobranza consiste en ofrecer descuentos si el cliente nos paga antes de lo estipulado, por ejemplo si vendemos el producto con un crédito a 30 días, podemos optar por ofrecer un descuento del 2%, si el cliente nos paga antes de lo estipulado.

Pedir a los proveedores crédito, por lo menos a 30 días, trabajar con inventarios mínimos, identifica el inventario que no se vende y sacar a remate el producto que ya no se vende.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO.

Los impactos de este proyecto tendrán incidencia en los siguientes aspectos:

Social, Económico y Ambiental.

Para la valoración de los impactos se considerará la siguiente tabla:

**-3 = Impacto Alto Negativo**

**-2 = Impacto Medio Negativo**

**-1 = Impacto Bajo Negativo**

**0 = No hay Impacto**

**1 = Impacto Bajo Positivo**

**2 = Impacto Medio Positivo**

**3 = Impacto Alto Positivo**

Utilizaremos una matriz por cada impacto analizado, en el eje horizontal identificamos el nivel de impacto, y en el eje vertical el indicador por área.

Cada indicador tendrá una valoración de impacto, con lo cual se suman los niveles y se dividen para el número de niveles analizados.

Después de cada tabla se analiza los argumentos y circunstancias que llevaron a ese nivel de impacto.

Finalmente se realiza un estudio numérico del nivel global de impacto a través de una matriz en la que el eje horizontal están determinados los niveles de impactos de cada área y en el eje vertical las áreas o ámbitos estudiados.

## 7.1 Impacto Social.

**Cuadro 106 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL.**

<b>NIVELES DE IMPACTO INDICADOR</b>	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3
Creación de fuentes de trabajo Desarrollo personal Nivel de Vida.						X	X
<b>TOTAL</b>						2	6
$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}}$ $NI = \frac{8}{3} = 2.67 = 3$ <p>Nivel de Impacto Social = Medio Positivo</p>							

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores.

### **ANÁLISIS:**

#### **Creación de fuentes de trabajo.**

Mediante un compromiso con la sociedad, se crearán fuentes de trabajo y se tendrá prioridad al contratar el personal, puesto que se dará preferencia a los trabajadores locales, los cuales tendrán la oportunidad de aplicar sus conocimientos en el proyecto.

#### **Desarrollo Personal.**

Se aplicará el razonamiento lógico de que un colaborador feliz, puede rendir de mejor manera, a ello se llegará dando la debida confianza y seguridad al personal, mediante salarios justos y capacitación constante.

#### **Nivel de Vida.**

Los propietarios de este proyecto y la comunidad mejorarán su nivel de vida, puesto que con el crecimiento de las empresas locales a través del producto ofertado por el proyecto, se elevará su poder monetario, con lo cual obtendrá mejores productos y / o servicios.

## 7.2. Impacto Económico

**Cuadro 107 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO.**

<b>INDICADORES</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de fuentes de trabajo.							X
Rentabilidad del proyecto						X	
Optimización de la inversión de los accionistas.							X
Nivel de ventas.							X
<b>TOTAL</b>						2	9
$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}}$ $NI = \frac{11}{4} = 2.75 = 3$							
Nivel de Impacto económico = Alto Positivo							

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores.

### ANÁLISIS.

#### Generación de fuentes de trabajo.

El proyecto, necesitará contratar empleados y profesionales, con lo cual se asegura que puedan laborar dentro de su propia provincia, fomentando fuentes de trabajo para las familias cotacacheñas y generando la activación de su economía.

#### Rentabilidad del proyecto.

Este proyecto generará utilidades que permitirán crecer como empresa y posicionarse en el mercado.

#### Optimización de la inversión de los accionistas.

Mediante la aceptación del proyecto en el mercado local, se logrará obtener un porcentaje de rentabilidad sobre la inversión inicial.

#### Nivel de ventas.

Se prevé que a futuro se incrementen los niveles de ventas, de manera progresiva, posibilitando el cumplimiento de metas empresariales.

### 7.3. Impacto Ambiental.

**Cuadro 108** MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo de desechos sólidos y desperdicios.			X				
Contaminación del Aire			X				
Contaminación del suelo.			X				
Contaminación del Ruido.			X				
Contaminación de Agua residual.			X				
<b>TOTAL</b>			-5				
$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}}$ $NI = \frac{-5}{5} = -1$ Nivel de Impacto económico = Bajo Negativo							

Fuente: Base de Datos.

Elaboración: Los Autores.

#### ANÁLISIS:

##### Manejo de desechos sólidos y desperdicios.

Se pondrá énfasis en los desechos sólidos, atendiendo a las normas que emite el Municipio de Cotacachi para regular su tratamiento. Se debe tomar en cuenta que los desperdicios que se desprenden de la producción se los utilizará para otras actividades.

##### Contaminación del Aire.

La emanación de pelusas por el desprendimiento propio del proceso de producción y el ruido procedente de la maquinaria, podría ocasionar problemas con el aire, provocando enfermedades de tipo respiratorio y auditivo.

##### Contaminación del suelo.

Los desechos emanados por la producción serán depositados en el recolector de basura, el mismo que los desechará en lugares baldíos, ocasionando la destrucción del suelo.

#### 7.4. Impacto Global o General.

**Cuadro 109** MATRIZ DE IMPACTO GLOBAL O GENERAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social.							X
Impacto Económico.							X
Impacto Ambiental.			X				
<b>TOTAL</b>			-1				6
$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}}$ $NI = \frac{5}{3} = 1.67 = 2$							
Nivel de Impacto económico = Medio Positivo							

**Fuente:** Base de Datos.

**Elaboración:** Los Autores.

#### ANÁLISIS.

Una vez analizados los Impactos podemos concluir que nuestro proyecto tendrá un impacto Medio Positivo lo que significa que será aceptable en los indicadores Social y Económico, mientras que el Impacto Ambiental será bajo negativo, pero se tratará de reutilizar los desperdicios de la mejor manera para evitar la contaminación en el mismo.

## **CONCLUSIONES.**

1. Escases de microempresas productoras de calzado de cuero en el Cantón Cotacachi.
2. Recurso Humano poco calificado para la producción de calzado en el Cantón.
3. En la ciudad de Cotacachi existe poca oferta de calzado y los consumidores tienen que adquirir el producto en otras ciudades.
4. Los pocos almacenes que comercializan calzado en Cotacachi, no utiliza estrategias adecuadas de marketing para dar a conocer el producto.
5. Limitado número de proveedores de materia prima para la elaboración de calzado en la ciudad.
6. Los precios del calzado en el mercado se fijan de acuerdo a la competencia y el costo de la materia prima.
7. Al momento de la compra los consumidores se fijan en la calidad del producto antes que en su precio.
8. Se pretende cubrir el 15.00% de acuerdo a la capacidad instalada del proyecto.
9. De acuerdo al estudio realizado se determinó que el Barrio San Francisco es un sector que dispone de todas las facilidades y requerimientos necesarios para el funcionamiento de la microempresa.
10. La inversión para el presente proyecto es de USD 38.636,31 no es elevada por tanto se contará con un capital propio del 25.88% y con un financiamiento del 74.12%, que se lo solicitará en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui Ltda.

- 11.** Para el buen funcionamiento de una empresa se debe tomar en cuenta algunos aspectos como son productivo, administrativo y financiero, en donde se pueda tomar decisiones y mejorar continuamente su actividad.
- 12.** La realización del proyecto tiene un impacto bajo negativo ambientalmente por el ruido y el desprendimiento de pelusa propia del proceso productivo.
- 13.** En las áreas social y económica el proyecto tiene impactos positivos y se obtiene rentabilidad, creación de fuentes de trabajo, desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.

## **RECOMENDACIONES.**

- 1.** Crear una microempresa productora y comercializadora de calzado con todos los estándares de calidad exigidos en esta actividad.
- 2.** Seleccionar y capacitar la mano de obra no calificada para elaborar el producto con eficiencia y eficacia.
- 3.** Incrementar los centros de comercialización directa a fin de cubrir las necesidades del mercado.
- 4.** Para dar a conocer el producto en el mercado, se necesitará de campañas publicitarias y estrategias empresariales, las cuales permitan posicionar el producto en el mercado.
- 5.** El aprovisionamiento de materia prima debe ser oportuno y buscar que sea de calidad.
- 6.** Fijar precios competitivos y asequibles que estén al alcance de todos los consumidores.
- 7.** Se debe elaborar productos de buena calidad ya que este es uno de los aspectos más importantes para el cliente.
- 8.** Para aprovechar al máximo la capacidad instalada del proyecto se debe adoptar mecanismos que permitan incrementar la producción y ventas del producto.
- 9.** Se debe aprovechar todas las oportunidades que nos brinda el sector, ya que las personas pueden llegar con facilidad y además cuenta con todos los servicios necesarios para la construcción de la microempresa.
- 10.** Hay que tomar en cuenta todos los posibles riesgos que se pueden presentar durante la ejecución del proyecto, para tomar los correctivos necesarios y se pueda cubrir el financiamiento y recuperar el capital invertido, en el tiempo esperado.

- 11.** La evaluación económica financiera dio como resultado un VAN de USD 19.250,33; un TIR equivalente a 21.68%, lo cual es mayor que el costo de capital que es del 14,15%, dando como resultado un proyecto factible y cuyo período de recuperación no es muy extenso.
- 12.** Para que el proyecto tenga solvencia, capital de trabajo, y mejore su rentabilidad es necesario que el volumen de ventas sea superior a \$201.621.
- 13.** Para lograr la sostenibilidad del proyecto no solo se debe manejar aspectos técnicos de confección de calcetines, sino también se debe aplicar un modelo organizacional adaptable a la microempresa.
- 14.** Para reducir el impacto negativo que tiene el proyecto en lo referente a la contaminación ambiental, se debe adoptar mecanismos que ayuden a evitar el ruido producido por la maquinaria y utilizar materiales que emanen menos pelusa.
- 15.** Mantener el impacto positivo que genera el proyecto tanto en el área social como económica para beneficio de los creadores del proyecto y de la población en general.

## BIBLIOGRAFIA:

- BECERRO, María; Técnica para la identificación y evaluación de Proyectos, Editorial Mac Graw-Hill, Cuarta Edición, México 2008.
- CERDA, Hugo; Como Elaborar Proyectos, Cooperativa Editorial Magisterio 4ta Edición, Bogotá, 2008.
- CHECA, Juan; Contabilidad de Costos, Editorial Andina, Primera Edición, Ecuador, 2007.
- CHILQUINGA, Manuel; Costos por Ordenes de Producción, Primera Edición, Ibarra-Ecuador, 2009.
- GUTIERREZ, Abraham; Metodología de la Investigación Científica. Editorial Kapeluz, Bogotá Colombia, 2010.
- LEIVA, Francisco; Nociones de Metodología de Investigación Científica, Editorial Gráfica, Tercera Edición, Quito-Ecuador, 2009
- POSSO, Miguel; Metodología para el Trabajo de Grado (Tesis y Proyectos), Primera Edición, Ibarra-Ecuador, 2010.
- Villalba, A Carlos (2009), Metodología de la Investigación Científica Quinta Edición, Sur Editores
- UTN; Guía para el Diseño del Plan de Trabajo de Grado, Editorial Universitaria, Ibarra-Ecuador, 2007.
- FLOR, García, Gary. “Guía para crear y desarrollar su propia empresa”. Editorial Ecuador F.B.T. Cía Ltda. Quito-Ecuador. Segunda edición, 2007.
- Villavicencio Jorge, “Programa de Evaluación y Proyectos 2009”
- NASSIR S. Chaín. (2007), Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.
- KOTLER, Philip. (2008) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.
- GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.
- BRAVO Mercedes (2007) CONTABILIDAD GENERAL Séptima edición, Editorial Nuevo Día

## LINKOGRAFIA

- <http://www.monografias.com>
- <http://www.sitiocontable.org.co>
- <http://www.edym.com/CD-tex/2p/matprim/cap03/cap03.htm>
- <http://www.promonegocios.net/distribucion/tipos-canales-distribucion.html>
- [http://primeradeproduccion.blogspot.com/2009/02/proceso-de-fabricacion-de-calzado\\_08.html](http://primeradeproduccion.blogspot.com/2009/02/proceso-de-fabricacion-de-calzado_08.html)
- <http://calzadalis.com/proceso-de-elaboracion>
- <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&guia=23&giro=2&ins=519>
- <http://lsbow.wordpress.com/2011/10/27/etapas-de-produccion-del-calzado-de-cuero/>
- <http://www.slideshare.net/>
- [http://anderquim.com/Upload/Tipos\\_Cuero.pdf](http://anderquim.com/Upload/Tipos_Cuero.pdf)
- <http://www.supercias.gov.ec>
- <http://www.hoy.com.ec>
- <http://www.eluniverso.com>
- <http://www.diario-expreso.com>
- <http://www.radioforever925.com>
- <http://www.grupoksa.com>
- <http://www.muchohomejorecuador.org.ec>
- <http://www.pages.ster.nyu.edu>
- <http://montajedecalzado.blogspot.com/>

# ANEXOS

## ANEXO Nº 1 ENCUESTA

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.

#### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene como finalidad medir la **FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO EN CUERO EN EL CANTÓN COTACACAHÍ PROVINCIA DE IMBABURA**”.

#### INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestar.
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas.
- Marque con una X en el cuadro según corresponda su respuesta.

#### 1. ¿Qué tipo de calzado utiliza con mayor frecuencia?

Formal.  Deportivo.  Casual.

#### 2. ¿De qué tipo de material utiliza su calzado?

Cuero.  Sintético.  Lona.

#### 3. ¿Para quiénes adquiere más este producto?

Niños.  Damas.  Caballeros.

#### 4. ¿Con qué frecuencia adquiere el producto?

Mensual  Trimestral

Semestral  Anual

5. ¿Cuántos pares de calzado casual adquiere usted al año?

1  2  3  4  5  6

6. ¿Cuántos pares de calzado deportivo adquiere usted al año?

1  2  3  4  5  6

7. ¿Cuántos pares de calzado formal adquiere usted al año?

1  2  3  4  5  6

8. ¿La cantidad de calzado que adquirió el año pasado fue?

Mayor  Menor  Igual

9. ¿Qué colores de calzado usted prefiere?

Claros  Oscuros  Coloridos

10. ¿Qué tallas de calzado adquiere con mayor frecuencia?

31 - 34  35 - 38  39 - 41

11. ¿Qué lugares visita con frecuencia para la compra del producto?

Almacenes.  Fábricas.

Centros Comerciales.  Otros

12. ¿Cuál es la ubicación del lugar donde usted adquiere el calzado?

Ibarra.  Antonio Ante.  Otavalo.

Cotacachi.  Otros.

**13. ¿Por qué prefiere este lugar?**

Cercanía

Calidad

Precio

Variedad

**14. ¿Cuánto paga usted por un par de calzado en cuero de buena calidad?**

30.00 Usd.  31.00 a 40.00 Usd.  41.00 a 50.00 Usd.

51.00 a 60.00 Usd.  61.00 a 70.00 Usd.  71.00 a 80.00 Usd.

**15. ¿Qué presentación prefiere cuando compra su calzado?**

Caja

Funda

Sin empaque

**16. ¿Qué tipo de promociones ha recibido usted al comprar calzado?**

Obsequios.  Mitad de Precio.  Sorteos

Ninguna.  Otros.

**17. ¿Qué emisora escucha con mayor frecuencia?**

Canela

Los Lagos

Exa

Satélite

Los 40 principales

Vocu

**18. ¿Cuál es su periódico preferido?**

Comercio       Universo       La Hora   
La Verdad       El Norte   
Otros.....

**19. ¿Está Usted de acuerdo con la creación de una microempresa de calzado en cuero en el Cantón Cotacachi?**

Si       No

**Edad:**

18 – 28       29 – 39   
40 – 50       51 – 60

**Sexo:**

Masculino       Femenino

**Ocupación:**

Estudiante       Profesional   
Empleado       Ama de casa   
Comerciantes       Otros .....

**Nivel de Instrucción:**

Primaria       Secundaria       Superior       Ninguna

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

## **ANEXO Nº 2 ENTREVISTAS REALIZADAS A PROPIETARIOS DE FÁBRICAS DE CALZADO.**

- 1. ¿Nombre de la fábrica de calzado?**
- 2. ¿Cuáles son sus principales materias primas?**
- 3. ¿De dónde obtienen la materia prima? ¿La importan o se abastecen del mercado local?**
- 4. ¿Cuáles son sus principales proveedores?**
- 5. ¿Han tenido problemas de escasez de la misma? ¿Qué han hecho en esos casos?**
- 6. ¿Qué tipo de maquinaria utilizan?**
- 7. ¿De qué marca son sus máquinas? ¿Los repuestos, el servicio técnico son fáciles de conseguir?**
- 8. ¿Cuál es la cantidad promedio de producción mensual de su empresa?**
- 9. ¿Cuántas personas ocupan en el proceso de producción?**
- 10. ¿Qué grado de capacitación tienen sus trabajadores?**
- 11. ¿Han tenido algún problema en reubicar personal con el avenimiento de maquinarias nuevas o los han podido reinsertar en otros sectores?**

**12. ¿Cómo determinan sus precios? (son tomados del resto del mercado o utilizan sus propias determinaciones).**

**13. ¿Cómo comercializa sus productos?**

**14. ¿Cuál es el plazo de pago que les da, en promedio, a sus deudores comerciales?**

**15. ¿Qué plazo de pago le dan, en promedio, sus acreedores?**

**ANEXO Nº 3 ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE ALMACENES DE CALZADO EN LA CIUDAD DE COTACACHI.**

- 1. ¿Nombre de los propietarios de los almacenes?**
  
- 2. ¿Cuántos pares de calzado en promedio adquiere al mes?**
  
- 3. ¿Cuál fue su promedio de compra en calzado del año anterior?**
  
- 4. ¿Cuál es el precio promedio de sus productos?**
  
- 5. ¿Qué tipo de calzado de cuero prefiere la gente?**
  
- 6. ¿De qué tipo de material adquiere su producto?**
  
- 7. ¿Cuáles son las tallas que más demanda la gente?**







