



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 ORTOPÉDICO
INFANTIL EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE
IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORA: IVONNE ALEXANDRA REVELO ANDRADE

DIRECTOR: ING. MARCELO VALLEJOS

IBARRA, JUNIO, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

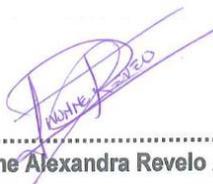
La presente investigación tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de calzado ortopédico infantil en el cantón Otavalo, provincia Imbabura. Para el análisis del proyecto se estableció siete capítulos importantes, a continuación un resumen de cada uno de ellos. Con el diagnóstico efectuado en el cantón Otavalo, se puede definir los aspectos negativos y positivos que intervendrán en el desarrollo del proyecto. En el marco teórico se contextualizó las bases teóricas utilizadas en el desarrollo de la investigación, mediante información bibliográfica de los distintos temas a tratarse. El estudio de mercado permitió identificar la demanda actual que existe en los almacenes comerciales que se dedican a la venta de calzado ortopédico infantil y las oportunidades que tiene el producto para introducirse en el mercado, así como también los precios adecuados para la comercialización del mismo. Del estudio técnico se determinó que el cantón Otavalo será la ubicación estratégica del proyecto, porque cuenta con aspectos que favorecen su implementación, como también aspectos técnicos para realizar las actividades de producción y comercialización del calzado ortopédico para niños. El análisis financiero demostró resultados factibles para la gestión del proyecto en los escenarios analizados. En la parte organizacional y administrativa se estableció los lineamientos estratégicos, como objetivos, políticas que se aplicarán para un buen funcionamiento de la microempresa. Los impactos que el proyecto presentan un nivel medio positivo, lo que favorece especialmente al desarrollo del sector. De esta manera y en base a toda la información recogida se ha logrado construir la presente propuesta productiva, la misma que va encaminada a mejorar la calidad de vida de los pacientes que padecen patologías en las extremidades inferiores; e incentivar el desarrollo técnico, tecnológico y productivo del calzado infantil, así como también fortalecer las estrategias de comercialización y administración de la microempresa.

EXECUTIVE SUMMARY

This current research aims to determine the feasibility to develop a producer and marketer company for orthopedic footwear for children in the city of Otavalo, state of Imbabura. In order for the project to be analyzed, it was organized in seven chapters, which will be summarized below. Diagnosis performed on the city of Otavalo will determine the positive and negative outcomes of that will interfere on the development of the project. In the theoretical framework the theoretical basis used in the development of the research was contextualized by bibliographic information on the various topics discussed. Market research allowed to identify the current demand that is present on stores engaged in the selling of children's shoes and the opportunities for this merchandise to be introduced in the market, as well as establishing an appropriate selling price for the product. From the technical study, it was determined that the city of Otavalo will be an strategically place to locate the project, as it counts with favorable aspects that will favor its implementation, along with technical aspects to perform the production and commercialization activities for orthopedic shoes for children. The financial analysis show feasible results for the management of the project in the analyzed scenarios. On the organizational and administrative aspects, strategical and objective guidelines were stablished, as well as objectives and politics that will be applied for a proper function of the company. The impacts that the project represent are fairly positive, which significantly favors the growth of the area. From this point, and based in all the gathered information, the following proposal has been developed, the same that will be directed to improve the quality of life of patients that suffer from pathologies in the lower extremities. In addition to encourage the technical and technological development and production of children's shoes, as well as to strength the marketing strategies and administration of the company.

AUTORÍA

Yo, **Ivonne Alexandra Revelo Andrade**, portadora de la cédula de ciudadanía No. **100323408-3**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información



.....
Ivonne Alexandra Revelo Andrade

100323408-3

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Ivonne Alexandra Revelo Andrade**, con cédula de identidad No. **100323408-3** para optar por el 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 ORTOPÉDICO INFANTIL EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"**. Considero que el presente trabajo reúne 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 26 días del mes de junio 2014.

Firma


.....
ING. MARCELO VALLEJOS
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

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

Yo, **Ivonne Alexandra Revelo Andrade**, con cédula de identidad No. **100323408-3**, manifiesto mi 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 autora de la obra o trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO ORTOPÉDICO INFANTIL EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo 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.


.....
Ivonne Alexandra Revelo Andrade
100323408-3

Ibarra a los 26 días del mes de junio 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			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100323408-3		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Revelo Andrade Ivonne Alexandra		
DIRECCIÓN:	Ciudad de Otavalo, calle Bolívar 6-11 y García Moreno		
EMAIL:	ivonne_alexandra@yahoo.com		
TELÉFONO FIJO:	062925-640	TELÉFONO MÓVIL:	0995341303
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO ORTOPÉDICO INFANTIL EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA		
AUTORA :	Ivonne Alexandra Revelo Andrade		

FECHA: AAAAMMDD	26/06/2014
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Marcelo Vallejos

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Ivonne Alexandra Revelo Andrade**, con cédula de identidad No. **100323408-3** en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago 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

La autora manifiesta 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 es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume 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 26 días del mes de Junio de 2014

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: Ivonne Revelo Andrade
C.C.:100323408-3

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

....

DEDICATORIA

Luego de varios días y meses de desvelo y sacrificio, he culminado con gran satisfacción el presente trabajo de grado, mismo que va dedicado a MIS QUERIDOS PADRES GONZALO Y EMPERATRIZ, a mi hermana ANITA, a mi querida hija DOMÉNICA, quienes con su apoyo incondicional formaron parte de la lucha diaria.

A ustedes mi querida familia, dedico con mucho amor este trabajo.

IVONNE REVELO

AGRADECIMIENTO

Me complace sobre manera a través de este trabajo exteriorizar mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Escuela de Contabilidad Superior y Auditoría, a los distinguidos Docentes quienes con sus profesionalismo y ética puesto de manifiesto en las aulas me brindaron sus conocimientos, pero sobre todo el ejemplo de trabajo y responsabilidad en el compromiso diario de enseñar y aprender, lo cual me ha servido para ser una persona honesta, trabajadora, responsable y productiva para la sociedad.

A mi Director de Tesis, Ing. Marcelo Vallejos quien con su experiencia como docente y su carisma como persona ha sido la guía idónea, durante el proceso que he llevado el realizar esta tesis, mi gratitud por brindarme el tiempo suficiente y la paciencia necesaria para que este anhelo llegue a ser felizmente culminado.

Pero por sobre todas las personas y familiares que me brindaron su apoyo en el transcurso de mi trabajo, agradezco principalmente a **DIOS**, por darme la vida y la salud para culminar con gran alegría mi tesis, ser mi guía y mi amigo incondicional.

IVONNE REVELO

PRESENTACIÓN

La presente investigación se basa en el análisis de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de calzado ortopédico infantil, cuya ubicación se encuentra en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, lugar que se pretende adecuar como punto estratégico para la producción y comercialización del producto, ya que este cantón tiene un mercado accesible que demanda un producto de calidad acorde a las necesidades médicas del caso.

Es importante mencionar que se ha tomado como concepto de microempresa, aquella organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que en una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.

El producto que se intenta situar en el mercado y poner a disposición del consumidor, está enfocado a ser un producto garantizado, es decir, que cumpla con los requerimientos médicos y técnicos que validen la calidad del mismo.

Este proyecto se desarrollará en base a una investigación documentada puntualizada en siete capítulos: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Organización de la Microempresa e Impactos del proyecto.

El diagnóstico situacional y el estudio de mercado permitirán establecer las características del sector donde se implementará la microempresa, la oferta, demanda y la calidad de los productos competidores existentes, precisar lineamientos y estrategias en cuanto a precio, calidad y garantía del producto, así como también buscar un mercado seguro de consumo para el cual se pueda producir constantemente; esto se apoyara en base

a la realización de encuestas, entrevistas, observación directa, que permitirán determinar medidas de objetividad que requiere la investigación.

Las bases teóricas corresponden al sustento básico del proyecto a desarrollarse, para lo cual se recurrirá principalmente a la investigación de fuentes secundarias, como son libros, revistas, folletos, lincografía y demás información referente a los temas a tratarse en los diferentes capítulos del proyecto, las cuales forman parte fundamental para cada planteamiento .

En el cuarto capítulo se elaboró un estudio técnico, en donde se analizaron los aspectos más relevantes sobre la localización óptima del proyecto y los respectivos requerimientos técnicos que la microempresa necesita para el desarrollo de sus actividades comerciales y productivas.

En el quinto capítulo se efectuó un estudio económico-financiero, donde se analizó la inversión requerida, su respectivo financiamiento, así como también los ingresos y egresos que se obtendrá en el proyecto. También se aplicaron evaluadores financieros para comprobar la factibilidad del proyecto.

En el sexto capítulo se estableció la constitución legal y administrativa de la microempresa, que contiene objetivos, políticas que se deben respetar para un buen funcionamiento de la organización.

En el capítulo séptimo del proyecto se analizaron a cada uno de los posibles impactos que se generen con la creación de la microempresa, los mismos estarán controlados de acuerdo a las medidas preventivas que la microempresa utilice.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Resumen ejecutivo	ii
Executive summarize	iii
Autoría	iv
Certificación	v
Cesión de derechos	vi
Autorización de uso y publicación	vii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice general	xiii
Índice de tablas	xx
Índice de gráficos	xxiii
Índice de ilustraciones	xxiv
Introducción	xxv
Justificación	xxvi
Objetivos del proyecto	xxvi
Metodología	xxviii

CAPÍTULO I

Diagnóstico situacional

Antecedentes	29
Objetivos del diagnóstico	30
General	30
Específicos	30
Variables diagnósticas	31
Variables	31
Indicadores	31
Adquisición del calzado ortopédico	31
Uso del calzado ortopédico en la población infantil	31
Costos del calzado ortopédico	31
Productos sustitutos del calzado ortopédico	32
Talento humano involucrado en la comercialización del calzado	32
Matriz de relación diagnóstica	32
Mecánica operativa del diagnóstico	34
Población a investigar	34
Instrumentos de recolección de la información	36
Información primaria	36
Tabulación y presentación de resultados	37
Diagnóstico externo	49
Aliados	49
Oponentes	50
Oportunidades	50
Riesgos	51
Matriz Aliados-Oponentes-Oportunidades-Riesgos	51
Determinación de la oportunidad de inversión	52

CAPÍTULO II

Marco teórico

La microempresa	55
Definición y clasificación de las Mipymes en el Ecuador	55
Características de la microempresa ecuatoriana	56
Clasificación de la microempresa ecuatoriana	57
Fuentes de financiamiento	57
Administración	58
Objetivos de la administración	59
Proceso administrativo	59
Planificación estratégica	61
Objetivos de la planificación estratégica	61
Misión	61
Visión	62
Estudio de mercado	62
Demanda	63
Oferta	64
Demanda potencial a satisfacer	64
Producto	64
Precio	65
Publicidad	66
Promoción	66
Plaza	66
Estudio técnico	67
Localización óptima del proyecto	67
Microlocalización	68
Macrolocalización	68
Contabilidad	69
Objetivos de la contabilidad	69
Características de la contabilidad	70
Importancia de la contabilidad	71

Libros utilizados en la contabilidad	72
Proceso contable	73
Estado de situación financiera	73
Estado de resultados integral	74
Estafo de flujo de efectivo	74
Normas Internacionales de Contabilidad (NIC)	75
Normas Internacionales de Contabilidad vigentes	76
Normas Internacionales de Información Financiera (NIIFS)	77
Normas Internacionales de Información Financiera vigentes	78
NIIF para PYMES	79
Evaluación financiera	79
Valor actual neto	79
Tasa interna de retorno	80
Período de recuperación	80
Beneficio costo	81
Punto de equilibrio	81
El calzado ortopédico	82
Características del calzado ortopédico	83
¿Por qué es importante utilizar calzado ortopédico?	85
Aspectos que se debe tomar en cuenta para comprar un calzado ortopédico	86
Importancia de la consulta médica para calzado ortopédico	86
Cuando es recomendable ver a un ortopedista pediatra	87
Proceso de fabricación del calzado ortopédico	87
Materiales que se utilizan en el calzado ortopédico	91

CAPÍTULO III

Estudio de mercado

Antecedentes	93
Finalidad del estudio de mercado	94
Objetivo general	94

Objetivos específicos	94
Identificación del producto	95
Características del calzado ortopédico	95
Mercado meta	97
Análisis de la demanda	97
Población y muestra investigada	97
Instrumento de la recolección de la información	99
Información primaria	99
Resultados de la investigación de campo	99
Demanda actual	109
Proyección de la demanda	109
Análisis de la oferta	111
Comportamiento de la oferta	115
Proyección de la oferta	115
Demanda potencial a satisfacer	117
Demanda a captar por el proyecto	117
Análisis de precios	118
Determinación del precio	118
Proyección del precio	118
Estrategias comerciales	119
Conclusión del estudio de mercado	121

CAPÍTULO IV

Estudio técnico

Tamaño del proyecto	123
Localización óptima del proyecto	123
Macrolocalización	124
Microlocalización	125
Factores del tamaño del proyecto	128
Factores condicionantes del tamaño del proyecto	128
Capacidad del proyecto	129

Distribución de la planta	130
Diseño de la planta	130
Flujograma de producción y comercialización	132
Inversiones	133
Activos no corrientes	133
Capital de trabajo	136
Inversión total	137
Financiamiento del proyecto	137
Requerimiento de talento humano	138

CAPÍTULO V

Estudio financiero

Ingresos	139
Proyección de ingresos	139
Egresos	140
Costos de producción	140
Gastos administrativos	143
Gastos de ventas	146
Financiamiento	147
Gastos financieros	147
Depreciación	148
Gastos de estudios y constitución	148
Resumen de egresos	149
Estados proforma	149
Estado de situación financiera	149
Estado de resultados integral	150
Flujo de caja	150
Evaluación de la inversión	151
Costo de oportunidad	151
Tasa de rendimiento medio	152
Valor actual neto	152

Tasa interna de retorno	153
Recuperación de la inversión	153
Costo beneficio	154
Punto de equilibrio del proyecto	154
Resumen de la evaluación financiera	155

CAPÍTULO VI

Organización de la microempresa

Presentación	157
Estructura estratégica	157
Misión	157
Visión	157
Objetivos microempresariales	158
Políticas de la microempresa	158
Principios	160
Valores	161
Estructura organizativa	162
Organigrama estructural	162
Identificación de puestos y funciones	163
Requisitos legales	168
Razón social	168
Figura jurídica	169
Representante legal	169
Permisos de funcionamiento	169

CAPÍTULO VII

Impactos del proyecto

Impactos del proyecto	171
Impacto socio-económico	172
Impacto empresarial	173
Impacto comercial	174

Impacto educativo	175
Impacto ambiental	176
Impacto general	177
Conclusiones	179
Recomendaciones	181
Bibliografía	183
Lincografía	185
Anexos	187

ÍNDICE DE TABLAS

No.	Pág.
1. Matriz de relación diagnóstica	33
2. Lista de profesionales de la salud investigados	35
3. Adquisición de calzado ortopédico	38
4. Diferencia en el calzado	39
5. Garantía del calzado	40
6. Precio del calzado	41
7. Importancia del informe médico	42
8. Edad adecuada	43
9. Reparación del calzado	44
10. Sustitución del producto	45
11. Talento humano	46
12. Factibilidad de promocionar y producir	47
13. Demanda de calzado	48
14. Matriz Alianzas-Oportunidades-Oponentes-Riesgos	51
15. Materiales para la plantilla de calzado ortopédico	91
16. Número de familias con hijos que presentan patologías en las extremidades inferiores en el cantón Otavalo	97
17. Importancia de adquisición	100
18. Conocimiento de problemas	101
19. Lugar de compra	102
20. Asesoría del producto	103

21. Adquisición del calzado	104
22. Frecuencia de adquisición	105
23. Precio del calzado	106
24. Aspectos para la compra	107
25. Medios de comunicación	108
26. Demanda calzado ortopédico en unidades	109
27. Porcentaje de crecimiento del sector industrial del calzado en el cantón Otavalo	109
28. Proyección de la demanda en unidades	111
29. Locales comerciales de la ciudad de Otavalo	112
30. Oferta de calzado ortopédico en el cantón Otavalo	115
31. Proyección de la oferta calzado ortopédico	116
32. Demanda insatisfecha en unidades	117
33. Demanda a captar por el proyecto	117
34. Proyección del precio del calzado ortopédico	118
35. Factores analizados para la microlocalización	125
36. Matriz de fuerzas locacionales	126
37. Distribución de instalaciones	130
38. Maquinaria y equipo de trabajo	133
39. Muebles y enseres	134
40. Equipo de computación	134
41. Equipo de oficina	135
42. Resumen de la inversión en activos no corrientes	135
43. Capital de trabajo	136
44. Inversión total	137
45. Financiamiento del proyecto	137
46. Requerimiento de talento humano	138
47. Proyección de ingresos	139
48. Materia prima directa	140
49. Materia prima e insumos proyectados	141
50. Proyección del salario básico mano de obra	141
51. Proyección del salario básico unificado	141

52. Costo de materiales para la producción proyectados	142
53. Empaque	142
54. Servicios básicos proyectados	142
55. Maquinaria y equipo proyectados	142
56. Resumen de costos de producción proyectados	143
57. Proyección de salario básico unificado	143
58. Proyección del costo total de sueldos administrativos	144
59. Proyección del arriendo	144
60. Proyección de los servicios básicos	144
61. Proyección de los servicios de comunicación	144
62. Proyección de suministros de oficina	145
63. Proyección del mantenimiento de equipo de computación	145
64. Proyección de resumen de gastos administrativos	145
65. Proyección del salario básico unificado	146
66. Proyección del costo total de sueldos en ventas	146
67. Proyección de la publicidad	146
68. Proyección del resumen de gastos de ventas	147
69. Tabla de amortización anual	147
70. Proyección de gastos financieros	148
71. Proyección de la depreciación	148
72. Gastos de estudios y constitución	148
73. Resumen egresos proyectados	149
74. Estado de situación financiera	149
75. Estado de resultados integral proyectados	150
76. Flujo de caja proyectado	150
77. Costo de oportunidad	151
78. Valor actual neto	152
79. Tasa interna de retorno	153
80. Recuperación de la inversión	153
81. Beneficio costo	154
82. Resumen de la evaluación financiera	155
83. Matriz de evaluación de impactos	171

84. Impacto socio-económico	172
85. Impacto empresarial	173
86. Impacto comercial	174
87. Impacto educativo	175
88. Impacto ambiental	176
89. Impacto general	177

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Pág.
1. Adquisición de calzado ortopédico	38
2. Diferencia en el calzado	39
3. Garantía del calzado	40
4. Precio del calzado	41
5. Importancia del informe médico	42
6. Edad adecuada	43
7. Reparación del calzado	44
8. Sustitución del producto	45
9. Talento humano	46
10. Factibilidad de promoción y producción	47
11. Demanda de calzado	48
12. Importancia de adquisición	100
13. Conocimiento de problemas	101
14. Lugar de compra	102
15. Asesoría del producto	103
16. Adquisición del calzado	104
17. Frecuencia de adquisición	105
18. Precio del calzado	106
19. Aspectos para la compra	107
20. Medios de comunicación	108

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

No.	Pág.
1. Clasificación de las mipymes	56
2. Prototipo de calzado	82
3. Padecimiento físico por el pie plano	83
4. Pie plano	84
5. Pie varo	84
6. Pie valgo	85
7. Pie equino	85
8. Importancia del calzado ortopédico	85
9. Inspección con el uso del podoscopio	87
10. Forma del calzado ortopédico	88
11. Patrón del calzado ortopédico	89
12. Cortes del calzado ortopédico	89
13. Parado del calzado ortopédico	90
14. Montado del calzado ortopédico	90
15. Terminado del calzado ortopédico	91
16. Mapa provincia de Imbabura	124
17. Croquis de ubicación del proyecto	127
18. Diseño de instalaciones	131

INTRODUCCIÓN

Con la evolución del comercio a nivel local e internacional y el surgimiento de tratados comerciales que involucran al Ecuador, se ha incrementado la competencia entre las empresas locales (tradicionales) que se han visto presionadas a ser más competitivas y flexibles a fin de mantener su posicionamiento en el mercado.

La competencia desleal entre empresas que se dedican a actividades similares, da origen a nuevos negocios de futuro prometedor, los riesgos en todo negocio están presentes en todo tiempo, más aún en el país en que se va a desarrollar el proyecto, para mitigar los problemas se debe crear nuevas formas de administración de microempresas basadas en la realidad económica y política del país.

Sin embargo, no se ha incursionado plenamente en el campo de la producción y comercialización de calzado ortopédico, producto destinado para el segmento infantil, que a nivel local se evidencia problemas como deformidades desde la gestación; según estadísticas de la Dirección Provincial de Salud, en un promedio anual el 27% de los niños nacen con problemas en las extremidades inferiores, específicamente las plantas de los pies; así como también el producto se lo comercializa en la ciudad, mediante proveedores de otras provincias. Estos inconvenientes pueden solucionarse con el producto que el proyecto pretende producir, razón por la cual se propone realizar los estudios correspondientes para la creación de una microempresa de producción y comercialización de calzado ortopédico infantil en esta ciudad, con la certeza de que todos los parámetros investigados darán soporte a su ejecución.

JUSTIFICACIÓN

Las razones por las cuales se decidió realizar e investigar la factibilidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de calzado ortopédico infantil, es la necesidad de este segmento de mercado, que demanda productos de calidad que tengan características que satisfagan sus necesidades; como corregir y evitar deformaciones al dar los primeros pasos en los infantes.

Hay que destacar la importancia de la utilización del calzado ortopédico, para corregir/prevenir la deformidad anatómica de los pies, que trae como consecuencia diferentes padecimientos a nivel físico, esto se debe a que el paciente se limita a realizar actividades físicas por más de diez minutos, dando como resultado el sedentarismo en la población, provocando enfermedades diversas, entre ellas el sobrepeso, obesidad, entre otros.

Para incursionar en actividades fuera de lo común e innovadores hace falta emprendimiento, se necesita de talento humano creativo. En el cantón Otavalo tiene gran importancia este tipo de proyecto, porque se cuenta con el recurso humano que por generaciones se dedican a trabajos manufactureros y pueden aportar con el proyecto con sus habilidades y destrezas, que son propias de ellos, generando así fuentes de trabajo que contribuirían al desarrollo económico y social, que permita la reducción de mano de obra ociosa y el mejoramiento de la forma de vida de las personas y por ende del progreso del sector.

El proyecto de investigación a desarrollarse es factible porque el investigador posee la predisposición y tiempo para desarrollar la investigación. Además se cuenta con el apoyo de los diferentes recursos humanos que poseen conocimientos acerca de la eficiente utilización y aprovechamiento al máximo del sector manufacturero, también se cuenta con el apoyo de la Cámara de Comercio y la Cámara de la Pequeña Industria del cantón Otavalo, los cuales serán guías y sustento del

proyecto propuesto. Por tanto este trabajo investigativo es de gran importancia a nivel del desarrollo manufacturero, que está en capacidad de someterse a cambios para brindar productos de mayor calidad y obtener beneficios.

Por último, esta investigación es de gran utilidad para nuevos emprendedores que deseen incursionar en el mundo empresarial, como también para profesionales dedicados a la investigación.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

GENERAL

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO ORTOPÉDICO INFANTIL EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional externo en el cantón Otavalo, que permita identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para la creación de una microempresa productora y comercializadora de calzado ortopédico infantil.
- Establecer fundamentos teóricos-científicos que sustente la propuesta sobre la creación de la microempresa utilizada en todas las fases de la investigación.
- Determinar un estudio de mercado para establecer y cuantificar la oferta, demanda, precio, competencia y canales de comercialización del producto a través de una investigación de campo, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

- Efectuar el estudio técnico con la determinación de la macro y micro localización, tamaño, aspectos técnicos y valoración de inversiones fijas a ser requeridas.
- Realizar un análisis económico-financiero para determinar cuánto de capital necesita invertir en el proyecto, fuentes de financiamiento, así como también otra serie de indicadores para la evaluación financiera.
- Establecer la estructura organizativa más adecuada y funcional para la nueva microempresa, para la elaboración de estrategias administrativas y operacionales.
- Analizar los impactos del proyecto en el ámbito socio-económico, empresarial, comercial, educativo, ambiental y general, que surjan al momento de iniciar las operaciones del proyecto.

METODOLOGÍA

El presente trabajo investigativo se enmarca dentro del estudio descriptivo debido a que los capítulos desarrollados se centran en la recolección de información que describen la realidad de la producción y venta del calzado ortopédico para niños, representando la situación tal y como fluye en el escenario actual. Esto se alcanzará con la investigación cualitativa y cuantitativa, permitiendo acceder a la información a través de la recopilación de datos llegando a conclusiones comparativas; mediante encuestas, entrevistas y observación directa obtenidas de datos de fuentes primarias. Además para el sustento teórico se utilizará fuentes secundarias de información, tales como libros actuales, tesis y otro tipo de estudios, que buscan sustentar la investigación.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El Ecuador es un país de oportunidades y sueños, donde la variabilidad de su economía obliga a que los futuros profesionales sean emprendedores, diferentes son las actividades productivas donde se puede aplicar los conocimientos adquiridos en instituciones de educación superior.

La provincia de Imbabura, es una matriz de producción y comercialización tanto nacional como internacional, cantones destacados como son por ejemplo el cantón Cotacachi, lugar donde se ha incursionado en la industria de producción de artículos de cuero, los mismos que son producidos a mano y llevados a la comercialización por su calidad y novedoso diseño que son propios del cantón.

El cantón Otavalo se destaca no solo por su belleza física, sino también porque genera una fuerte actividad productiva y comercial, las cuales demanda la generación de empleo, creando nuevas plazas de trabajo directa e indirectamente, razón por la cual hoy existe un comercio dinámico relacionado con la producción y comercialización de sus productos a nivel local y nacional.

Las pequeñas microempresas que se dedican a la producción y comercialización de calzado en el cantón Otavalo, están en auge debido a las técnicas que se están utilizando en la confección de calzado para damas y caballeros, los mismos que presenta una demanda creciente a nivel local y regional de este producto.

El presente diagnóstico situacional se efectuó con el propósito de conocer la situación actual del tema propuesto en el lugar de influencia del proyecto, para lo cual se plantearon objetivos diagnósticos, variables e indicadores reflejados en la matriz de relación diagnóstica. Las fuentes de información utilizadas permitieron recabar información actual y verídica, cuyos datos ayudaron para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto en su gestión.

1.2. Objetivos del Diagnóstico

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional externo en el cantón de Otavalo, que permita identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para la creación de una microempresa productora y comercializadora de calzado ortopédico infantil.

1.2.2. Específicos

- Conocer la adquisición del calzado ortopédico infantil por parte de los profesionales de la salud en Otavalo.
- Establecer las edades para el uso del calzado ortopédico infantil y sus beneficios.
- Analizar los costos de mantenimiento del calzado ortopédico infantil para identificar su calidad y duración sobre los productos sustitutos del calzado ortopédico estableciendo ventajas y desventajas.
- Indagar la calidad del talento humano que está involucrado en la comercialización y asistencia post venta del calzado ortopédico infantil.

1.3. Variables Diagnósticas

1.3.1. Variables

- Adquisición de calzado ortopédico
- Uso del calzado ortopédico en la población infantil
- Costos del calzado ortopédico
- Productos sustitutos del calzado ortopédico
- Talento humano involucrado en la comercialización del calzado ortopédico

1.4. Indicadores

1.4.1. Adquisición de calzado ortopédico

- Proveedores
- Formas de distribución
- Estilos
- Materiales
- Garantía

1.4.2. Uso del calzado ortopédico en la población infantil

- Aspectos correctivos
- Edades para la utilización
- Seguimiento al uso del calzado
- Atención de post venta y receta médica

1.4.3. Costos del calzado ortopédico

- Precios
- Costos de mantenimiento
- Reemplazo y vida útil
- Diseños
- Reparaciones

1.4.4. Productos sustitutos del calzado ortopédico

- Sustitución directa
- Sustitución indirecta
- Ventajas y desventajas
- Duración y precios

1.4.5. Talento humano involucrado en la comercialización del calzado ortopédico

- Experiencia.
- Formación académica
- Capacitación
- Competencias
- Situación laboral

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

TABLA No. 1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivos	Variable	Aspecto o Indicador	Fuente de información	Técnicas	Informante
Conocer la adquisición del calzado ortopédico infantil por parte de los profesionales de la salud en Otavalo.	Adquisición de calzado ortopédico	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Formas de distribución • Estilos • Materiales • Garantía 	Primaria	Encuesta	Profesionales de la salud
Establecer las edades para el uso del calzado ortopédico infantil y sus beneficios	Uso del calzado ortopédico en la población infantil	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos correctivos • Edades para la utilización • Seguimiento al uso del calzado • Atención de post venta y receta médica 	Primaria	Encuesta	Profesionales de la salud
Analizar los costos de mantenimiento del calzado ortopédico infantil para identificar su calidad y duración	Precios y costos del calzado ortopédico	<ul style="list-style-type: none"> • Precios • Costos de mantenimiento • Reemplazo y vida útil • Diseños • Reparaciones 	Primaria	Encuesta	Profesionales de la salud
Investigar sobre los productos sustitutos del calzado ortopédico estableciendo ventajas y desventajas	Productos sustitutos del calzado ortopédico	<ul style="list-style-type: none"> • Sustitución directa • Sustitución indirecta • Ventajas y desventajas • Duración y precios 	Primaria	Encuesta	Profesionales de la salud
Indagar la calidad del talento humano que está involucrado en la comercialización y asistencia post venta del calzado ortopédico infantil.	Talento humano involucrado en la comercialización del calzado ortopédico	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Formación académica • Capacitación • Competencias • Situación laboral 	Primaria	Encuesta	Profesionales de la salud

Elaborado por: La autora (2013)

1.6. Mecánica operativa del diagnóstico

La metodología de la investigación para el Diagnóstico Situacional del proyecto, es la investigación de campo, ya que nos permite estudiar la incidencia del calzado ortopédico infantil en los Profesionales de la Salud, acercándose lo más posible a la realidad del producto en este segmento.

El presente diagnóstico se lo realizó utilizando el siguiente procedimiento:

1.6.1. Población a investigar

La población a investigar en el diagnóstico, son los Profesionales de la Salud del cantón Otavalo, se ha tomado en cuenta a 34 profesionales conocedores del tema del cantón Otavalo.

Considerando que la población es menor a cincuenta, se realizó censo a todos los elementos de la población que deben ser investigados.

La población a investigar se identificó a través de la información constante en el Registro de los Profesionales de la Salud, que se encuentran registrados en la Dirección Distrital de Salud del cantón Otavalo.

TABLA No. 2
LISTA DE PROFESIONALES DE LA SALUD INVESTIGADOS

	PROFESIONAL	CONSULTORIO/CLÍNICA	ESPECIALIDAD	DIRECCIÓN
1	Dra. Sandra Riofrío	Policlínico	Pediatra	Vicente Ramón Roca y García Moreno
2	Dr. José María Jaramillo	Clínica San José	Cirujano	Calle Sucre Frente a la Farmacia Sana Sana
3	Dr. Patricio Cadena	Clínica San José	Pediatra	Calle Sucre Frente a la Farmacia Sana Sana
4	Dr. Jimmy Carrasco	Consultorio Particular	Ortopedista-Traumatólogo	Calle Ma. Eugenia Hidrovo
5	Dr. Javier Alarcón	Clínica de Especialidades Médicas Otavalo	Cirujano Pediátrico	Calle Abdón Calderón y Simón Bolívar
6	Dr. Luis Anrango	Consultorio Particular	Pediatra	Av. 31 de Octubre y Aurelio Ubidia
7	Dr. Klaus M. Fay	Consultorio Particular	Médico Cirujano	Calle Sucre junto a La Cooperativa de Ahorro y Crédito Pilahuin Tío Ltda.
8	Dr. Jakob Neben	Consultorio Particular	Pediatra	Calle Bolívar y Abdón Calderón Junto a la Casa Del Jean
9	Dra. Sandra Torres	Consultorio Particular	Médico General	Calle Bolívar y Abdón Calderón Junto a la Casa Del Jean
10	Dra. Marcia Troncosa	Consultorio Particular	Traumatóloga	Calle Bolívar y Abdón Calderón Junto a la Casa Del Jean
11	Dra. Ana Andrade	Centro Integral de salud	Ortopedista	Bolívar 8-10 y García Moreno
12	Dr. Diego Cazar	Consultorio Particular	Pediatra	Calle Simón Bolívar y García Moreno Frente al Parque Simón Bolívar
13	Dra. Ibeth Bonilla	Consultorio Particular	Ortopedista	Calle Simón Bolívar y García Moreno Frente al Parque Simón Bolívar
14	Dra. Sonia García	Consultorio Particular	Pediatra	Calle Simón Bolívar y García Moreno Frente al Parque Simón Bolívar
15	Dr. Edwin Muñoz	Consultorio Particular	Médico General	Calle Simón Bolívar y García Moreno Frente al Parque Simón Bolívar
16	Dr. Francisco Andrade	Consultorio Particular	Traumatólogo	Calle Simón Bolívar y García Moreno Frente al Parque Simón Bolívar
17	Dr. Fernando Pazmiño	Consultorio Particular	Médico General	Calle Roca y García Moreno
18	Dra. Magnolia Miranda	Consultorio Particular	Pediatra	Calle Roca

	PROFESIONAL	CONSULTORIO/CLÍNICA	ESPECIALIDAD	DIRECCIÓN
19	Dr. Pablo Santamaría	Consultorio Particular	Ortopedista	Piedrahita Esquina
20	Dr. Ramiro Galarza	Consultorio Particular	Médico General	Dir. Roca y Piedrahita
21	Dr. Leonardo Suárez	Consultorio Particular	Médico General	Pablo Hernández de la Reina
22	Dra. Gloria Serrano	Consultorio Particular	Pediatra	Salinas y Abdón Calderón
23	Dr. Daniel Suárez	Consultorio Particular	Cirujano Pediátrico	Calle Abdón Calderón 906 Pasaje y Luis Enrique Cisneros
24	Dr. Rubén Buitrón Andrade	Consultorio Particular	Cirujano	AV. 31 de Octubre
25	Dr. José Simbaña	Consultorio Particular	Médico General	Calle Simón Bolívar y Olmedo Esquina
26	Dr. Hernán Riofrío	Consultorio Particular	Pediatra	Calle Aurelio Ubidia y Circunvalación Sur
27	Dr. Edgar Velasco	Consultorio Particular	Médico General	Calle Juan Montalvo 6-773
28	Dra. Ana María Pazmiño	Consultorio Particular	Pediatra Ortopedista	Calle Sucre y Piedrahita Esquina
29	Dra. Karen Castro	Consultorio Particular	Pediatra	Calle Sucre y Olmedo
30	Dra. Lorena Lahuasi	Consultorio Particular	Médico General	Calle Sucre y Quito
31	Dr. Ricardo Méndez	Consultorio Particular	Ortopedista	Calle Leopoldo Chávez 739
32	Dra. Jomayra Andrade	Consultorio Particular	Médico General	Calle García Moreno S/N
33	Dra. Ana Andrade	Consultorio Particular	Médico General	Cida. Rumiñahui Garzón Prado
34	Dr. Santiago Endara	Consultorio Particular	Pediatra	Calle Bolívar Y Quito

Fuente: Dirección Distrital de Salud Otavalo

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

1.7. Instrumentos de Recolección de la Información

Para el diagnóstico del presente proyecto, se ha utilizado la técnica estadística de investigación de campo, que se señala a continuación:

1.7.1. Información Primaria.

Para obtener la información primaria se aplicó:

- **Encuestas:** Se empleó este método de investigación porque se deberá recopilar información de las personas encuestas; en

este caso los Profesionales de la Salud del cantón Otavalo; para esta población se aplicó un cuestionario diseñado en forma previa para la obtención de información específica de diferentes aspectos del producto a desarrollarse.

1.8. TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

1.8.1. Resultado de la encuesta dirigida a los a profesionales de la salud de Otavalo conocedores del tema.

1. ¿Conoce usted la forma de adquisición del calzado ortopédico infantil en el cantón Otavalo?

TABLA No. 3
ADQUISICIÓN DE CALZADO ORTOPÉDICO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mucho	21	62
Poco	10	29
Nada	3	9
TOTAL	34	100

Fuente: Profesionales de la salud

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 1



Fuente: Profesionales de la salud

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

La mayor parte de profesionales encuestados, conocen sobre la procedencia del calzado ortopédico, ya que ellos realizan pedidos directos a los fabricantes, además mantienen un convenio de trabajo para este tipo de calzado que es muy utilizado.

2. ¿Cuál es la diferencia más significativa entre el calzado ortopédico infantil y el de los adultos?

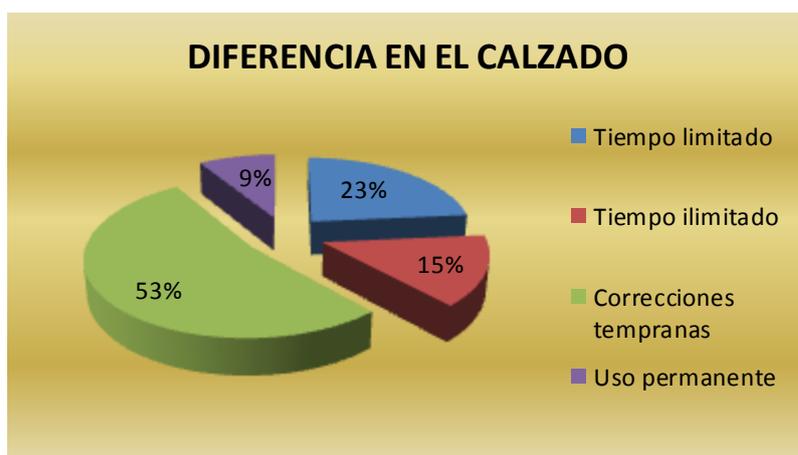
TABLA No. 4
DIFERENCIA EN EL CALZADO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Tiempo limitado	8	24
Tiempo ilimitado	5	15
Correcciones tempranas	18	53
Uso permanente	3	9
TOTAL	34	100

Fuente: Profesionales de la salud

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 2



Fuente: Profesionales de la salud

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

La diferencia radica en que el calzado ortopédico que utilizan los niños, tiene avances muy prolongados, que a futuro genera buenos resultados; permitiendo llevar una mejor calidad de vida, por el contrario el calzado de los adultos no da resultado positivos, son pocos los cambios que se obtienen, tomando en cuenta que los huesos maduran a la edad de los dieciocho años, permitiendo que las correcciones a partir de esa edad sean más dificultosas.

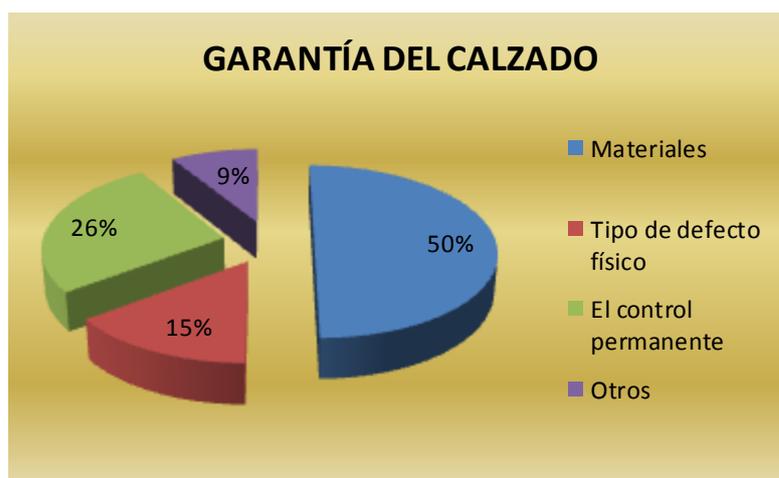
3. ¿Cómo se garantiza la bondad y vida útil del calzado ortopédico?

**TABLA No. 5
GARANTÍA DEL CALZADO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Materiales	17	50
Tipo de defecto físico	5	15
El control permanente	9	26
Otros	3	9
TOTAL	34	100

Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 3



Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

La calidad del calzado ortopédico se analiza a través de los materiales utilizados para su elaboración, especialmente porque para su confección se debe utilizar materiales cien por ciento cuero, otros consideran que lo realizan a través del control permanente que mantiene en los avances del paciente.

4. ¿Los precios del calzado ortopédico son?

**TABLA No. 6
PRECIO DEL CALZADO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Altos	7	21
Normales	21	62
Bajos	6	18
TOTAL	34	100

Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 4



Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

Consideran que los precios del calzado ortopédico están en un nivel normal, porque para su elaboración se utiliza materiales especiales que ayudan a mejorar los defectos encontrados en las extremidades inferiores del paciente, otros consideran que los precios son altos debido a que existe poca oferta del producto.

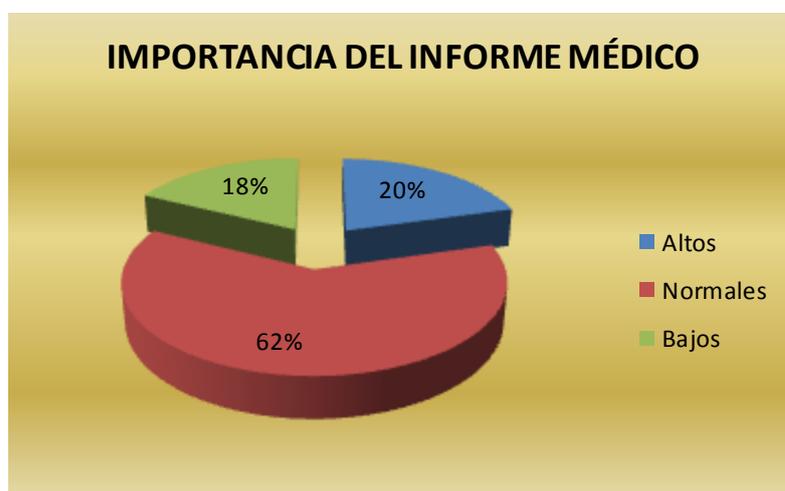
5. ¿El informe médico es un requisito importante para demandar calzado ortopédico infantil?

TABLA No. 7
IMPORTANCIA DEL INFORME MÉDICO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Altos	7	21
Normales	21	62
Bajos	6	18
TOTAL	34	100

Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 5



Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

Para utilizar este tipo de calzado se debe pasar por un chequeo médico, en el cual el especialista, le indicará el tiempo que debe utilizar, sin embargo también consideran que las precauciones que se debe tomar son normales no siempre se requiere de la opinión de un médico experto.

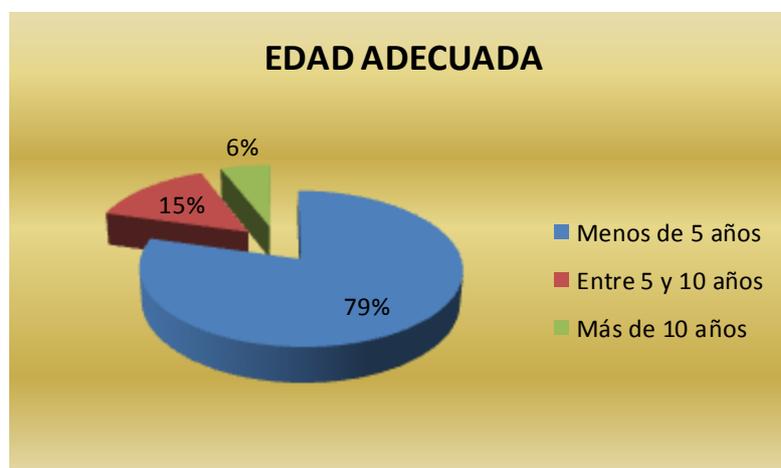
6. ¿Cuál es la edad más aconsejada para el uso del calzado ortopédico infantil?

**TABLA No. 8
EDAD ADECUADA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Menos de 5 años	27	79
Entre 5 y 10 años	5	15
Más de 10 años	2	6
TOTAL	34	100

Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 6



Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados de esta pregunta, consideran que la edad más adecuada e importante está en el rango menor de 5 años, porque es una edad donde los huesos del arco plantar están dispuestos a cambios; con la utilización del calzado especial, los resultados son altamente efectivos garantizando al paciente una vida normal, otros opinan que entre 5 a 10 años, ya que en ocasiones se requiere el tratamiento a esa edad.

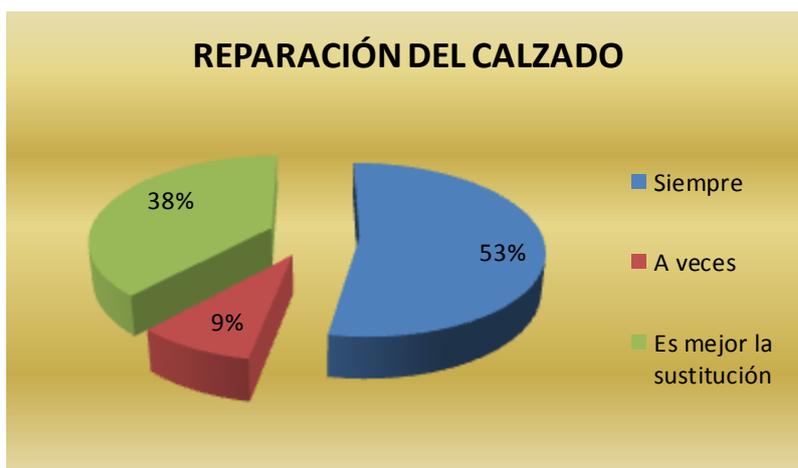
7. ¿Es adecuado realizar la reparación del calzado ortopédico?

TABLA No. 9
REPARACIÓN DEL CALZADO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Siempre	18	53
A veces	3	9
Es mejor la sustitución	13	38
TOTAL	34	100

Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 7



Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

Es sumamente importante realizar la reparación del calzado, porque debe mantenerse en buen estado ya que está cumpliendo una función importante que decidirá los resultados a futuro, otros recomiendan la sustitución del calzado por uno nuevo, debido a que el producto se lo debe mantener sin ningún defecto para obtener mejores resultados y no lamentarse por un error.

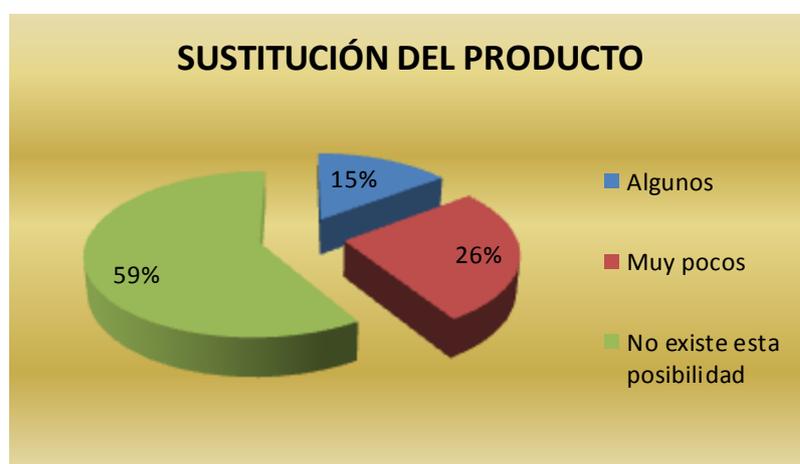
8. ¿Qué productos puede sustituir al calzado ortopédico?

TABLA No. 10
SUSTITUCIÓN DEL PRODUCTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Algunos	5	15
Muy pocos	9	26
No existe esta posibilidad	20	59
TOTAL	34	100

Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 8



Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

En realidad no existe la sustitución de otro calzado que pueda cumplir con las mismas funciones y brindar los resultados médicamente esperados, son muy pocas las maneras que también pueden dar tratamiento, como por ejemplo maneras alternativas que ayudan a mejorar los problemas, pero sin embargo la utilización del calzado es indispensable.

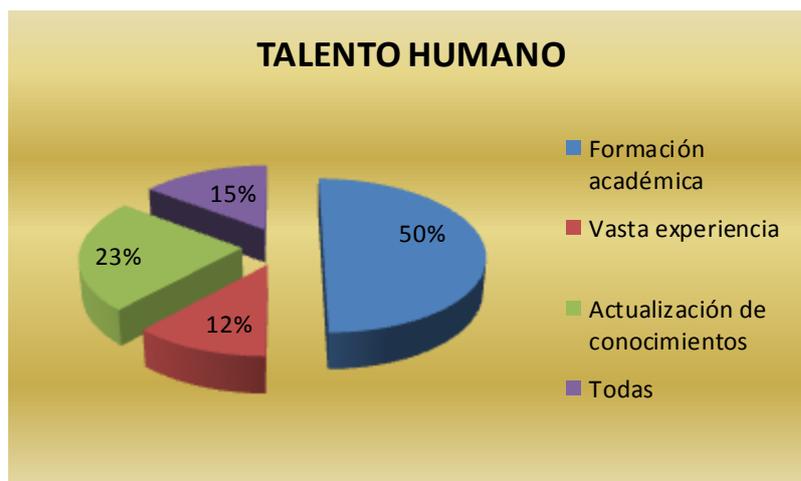
9. ¿Para que el talento humano sea idóneo en el aconsejar el mantenimiento y seguimiento del calzado ortopédico es necesario?

**TABLA No. 11
TALENTO HUMANO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Formación académica	17	50
Vasta experiencia	4	12
Actualización de conocimientos	8	24
Todas	5	15
TOTAL	34	100

Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 9



Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

Es importante que el talento humano tenga una formación académica adecuada, la misma que le permite saber orientar de la forma como se debe dar el mantenimiento, seguimiento, utilización del calzado, para que a futuro no presente problemas, otros consideran que la experiencia es más importante porque a través del tiempo se va obteniendo mejores conocimientos.

10. ¿La actividad de promocionar y producir calzado ortopédico es?

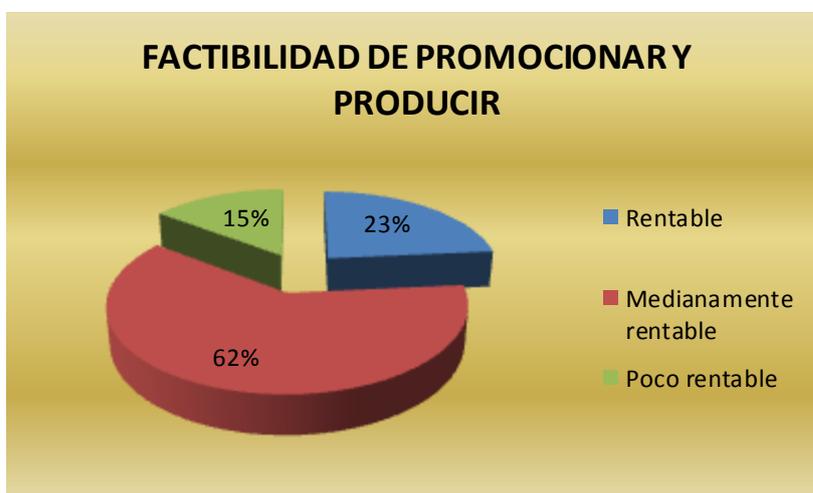
TABLA No. 12
FACTIBILIDAD DE PROMOCIONAR Y PRODUCIR

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Rentable	8	24
Medianamente rentable	21	62
Poco rentable	5	15
TOTAL	34	100

Fuente: Profesionales de la salud

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 10



Fuente: Profesionales de la salud

Elaborado por: La autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

Se puede decir, que el promocionar y producir calzado ortopédico es una actividad medianamente rentable, porque los materiales que se utiliza para su elaboración es costosa, pero si embargo existe la demanda del producto a un precio más o menos razonable, también otros considera que es rentable, debido a que es un calzado utilizado especialmente para el tratamiento de patologías de las extremidades inferiores, lo que radica la importancia de su adquisición.

11. ¿La demanda de calzado ortopédico infantil es?

TABLA No. 13
DEMANDA DE CALZADO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Alta	21	18
Media	87	76
Baja	7	6
TOTAL	115	100

Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 11



Fuente: Profesionales de la salud
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

La demanda que existe actualmente en el Cantón Otavalo, es considerado en un nivel medio, esto se debe a que no existen fabricantes a grandes escalas, sino microempresas que producen pocas cantidades de calzado ortopédico realizado bajo pedido, lo que genera que el calzado sea adquirido en otros lugares del país, otros consideran que la demanda del producto está en un nivel alto porque es muy dificultoso de encontrar en las distintas variedades y calidades.

1.9. DIAGNÓSTICO EXTERNO

Para determinar la matriz AOOR (Aliados-Oponentes-Oportunidades-Riesgos) fue necesario realizar un Diagnóstico Situacional a los Profesionales que adquieren calzado ortopédico infantil y que conocen sobre la importancia de la utilización del mismo en el Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.

Dentro de un proceso de producción y comercialización es de vital importancia mantener alianzas estratégicas, conocer a sus oponentes, e identificar las oportunidades y riesgos que existen en el entorno, con el objetivo principal de impulsar los diferentes eslabones de una cadena productiva y alcanzar sus mejores rendimientos.

En el presente proyecto se puede realizar el siguiente análisis:

1.9.1. ALIADOS

- El conocer la procedencia del calzado ortopédico, ayuda a identificar los aspectos positivos y negativos para la adquisición.
- La calidad de materiales que se utiliza en la elaboración del calzado ortopédico, permitirá obtener un producto final garantizado.
- Tener un diagnóstico claro sobre el problema que representa la patología en los pies, permite el diseño de un producto de acuerdo a las necesidades del paciente y que vaya conforme a la vanguardia de la moda actual.
- Negocio rentable, si existe una organización eficiente y eficaz donde se trabaje a base de objetivos y metas a corto y largo plazo.

1.9.2. OPONENTES

- La mala calidad del calzado ortopédico, provoca insatisfacción en los consumidores.
- La poca oferta del producto en el mercado, genera desabastecimiento del calzado por largos períodos.
- Los precios elevados del producto, provoca inconformidad en mercado que adquiere el calzado.
- El desconocimiento sobre la importancia de su utilización, generará a futuro complicaciones en la salud.

1.9.3. OPORTUNIDADES

- El crecimiento del comercio de productos clínicos, genera gran expectativa de productos nuevos.
- El mejoramiento en la calidad de vida de las personas, permitirá un desenvolvimiento eficiente en las actividades cotidianas.
- El reconocimiento en el mercado debido al prestigio de la empresa en la elaboración de productos de calidad.
- El mejoramiento en el nivel económico; a nivel local y regional debido a la dinámica del sector industrial del calzado dentro del cantón.

1.9.4. RIESGOS

- Las importaciones de productos, permite una competencia desleal.
- El producto sea elaborado con materiales inadecuados, generará desprestigio en la microempresa propuesta.
- Utilización de productos sustitutos, provoca inestabilidad de los productos de buena calidad en el mercado.

1.9.5. MATRIZ ALIADOS-OPONENTES-OPORTUNIDADES-RIESGOS

TABLA NRO. 14
MATRIZ ALIADOS-OPONENTES-OPORTUNIDADES-RIESGOS

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none">• Procedencia del calzado identifica aspectos positivos y negativos.	<ul style="list-style-type: none">• Mala calidad provoca insatisfacción.
<ul style="list-style-type: none">• Calidad de material para un producto garantizado.	<ul style="list-style-type: none">• Poca oferta del producto genera desabastecimiento.
<ul style="list-style-type: none">• Diagnóstico claro sobre el problema, permite el diseño del producto.	<ul style="list-style-type: none">• Precios elevados provoca inconformidad.
<ul style="list-style-type: none">• Negocio rentable.	<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento de la utilización, generará complicaciones de la salud

OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del comercio de productos clínicos, genera expectativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Importaciones de productos, conlleva a una competencia desleal.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento en la calidad de vida en las personas 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración con materiales inadecuados, generará desprestigio de la microempresa
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento en el mercado por productos de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de productos sustitutos, provoca inestabilidad de los productos de buena calidad en el mercado.
<ul style="list-style-type: none"> • El mejoramiento en el nivel económico 	

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

1.10. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

En base a la información recopilada en el diagnóstico situacional, se han identificado los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en referencia al producto propuesto se puede destacar lo siguiente: en el cantón Otavalo se presenta la necesidad de adquirir un producto ortopédico de calidad, debido a que actualmente existe calzado de baja calidad, el mismo que se comercializa a precios muy altos y que no genera los resultados médicamente esperados, debido a que no existe el conocimiento técnico en dichas microempresas dedicadas a la confección de este producto, lo que provoca que la demanda de este producto este inconforme.

Como también hay que destacar la importancia de la utilización del calzado ortopédico para prevenir y corregir la deformidad anatómica de los pies, que trae como consecuencia diferentes padecimientos a nivel físico, esto se debe a que el paciente se limita a realizar actividades físicas por más de diez minutos, dando como resultado el sedentarismo en la población, provocando enfermedades diversas, entre ellas sobrepeso, obesidad, hipertensión entre otros.

Bajo este antecedente es importante la creación de la microempresa de producción y comercialización de calzado ortopédico, en el cantón Otavalo, para que de alguna manera solucione la falta de un producto de calidad a precios razonables y acorde a las necesidades de la población que presenta estos problemas de salud.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La Microempresa

DIAS CALLEJAS, Osmín (2009). Administración de Empresas, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill. Manifiesta: *“Se considera microempresa a la que tiene entre 0 y 10 trabajadores. Esto es así, independientemente de que el negocio se dedique a la industria, al comercio o los servicios”*. Pág. 36.

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012). Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F. Afirma: *“La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”*. Pág. 38.

La microempresa está dedicada a diferentes sectores de la producción, donde se utiliza pocos recursos, pero genera trabajo y dinamiza el sector económico local.

2.2. Definición y clasificación de las Mipymes en el Ecuador

Según el Registro Oficial, (2010), Título I, Capítulo I, Art. 53. *“La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicio, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código”*.

Las micros, pequeñas y medianas empresas en el Ecuador son actores importantes en la generación de empleo y proveedores de bienes y servicios básicos para la sociedad.

ILUSTRACIÓN NRO. 1 CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES

Variable	Microempresas	Pequeñas empresas	Mediana empresa
Personal ocupado	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199
Valor bruto de ventas anuales	Menos de USD 100000	De USD 100001 a USD 1000000	De USD 1000001 a USD 5000000
Monto de activos	Hasta \$ 100.000	\$ 100.001 a \$750.000	\$ 750.001 a 3.999.999

Fuente: Revista Lideres, sección Informe (Año 2012)

2.2.1. Características de la microempresa ecuatoriana

Según BRAVO, Mercedes (2009), Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador, menciona:

Una microempresa se caracteriza por:

- La microempresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).
- El número de empleados es mínimo, su capacidad es limitada ya que no excede de 10 empleados.

- Se enfoca primero en satisfacer el mercado local para luego el mercado regional según sea su capacidad.
- La persona que ejerce la función de gerente es el propietario quien controla y direcciona los movimientos económicos.

2.2.2. Clasificación de la microempresa ecuatoriana

Según BRAVO, Mercedes (2009), Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador, define la clasificación de la microempresa ecuatoriana como:

- **La microempresa de producción:** Es la que transforma los materiales e insumos en bienes de consumos finales, termina con la venta del producto.
- **La microempresa de comercio:** Es el acercamiento de bienes al intermediario y al consumidor compra mercaderías y vende a un precio mayor para obtener ganancias
- **Microempresa de servicios:** Atiende al cliente sus necesidades biológicas, sentimentales, afectivas.

2.2.3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

- Ahorros personales
- Préstamos de familiares y amigos.
- Fuentes informales de financiamiento, regalos, herencias y agiotistas, entre otros.
- Fuentes de financiamiento formal como son Bancos Estatales, Bancos Privados, Financieras, Cooperativas de Ahorro y Crédito, entre otros.

2.3. ADMINISTRACIÓN

DIAS CALLEJAS, Osmín (2009). Administración de Empresas, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill. Manifiesta: *“La administración de una empresa requiere el constante ejercicio de ciertas responsabilidades directivas”*. Pág. 4.

JANY CASTRO, José Nicolás (2009). Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio, Cuarta Edición, Editorial McGraw Hill, Bogotá Colombia. Afirma: *“La administración es una herramienta fundamental de marketing que a su vez es esencial para la investigación de marketing, la administración ayuda a evaluar la rentabilidad de las empresas frente a los fenómenos de capital, oferta, demanda, costo, precios”*. Pág. 41.

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F., hace referencia a los siguientes indicadores de la administración:

- **Desempeño organizacional.-** Es una medida de la eficiencia y la eficacia con que los gerentes aprovechan los recursos para satisfacer a los clientes y alcanzar las metas de la organización.
- **Eficiencia.-** Es una medida de que tan bien o que tan productivamente se aprovechan los recursos para alcanzar una meta.
- **Eficacia.-** Es una medida de pertinencia de las metas que los gerentes decidieron que persiguieran la organización y del grado en que esa organización alcanza tales metas.

La administración tiene la finalidad de trabajar para lograr alcanzar las metas de la organización y de igual manera cuidar los recursos de la misma, como el talento humano capacitado mejorando sus capacidades y habilidades, aplicando técnicas que le permita escoger las estrategias correctas para lograr sus propósitos.

2.3.1. Objetivos de la administración

Según la Enciclopedia libre Encarta 2009, señala que: los objetivos de la administración son los siguientes:

- Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social. Eficacia, cuando la empresa alcanza sus metas. Eficiencia, cuando logra sus objetivos con el mínimo de sus recursos.
- Permitir a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios.
- Aprovechar los recursos que posee para lograr los objetivos que persigue la organización de una manera eficiente y eficaz.

2.3.2. Proceso administrativo

KOONTZ, Harold (2008). Administración una Perspectiva Global y Empresarial, Décimo Tercera Edición, Editorial McGraw Hill, México. Dice: *“La administración es el proceso de diseñar y mantener ambientes en los que individuos, que colaboran en grupos, cumplen eficientemente objetivos seleccionados”*. Pág. 4.

RODRÍGUEZ, Joaquín (2008). Como Administrar una Pequeña y Mediana Empresa, Segunda Edición, Editorial Ecasa, México. Manifiesta: *“El proceso administrativo es dirigir, definir estrategias, movilizar gente y equipos, implementar y hacer seguimientos de los diferentes procesos y aspectos de una organización, de una manera sistemática y deliberada con el fin de lograr los objetivos deseados”*. Pág. 75.

El autor AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México, menciona el proceso administrativo:

- **Planeación:** Planear incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos, requiere la toma de decisiones, es decir, elegir proyecto de acción futuros de entre alternativas.
- **Organización:** Las personas que trabajan juntas en grupos para alcanzar una meta deben tener roles que desempeñar, tal como los papeles que los actores desempeñan en una obra, ya sean que ellos mismos.
- **Integración:** Requiere mantener cubierta las posiciones en la estructura de la organización. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo volver a inventariar a las personas disponibles.
- **Dirección:** Es coordinar a las personas para que contribuyan las metas organizacionales y de grupo, también tiene que ver predominantemente con el aspecto interpersonal de administrar.
- **Control:** Es el proceso de vigilar las actividades con el fin de asegurarnos que se realicen conforme a los planes y se corrijan las desviaciones importantes.

Se considera al proceso administrativo como una actividad que constituye un propósito. Este proceso administrativo está formado por cuatro funciones fundamentales: planeación, organización, ejecución y control.

2.4. Planificación estratégica

HINDLE, Tim (2008). Management, Primera Edición, The Economist, Argentina. *“La planificación estratégica es la articulación de objetivos a largo plazo y la adjudicación de los recursos necesarios para lograr tales objetivos”*. Pág. 207.

AMARU, Antonio C. (2009). Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México. Afirma: *“Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”*. Pág. 183.

La planificación estratégica es una herramienta indispensable del administrador, que permite en cierta forma eliminar la improvisación a través del establecimiento de objetivos a largo plazo con la utilización de políticas, planes, estrategias y ventajas competitivas.

2.4.1. Objetivos de la planificación estratégica

Los Objetivos Estratégicos se entienden como los propósitos macro que pretende lograr el Equipo Directivo en el período para el cual ha formulado su Plan de Desarrollo.

2.4.2. Misión

D´ALESSIO I., Fernando (2008). El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, Primera Edición, Editorial Pearson, México. Afirma: *“La visión de una organización*

es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo". Pág. 61.

FRIEND, Graham (2008). Plan de Negocios. Primera Edición, Editorial The Economist. Argentina: *"La visión es la redacción de lo que la empresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz". Pág. 14.*

La misión consiste en dar a conocer al consumidor su producto, presentando sus características principales, los beneficios con el propósito de llegar directamente al consumidor potencial.

2.4.3. Visión

D' ALESSIO I. Fernando (2008). El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, Primera Edición, Editorial Pearson, México. Afirma: *"La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo". Pág. 61.*

FRIEND, Graham y Zehle (2008). Plan de Negocios. Primera Edición, Editorial The Economist, Argentina. Describe: *"En la visión se redacta lo que la empresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz". Pág. 4*

La visión está representada por las intenciones a futuro, es decir lo que la microempresa desea alcanzar después de haber logrado posicionar al producto en el mercado.

2.5. ESTUDIO DE MERCADO

BACA, Gabriel (2013). Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Editorial McGraw Hill Interamericana Editores S.A

DE C.V., México, D.F. Manifiesta: *“Mercado es el lugar donde se encuentran ofertantes y demandantes de productos o servicios a precios determinados”*. Pág. 23.

KOTLER, Philip (2009). Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México. Menciona: *“Es el conjunto de compradores actuales y potenciales de un producto o servicio”*. Pág. 9.

El estudio de mercado es realizado al sector tanto interno como externo, para conocer el comportamiento del producto o servicio que se va a lanzar al mercado, el mismo permite conocer la oferta y la demanda que actualmente existe.

2.5.1. Demanda

BACA, Gabriel (2013). Evaluación de Proyectos, Quinta edición, Editorial McGraw Hill Interamericana Editores S.A. DE C.V., México, D.F. Manifiesta: *“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”*. Pág. 17.

KOTLER, Philip (2009). Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México. Manifiesta: *“La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico”*. Pág. 217.

La demanda es identificada como la cantidad de bienes y servicio que el mercado necesita para satisfacer las necesidades de los consumidores, el análisis de la demanda es importante realizar antes de lanzar un producto al mercado.

2.5.2. Oferta

DÍAZ P., Flor Nancy (2009). *Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación*, Primera Edición, Editorial Alfaomega, México. Afirma: *“La oferta es la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o prestadoras de servicio están dispuestas a intercambiar a un precio determinado”*. Pág. 45.

La oferta es la competencia que existe en el mercado, esto se da cuando los comerciantes están disponibles con el producto y pueden abastecer las necesidades del consumidor, lo cual implica realizar la aplicación de mecanismos para conseguir atraer a los consumidores.

2.5.3. Demanda potencial a satisfacer

BACA, Gabriel (2013). *Evaluación de Proyectos*, Quinta edición, Editorial McGraw Hill Interamericana Editores S.A. DE C.V., México, D. F. Dice: *“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”*. Pág. 51.

La demanda potencial a satisfacer se refiere a su grupo definido al cual va dirigido el producto o servicio, esto consiste en que la empresa realiza un breve análisis sobre las necesidades que el mercado presenta por el producto, de igual manera define exactamente cuál será su mercado meta al que llevará su producto.

2.5.4. Producto

MUNCH, Lourdes (2010). *Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo*, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México.

Menciona: *“Un producto es el conjunto de atributos y cualidades tangibles, tales como: presentación, empaque, diseño, contenido, e intangibles como: marca, imagen, ciclo de vida y prestigio”*. Pág. 229.

El producto es conocido como un bien o servicio que está disponible en el mercado, el mismo es diseñado dependiendo los gustos y preferencias de los consumidores al cual está dirigido.

2.5.5. Precio

GIL ESTALLO, María de los Ángeles (2012). Como Crear y Hacer Funcionar una Empresa, Octava Edición, Editorial ESIC, México. Manifiesta: *“El precio es un elemento del marketing del que se derivan las ventas, la rentabilidad y la tasa de penetración en el mercado, el precio muchas veces no es compatible con estos objetivos. A mayor precio, mayor rentabilidad, por otra parte el precio es una variable que permite una comparación fácil entre productos y marcas competidoras”*. Pág. 42.

ANZOLA ROJAS, Sérvulo (2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F. Menciona: *“El precio es una variable que proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa”*. Pág. 171.

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio, siempre cuando se obtiene un producto se debe dar a cambio un valor que lo dispone el mercado, en varias ocasiones el precio suele variar esto depende de cómo se está dando en el mercado la oferta y la demanda, también depende la capacidad de producción que tiene los proveedores.

2.5.6. Publicidad

KOTLER, Philip (2009). Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México. Cita: *“Toda forma de comunicación no personal que es pagada por una empresa identificada para presentar y promocionar ideas, productos o servicios”*. Pág. 495.

A este medio se lo utiliza como otra estrategia de marketing para dar a conocer al producto en el mercado en donde a través de los medios de comunicación se da a conocer sus características y beneficios.

2.5.7. Promoción

MUNCH, Lourdes (2010). Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México. Afirma: *“La promoción incluye una serie de técnicas que se utilizan para estimular las preferencias de los consumidores, con el propósito de inducir las ventas, por ejemplo la entrega de muestras, degustaciones y regalos entre otros”*. Pág. 230.

La promoción es una técnica de mercadotecnia, que se aplica en el lanzamiento de un producto para inducir rápidamente al mercado consumidor como también incrementar el porcentaje de ventas mensuales

2.5.8. Plaza

PALAO Jorge, GÓMEZ GARCÍA Vicent, (2009). Administre sus Recursos Humanos, Primera Edición, Editorial Palao Editores Sac. Afirma: *“La plaza es la variable de mercadotecnia que se encarga de lograr que los productos de la empresa estén disponibles para los consumidores”*. Pág. 92.

La plaza es un componente de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en lo referente a los servicios, debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos. Son unidades de la organización, que pueden ser internos, como la fuerza de ventas propia; y externos como mayoristas, minoristas, detallistas, distribuidores, para acercar el producto al mercado.

2.6. ESTUDIO TÉCNICO

Según definiciones que presenta la página: (<http://www.ucipfg.com/Repositorio>), “El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”. Recogido: 02/07/2013. Hora: 14:43 pm.

Tomando en consideración la definición anterior se puede analizar que el estudio técnico es fundamental para el desarrollo del proyecto, el mismo permitirá conocer exactamente el costo de la inversión que se debe tener para dar inicio con las actividades del proyecto, otro punto importante analiza la ubicación donde conviene ubicar su desarrollo.

2.6.1. Localización óptima del proyecto

ORTEGA CASTRO, Alfonso (2010). Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Continental, México. Menciona: *“La localización del proyecto es el estudio de localización que tienen el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa, tomando en cuenta las exigencias y requerimientos necesarios, para que contribuyan a minimizar los costos de inversión y gastos durante el periodo productivo del proyectos”*. Pág. 126.

La localización del proyecto consiste en la evaluación de factores tecnológicos, su objetivo es elegir aquella que permita las mayores ganancias entre las alternativas que se consideran factibles.

2.6.2. Microlocalización

ARAUJO ARÉVALO, David (2012). Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas, México. Menciona: *“La microlocalización es la definición de la zona de localización que determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto”*. Pág. 71.

Es importante para el análisis de la microlocalización tomar en cuenta una serie de factores, los mismos permitirán conocer las características que el sector presenta y que pueden ser favorables para el desarrollo del proyecto, para ellos se aplica el método por puntos que depende según el puntaje de cada sector.

2.6.3. Macrolocalización

ORTEGA CASTRO, Alfonso (2010). Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Continental, México. Manifiesta: *“La macrolocalización es la definición de la región o territorio seleccionado donde se ubicara el proyecto a realizarse”*.Pág.127.

La macrolocalización se refiere a la región o territorio donde se pretende realizar el proyecto, en el que se analizan todas las alternativas de trabajo para que se pueda trabajar en las mejores condiciones y con los servicios necesarios.

2.7. CONTABILIDAD

BRAVO, Mercedes (2009). Contabilidad General, 7ma. Edición, Editorial Nuevo Día, Quito-Ecuador. *Afirma: “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”*. Pág.3.

PALAO Jorge, GÓMEZ GARCÍA Vicent (2009). Administre sus Recursos Humanos, Primera Edición, Editorial Palao Editores Sac. *“La contabilidad es un sistema que se encarga de recabar y registrar toda la información necesaria de las operaciones de una empresa, su objetivo principal es reunir datos necesarios que permitan posteriormente ser capaces de tomar buenas decisiones en la empresa”*. Pág.14.

La contabilidad es el sistema que mide las actividades del negocio, procesa esta información convirtiéndola en informes y comunica los hallazgos a los encargados de tomar las decisiones. También se podría decir que la contabilidad es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros, para así obtener la información necesaria relacionada con las operaciones de una empresa.

2.7.1. Objetivos de la contabilidad

El Autor ROMERO Javier, (2011) Principios de Contabilidad, Tercera Edición Editorial McGraw Hill Interamericana México, menciona acerca de los objetivos de la contabilidad:

- Proporcionar la situación financiera del negocio en el momento en que se solicite.

- Permitir un conocimiento e interpretación adecuado a los usuarios de la información.
- Proyectar la ampliación de las actividades teniendo como base las realizadas en períodos contables.
- Registrar las operaciones realizadas por la empresa de una manera clara y precisa.

2.7.2. Características de la contabilidad

RINCÓN SOTO, Carlos Augusto, (2012). Contabilidad Siglo XXI, Segunda Edición, Editorial ECOE Ediciones, Colombia, detalla diferentes características de la contabilidad:

- Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Servir como comprobante fidedigno, ante terceras personas de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a Ley.

- Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de las cuentas que hayan tenido movimiento hasta la fecha de emisión.
- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la empresa.

2.7.3. Importancia de la contabilidad

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año (2011), Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V., México, D. F. señala la importancia de la contabilidad:

La contabilidad es importante porque radica en la necesidad de registrar, clasificar y analizar las transacciones comerciales y controlar las finanzas de un ente contable, aplicando la partida doble:

- Toda empresa tiene la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras para corregir errores o desviaciones del capital.
- Además de planificar, controla e informa sobre la situación económica de una empresa y sirve de apoyo a los ejecutivos en la toma de decisiones.
- A través del resultado del proceso contable con la interpretación de los estados financieros dará a los inversionistas una información sobre la situación de la empresa, si existen pérdidas o ganancias.

- Brindar información financiera en cualquier momento para uso interno y externo.
- Establecer el momento de los activos, pasivos y patrimonios.
- Llevar control de los ingresos y egresos de la organización.
- Facilitar el proceso de planeación de la empresa.
- Determinar las utilidades o pérdidas de la compañía.
- Servir como herramientas útiles para los procesos de planeación, control y toma de decisiones, de tal manera que le facilite a la organización la creación de nuevas estrategias administrativas.

2.7.4. Libros utilizados en la contabilidad

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año (2011), Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V., México, D. F., indica cuales son los libros utilizados en la contabilidad:

- **Diario general:** El diario general es un libro contable donde se recogen, día a día los hechos económicos de una empresa. La anotación de un hecho económico en el libro diario se llama asiento, es decir en él se registra todas las transacciones realizadas por una empresa.
- **Mayor general:** Es el libro de contabilidad en donde se organizan y clasifican las diferentes cuentas que movilizan la organización de sus activos, pasivos y patrimonio, para que estos registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado.

- **Balance de comprobación:** Es un documento contable elaborado por el empresario que le permite hacerse una idea sobre la situación de su empresa y las operaciones realizadas en el periodo su objetivo es comprobar que no existe asientos descuadrados en la contabilidad.

2.7.5. Proceso contable

BRAVO, Mercedes (2009). Contabilidad General, 7ma, Edición, Editorial Nuevo Día, Quito-Ecuador. Manifiesta: *“El proceso contable es el registro sistemático de los hechos económicos de la empresa por medio de procedimientos manuales, mecánicos o electrónicos, con el fin de suministrar información sobre el negocio”*. Pág. 56.

Toda empresa utiliza un proceso contable donde detalla el registro económico que realiza diariamente, lleva sistematizado un manual de instrucciones el cual debe ser aplicado para los movimientos económico-financieros, administrativos de la microempresa, su objetivo principal es mantener la información ordenada.

2.7.6. Estado de situación financiera

ROMERO, Javier (2011). Principios de Contabilidad, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill Interamericana México. Manifiesta: *“Es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo más capital contable), a una fecha determinada”*. Pág. 257.

El estado de situación financiera está representado por las cuentas de activo, pasivo, capital, patrimonio, son cuentas con valores reales con las

que dan inicio sus actividades, es decir mantiene un valor con el que puede contar para empezar a realizar todos los trabajos que sea de realizarse en la microempresa.

2.7.7. Estado de resultados integral

RINCÓN SOTO, Carlos Augusto (2012). Contabilidad Siglo XXI, Segunda Edición, Editorial ECOE Ediciones, Colombia. Manifiesta: *“El estado de resultados es la información informa financiera que presenta los ingresos obtenidos y los gastos, costos incurridos por la empresa, para reflejar en último, la rentabilidad de esta en las actividades desarrolladas, este informe se debe presentar una vez al año con cierre de las cuenta nominales”*. Pág. 294.

PALAO Jorge, GÓMEZ GARCÍA Vicent, (2009). Administre sus Recursos Humanos, Primera Edición, Editorial Palao Editores Sac. Manifiesta: *“El estado de resultados es el que restando los costos directos y gastos de las ventas, le permiten conocer las ganancias. Los gastos empiezan con el personal, luego viene el alquiler, servicios, equipamiento, y probablemente algo de publicidad, talvez comisiones, relaciones públicas, y los otros gastos”*. Pág. 85.

Este estado permite conocer en qué situación se encuentra la microempresa, es decir si está obteniendo pérdidas o ganancias, además consiste en tomar medidas preventivas para mejorar las estrategias de ventas en la microempresa que ayudará a mejorar los resultados para el próximo mes.

2.7.8. Estado de flujo de efectivo

ZAPATA, Pedro (2011). Contabilidad general, Sexta Edición, Editorial McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V., México, D.F. Manifiesta: *“Es el informe contable*

principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura". Pág. 423.

GALINDO R., Carlos J. (2008). Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia. Afirma: *"El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un período determinado."* Pág. 45.

La construcción del flujo de caja, puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio del proyecto, es decir para un proyecto que busca medir la rentabilidad de la inversión el ordenamiento del propuesto en los ingresos y gastos.

2.7.9. Normas Internacionales de Contabilidad (NIC)

Según la página (<http://www.monografias.com>), se conceptualiza a las NIC como: *"un conjunto de normas o leyes que establecen la información que deben presentarse en los estados financieros y la forma en que debe aparecer dicha información".* Recuperado: 14/05/2014. Hora: 22:20 pm.

La aplicación de las Normas Internacionales de Contabilidad en cada empresa se da por la necesidad de brindar información y conocimiento económico bajo un esquema real, es decir, sin la sobreestimación o subestimación de operaciones (activo, pasivo, ingresos, gastos).

2.7.10. Normas Internacionales de Contabilidad Vigentes

La página de internet [http://www.http://www.supercias.gob.ec/portal/](http://www.supercias.gob.ec/portal/) señala las Normas Internacionales de Contabilidad vigentes:

- NIC 1. Presentación de estados financieros.
- NIC 2. Inventarios.
- NIC 7. Estado de flujos de efectivo.
- NIC 8. Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores.
- NIC 10. Hechos ocurridos después del periodo que se informa.
- NIC 11. Contratos de construcción.
- NIC 12. Impuesto sobre las ganancias.
- NIC 16. Propiedad, planta y equipo.
- NIC 17. Arrendamientos.
- NIC 18. Ingresos.
- NIC 19. Beneficios a empleados y contabilización de planes por retiro.
- NIC 20. Subvenciones del gobierno.
- NIC 21. Efectos de las variaciones en las tasas de cambio de la moneda extranjera.
- NIC 23. Costos por préstamos.
- NIC 24. Información a revelar sobre partes relacionadas.
- NIC 26. Planes de pensiones por jubilaciones.
- NIC 27. Estados financieros consolidados y separados.
- NIC 28. Inversiones en asociadas.
- NIC 29. Información financiera en economías hiperinflacionarias.
- NIC 31. Participaciones en negocios conjuntos.
- NIC 32. Instrumentos financieros: Presentación e informe a revelar.
- NIC 33. Ganancias por acción.
- NIC 34. Información financiera intermedia.
- NIC 36. Deterioro del valor de los activos.
- NIC 37. Provisiones, activos y pasivos contingentes.

NIC 38. Activos intangibles.

NIC 39. Instrumentos financieros: reconocimiento y valoración.

NIC 40. Inversiones inmobiliarias

NIC 41. Agricultura.

El objetivo de esta Normativa consiste en establecer las bases para la Presentación de los Estados Financieros, con propósitos de información general, a fin de asegurar que los mismos sean comparables, tanto con los estados financieros de la misma entidad de ejercicios anteriores, como con los de otras entidades diferentes.

2.7.11. Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's)

Según la página de internet <http://www.ecuaportales.com> señala: *“Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), se tratan de las normas contables creadas por el IASB (International Accounting Standards Board). El IASB es un organismo independiente del sector privado que desarrolla y aprueba las Normas Internacionales de Información Financiera.”* Recuperado: 17/04/2014. Hora: 20:50 pm.

La página de internet <http://www.supercias.gob.ec/portal/> señala: *“Que la Norma Internacional de Información Financiera 10 “Estados Financieros Consolidados” y la sección 9 de la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las Pymes) “Estados Financieros Consolidados y Separados”, establecen las circunstancias en las que una entidad debe presentar estados financieros consolidados y los procedimientos para su preparación”.* Recuperado: 19/05/2014. Hora: 12:02 am.

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's), constituyen los estándares internacionales o normas en el desarrollo de la

actividad contable y suponen un Manual Contable, ya que en ellas establecen los lineamientos para llevar la Contabilidad de la empresa.

El uso de las Normas Internacionales de Información Financiera, conlleva a un impacto importante que afectará las decisiones de: gerencia, directorios, comités ejecutivos, asesores empresariales y finalmente los usuarios externos de los estados financieros.

En conclusión la aplicación de este nuevo modelo contable internacional, se constituye en una realidad que implica un cambio fundamental en las organizaciones públicas y privadas y en la visión tradicional de la Contabilidad.

2.7.12. Normas Internacionales de Información Financiera Vigentes

La página de internet <http://www.supercias.gob.ec/portal/> enumera las Normas Internacionales de Información Financieras vigentes:

- NIIF 1. Aplicación de las NIIF por primera vez.
- NIIF 2. Pagos basados en acciones.
- NIIF 3. Combinaciones de Negocios.
- NIIF 4. Contratos de Seguros.
- NIIF 5. Activos no corrientes mantenidos para su venta y operaciones discontinuadas.
- NIIF 6. Exploración y evaluación de recursos minerales.
- NIIF 7. Instrumentos Financieros.
- NIIF 8. Segmentos de Operación.
- NIIF 9. NIIF para PYMES.

2.7.13. NIIF para PYMES (NIIF 9)

La aplicabilidad de las NIIF en las empresas, busca que la información financiera se efectúe bajo un mismo lenguaje que asegure la posterior comparabilidad y confiabilidad.

La página de internet <http://www.supercias.gob.ec/portal/> estructura en tres cuadernos las La NIIF para PYMES:

- Cuaderno 1. Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Empresas (NIIF para PYMES).
- Cuaderno 2. Fundamento de las conclusiones.
- Cuaderno 3. Estados Financieros ilustrativos y lista de comprobación de información a revelar y presentar.

También detalla el juego completo de los estados financieros que comprende:

- Estado de Situación Financiera.
- Estado del Resultado Integral.
- Estado de Flujos de Efectivo.
- Estado de Cambios en el Patrimonio.
- Notas explicativas a los Estados Financieros.

2.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

2.8.1. Valor actual neto

SAPAG CH., Nassir (2008). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera Edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

Manifiesta: *“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”*. Pág. 321.

En términos monetarios representa la rentabilidad con poder adquisitivo y da a conocer si es factible o no invertir en el proyecto, ya que se espera de la inversión obtener buenas utilidades y seguir progresando en el proyecto; es de fácil aplicación pudiendo traer los valores futuros a valor presente.

2.8.2. Tasa interna de retorno

FONTAINE R., Ernesto (2008). Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial Pearson. Manifiesta: *“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”*. Pág.100.

DÍAZ, M. Ángel. (2008) David y Goliat Iniciación del Proyecto. Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México. Afirma: *“Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados”*. Pág. 174.

El TIR como comúnmente se lo llama a la Tasa Interna de Retorno que tiene como función la toma de decisiones con respecto a la viabilidad de un proyecto.

2.8.3. Período de recuperación

FONTAINE R., Ernesto (2008). Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON. Dice: *“Este indicador es aquel que permite conocer en*

qué tiempo se recupera tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando existe certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque la condición económica son flotantes o cambiantes”. Pág. 111.

SAPAG CH., Nassir (2008). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México. Manifiestan que: *“Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”*. Pág. 329.

Es indispensable la aplicación del Período de Recuperación, porque permite medir el plazo y el tiempo que los flujos de efectivo necesitan para que una inversión pueda recuperar su costo o inversión final.

2.8.4. Beneficio costo

SAPAGCH., Nassir (2008). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México. Manifiesta: *“El análisis del costo beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”*. Pág. 278.

La finalidad del beneficio costo, es dar a conocer el rendimiento del proyecto.

2.8.5. Punto de equilibrio

BACA, Urbina Gabriel (2013). *Evaluación de Proyectos*, Quinta edición, Editorial McGraw Hill Interamericana Editores S.A. DE C.V., México, D. F. Menciona. *“El punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar la relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si*

los costos de la una empresa solo fueran variables, en sí, el punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”. Pág.179.

El punto de equilibrio quiere decir que la empresa se mantiene en una estabilidad donde no existe ni pérdida ni ganancia del ejercicio.

2.9. EL CALZADO ORTOPÉDICO

ILUSTRACIÓN No. 2 PROTOTIPO DE CALZADO



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

www.calzortopediobstrec.com/2007. “Manifiesta: El calzado ortopédico ha tomado importancia, donde se ha requerido de la habilidad, creatividad y destreza de sus fabricantes el mismo debe tener conocimientos sobre el uso adecuado de los materiales especiales que este debe llevar, sobre todo porque es un producto clínicamente conocido para tratamiento de problemas de los pies”. Recuperado: 25/07/2013. Hora: 11:38 am.

El calzado ortopédico es un producto que está dirigido directamente para personas que presentan problemas en los pies, el calzado es de varios colores, no es pesado, puede ser tan moderno y deportivo, como funcional.

El calzado ortopédico constituye un motivo de preocupación frecuente en los padres, por lo que cuando consultan al ortopedista, refieren que traen al niño para que le “mande botas ortopédicas”; pues bien el calzado ortopédico hoy en día tiene modelos vanguardistas y se encuentra más en uso, debido a que se ha podido comprobar su eficacia en determinadas alteraciones en el niño durante el crecimiento y la no utilización puede producir alteraciones y padecimiento.

ILUSTRACIÓN NRO. 3 PADECIMIENTO FÍSICO POR EL PIE PLANO



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

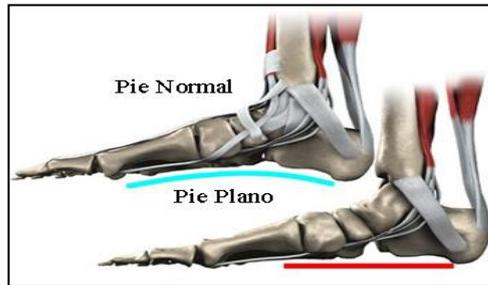
2.9.1. Características del calzado ortopédico

La página <http://www.articuloz.com/ninos-articulos/caracteristicas.html>. Menciona: “El calzado ortopédico tiene la función de corregir los posibles problemas ocasionados por el desarrollo de los pies, desde la edad temprana y que se puede evitar y corregir utilizando el calzado ortopédico adecuado, con sus características propias más las indicaciones del médico especialista”. Recuperado: 25/07/2013. Hora: 15:40 pm.

A continuación se puntualiza algunos conceptos ortopédicos, obtenidos de la página www.calzortopediobstrec.com/2007. Entre las patologías más comunes tenemos: Recuperado: 25/07/2013. Hora: 18:40 pm.

- **Pie Plano:** El talón del pie mira hacia fuera (valgo) provocando un hundimiento del arco plantar y el ante pie tiende a “mirar” hacia adentro (supinación).

ILUSTRACIÓN NRO. 4 PIE PLANO



Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora (2013)

- **Pie Varo:** Pie en el que el talón mira hacia dentro y se dirige hacia dentro.

ILUSTRACIÓN NRO. 5 PIE VARO



Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora (2013)

- **Pie Valgo:** Pie en el que el talón mira hacia fuera y se dirige hacia fuera (apoya con el talón solamente).

ILUSTRACIÓN NRO. 6 PIE VALGO



Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora (2013)

- **Pie Equino:** Pie fijado en flexión plantar del tobillo (apoya con el ante pie solamente).

ILUSTRACIÓN NRO. 7 PIE EQUINO



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

2.9.2. ¿Por qué es importante utilizar calzado ortopédico?

El calzado ortopédico tiene la función de prevenir y corregir los posibles problemas ocasionados en el ángulo longitudinal interno; debido a que eleva el arco plantar y con la utilización el calzado ortopédico adecuado, se previene y se corrige la deformidad de los huesos, los cuales causan la patología del pie plano.

ILUSTRACIÓN NRO. 8 IMPORTANCIA DEL CALZADO ORTOPÉDICO



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

2.9.2. Aspectos que se debe tomar en cuenta para comprar un calzado ortopédico

Según la página www.calzortopediobstrec.com/2007 (Recuperado: 25/07/2013. Hora: 19:12 pm), detalla que aspectos deben considerarse para la compra del calzado:

- El material del calzado debe ser 100% natural.
- La medida de la media luna (plantilla), debe ser de medio 3/4 de centímetro a 1 un centímetro de alto (medida estándar de acuerdo al grado de enfermedad).
- La planta externa del zapato tiene una función de absorción de fuerza, incluso cuando se corre de puntillas, esto da seguridad y protección.
- La planta externa debe definir un buen moldeamiento en el calzado.
- El material que debe utilizarse no debe tener riesgo de deslizarse y resbalar sobre el suelo, brindando una buena tracción para el calzado.

2.9.3. Importancia de la consulta médica para la utilización de calzado ortopédico

El médico especialista determina la patología del paciente, es decir; el médico hace un examen físico en el cual se determina que el modo de caminar no es el adecuado, además a este examen se añade la ayuda de un instrumento llamado podoscopio, que permite evaluar el grado de enfermedad del paciente.

ILUSTRACIÓN NRO. 9 INSPECCIÓN CON EL USO DEL PODOSCOPIO



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

2.9.4. Cuando es recomendable ver a un ortopedista pediatra

Según la página www.calzortopediobstrec.com/2007 (Recuperado: 28/07/2013. Hora: 21:30 pm), detalla lo siguiente:

- Cuando existe una diferencia en la longitud de las piernas de más de un centímetro, en este caso el Doctor decidirá la posibilidad de levantar un poco más la media luna del zapato.
- Si la separación entre las rodillas o tobillos es especialmente severa (mayor de 10 cm.) o afecta a una sola pierna o si persiste una marcha apuntando los pies hacia afuera después de 6 meses de caminar.
- Si el niño mantiene el hábito de caminar de punta después de 6 meses de haber iniciado su ambulación, puede ser en ocasiones indicativo de una enfermedad Neuromuscular.

2.10. Proceso de fabricación del calzado ortopédico

La página de internet <http://calzadosortopedicosasensio.es/>. Menciona. *“Cien años de experiencia han perfeccionado un método de trabajo a la medida de las necesidades del cliente que, unido a los nuevos conocimientos ortopédicos, proporciona la garantía y seguridad del trabajo bien hecho”*. Recuperado: 28/09/2013. Hora: 10:02 am.

- **Indicaciones del Médico Ortopedista:** El técnico ortopédico da a conocer los detalles que son especificadas en la hoja de medición y que es muy importante a la hora de elaborar el producto. Se desarrolla un primer esbozo del modelo, con las características y correcciones que requerirá el calzado ortopédico, para dar el mejor caminar posible al cliente.
- **Horma:** El hormero debe trasladar a una horma (copia abstracta en madera del pie humano) las medidas y especificaciones del técnico ortopedista, tomando en cuenta tres factores esenciales:
 - Salvando los puntos dolorosos o incómodos de la unión del zapato y el pie.
 - Proporcionando el mayor nivel de confort posible
 - Intentando dar una estética acorde con las expectativas del mercado.

ILUSTRACIÓN NRO. 10 HORMA DEL CALZADO ORTOPÉDICO



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

- **Patrón:** El modelador elaborará el molde, de acuerdo con el modelo del zapato.

ILUSTRACIÓN NRO. 11 PATRÓN DEL CALZADO ORTOPÉDICO



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

- **Cortado:** El cortador coloca el molde que se obtuvo del patrón, en donde se encuentra dibujado el modelo del zapato, con los moldes adecuados procede el maestro a cortar las piezas en el cuero que formarán el corte.

ILUSTRACIÓN NRO. 12 CORTES DEL CALZADO ORTOPÉDICO



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

- **Guarnecido o aparado:** El guarnecedor o aparador ensambla las piezas de piel y de forro, cosiendo y confeccionando el corte.

ILUSTRACIÓN NRO. 13 PARADO DEL CALZADO ORTOPÉDICO



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

- **Montado:** Cuando las hormas y el corte están emplantillados, el oficial zapatero monta el calzado con todas las adaptaciones, correcciones y especificaciones técnicas.

ILUSTRACIÓN NRO. 14 MONTADO DEL CALZADO ORTOPÉDICO



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

- **Terminado:** Una vez terminado el calzado, se extrae de la horma y el técnico ortopédico subsana las posibles deficiencias que hubiera.

**LUSTRACIÓN NRO. 15
TERMINADO DEL CALZADO ORTOPÉDICO**



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora (2013)

2.10.4. Materiales que se utilizan en el calzado ortopédico

Para la confección de calzado ortopédico se utilizan pieles 100% naturales, disponibles en amplia gama de colores.

Entre los materiales más utilizados para la elaboración de las medias lunas (plantillas), son los que se utilizan según cada necesidad y son de densidad variable:

TABLA No. 15

MATERIALES PARA LA PLANTILLA DE CALZADO ORTOPÉDICO

Plastazote	Poron
Pelite	Poron diabéticos
Multiform	Herbimed
Foam	Lunairmed
Látex inyectado	Espumas

Fuente: Internet
Elaborado por: La autora (2014)

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Antecedentes

La investigación realizada a través de la ejecución de Diagnóstico Situacional, ha permitido determinar que en el cantón Otavalo, existe una oportunidad de producir calzado ortopédico infantil de calidad y con los resultados esperados por los pacientes que demandan este producto.

De acuerdo a la información obtenida en las entrevistas realizadas a los expertos, en este caso los Profesionales de la Salud (Médicos) del cantón Otavalo, se conoce que existe escases del calzado ortopédico no solamente a nivel local, sino a nivel regional, situación que ha llevado muchas veces a adquirir productos de mala calidad a precios muy altos, exponiendo la salud de los pacientes porque no obtienen los resultados medicamente esperados.

En tal virtud, el presente estudio de mercado está dirigido a determinar en el proyecto cuál es la oferta, demanda, gustos y preferencias del mercado objetivo al cual va dirigido el producto, en este caso está dirigido a los niños con problemas de patología de pie plano, permitiendo analizar el comportamiento de la competencia, lo que se pretende es tener suficiente información que servirán para mejorar las estrategias de venta del producto, es decir sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad de un negocio.

3.1.1. Finalidad del estudio de mercado

El estudio de mercado tiene la finalidad de conocer como se está desarrollando la oferta y la demanda del producto como también conocer cuáles son las falencias que presentan este tipo de calzado para poder mejorar y brindar un producto de calidad al mercado objetivo.

Además permite conocer el comportamiento de cada una de las variables que a continuación se presenta:

- Identificación del producto
- Demanda
- Oferta
- Precios
- Comercialización

3.1.2. Objetivo general

Determinar un estudio de mercado para establecer y cuantificar la oferta, demanda, precio, competencia y canales de comercialización del producto a través de una investigación de campo, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

3.1.3. Objetivos Específicos

- Analizar el comportamiento de la oferta, la demanda y necesidades del mercado meta que presentan en la actualidad.
- Analizar el precio de la competencia que se encuentran en el mercado para poder establecer el precio del nuevo producto.
- Aplicar estrategias que permitan lograr en poco tiempo ocupar un lugar importante en el mercado.

3.1.4. Identificación del producto

El calzado ortopédico es un producto que está dirigido directamente para personas “infantes” de edades que comprende entre los 3 a 5 años con patologías en las extremidades inferiores, específicamente pie plano, que sirve para prevenir y corregir esta afección común en esta edad, el calzado es de varios colores, no es pesado, puede ser tan moderno y deportivo, como funcional.

El calzado ortopédico es utilizado para proteger y dar apoyo al pie con problemas, se utiliza para prevenir a la planta del pie de lesiones provocadas, o por problemas de nacimiento.

3.1.5. Características del calzado ortopédico

- El material del calzado ortopédico debe ser 100% cuero natural.
- El calzado debe de ir de la talla 22 hasta la talla 27 que comprende el rango del mercado meta (infantes de tres a cinco años).
- Para cumplir con las funciones de protección y apoyo, un calzado ortopédico debe quedar bien. Esto significa que la parte del zapato ortopédico que rodea al talón, debe ceñirse cómodamente a éste, para mantener al pie firme.
- La medida del alto de la media luna (arco de la plantilla) debe ser de medio $\frac{3}{4}$ de centímetro a 1 un centímetro de alto (tamaño estándar para este segmento).

- La parte del calzado ortopédico que rodea la porción delantera del pie y los cinco dedos debe tener suficiente espacio a lo largo, ancho y alto.
- El empeine del zapato debe cerrar, preferiblemente con cordones o velcro para evitar que el pie se deslice hacia adelante.
- Todo el calzado ortopédico es fabricado sobre una horma que representa el molde de un pie y la medida exacta para este tipo de producto.
- Para apoyar el pie, el contrafuerte (guarnición del talón) y el enfranque de la planta interna deberán ser firmes, a fin de poder mantener la forma del zapato con el paso del tiempo.
- El material de la planta externa debe ser de caucho ya que proporciona mucho amortiguamiento.
- La planta externa del zapato tiene una función de absorción de fuerza ya que está en contacto con la superficie sobre la cual camina la persona. El material usado también determina si el zapato ortopédico se deslizará y resbalará sobre el suelo o sí, por el contrario, brindará una buena tracción que evite el resbalamiento.
- Una planta externa gruesa y rígida brindará mayor protección contra piedras filosas y otras protuberancias del terreno, que una planta delgada. Por lo tanto, la elección del material para la planta externa depende del fin para el cual se ha diseñado el calzado.
- Cuando uno tiene que estar de pie y caminar durante largos períodos, las propiedades amortiguadoras de la planta son mucho

más importantes, que cuando uno permanece sentado durante la mayor parte del día.

3.2. Mercado Meta

El mercado meta al cual va dirigido el producto (calzado ortopédico infantil), son los infantes de tres a cinco años, con problemas de pie plano, del cantón Otavalo, cuando la microempresa gane prestigio la cobertura será regional.

3.3. Análisis de la demanda

Al realizar el análisis de la demanda se logra determinar los riesgos y oportunidades que tiene el producto en el mercado.

El consumo de calzado ortopédico, tiende a un crecimiento, debido a que este producto es utilizado por los niños que presentan problemas en los pies y desean adquirir el calzado para tener una mejor calidad de vida.

3.3.1. Población y muestra investigada

Para el desarrollo del presente proyecto se considera como demanda a la población de familias que presentan este problema en sus hijos, siendo 8.762, dato proporcionado por el Director del Área de Salud de Imbabura, año 2013.

TABLA NRO. 16

NÚMERO DE FAMILIAS CON HIJOS QUE PRESENTAN PATOLOGÍAS EN LAS EXTREMIDADES INFERIORES EN EL CANTÓN OTAVALO AÑO 2012

AREAS TÉCNICAS DE SALUD DEL CANTÓN OTAVALO	NRO. DE FAMILIAS	%
Hospital San Luis de Otavalo	2.150	26
Subcentro de Salud González Suárez	1.420	26
Subcentro de Salud San Pablo:	1.309	16

ÁREAS TÉCNICAS DE SALUD DEL CANTÓN OTAVALO	NRO. DE FAMILIAS	%
Subcentro de Salud Peguche	980	15
Subcentro de Salud Quichinche	740	11
Subcentro de Salud Pataquí	473	8
Subcentro de Salud Punyaro	450	5
Subcentro de Salud Gualsaquí:	384	5
Subcentro de Salud San Rafael	372	4
Subcentro de Salud Ilumán:	259	4
Subcentro de Salud Selva Alegre	225	3
TOTAL NRO. DE FAMILIAS	8.762	100

Fuente: Área de Salud Imbabura (Año 2012)

Por considerar una población significativa se procedió a extraer una muestra:

La fórmula a utilizar es la siguiente:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 8.762

d^2 = 0,25

Z = 95% 1,96 $n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(8.762)}{(0,05)^2 (8.762 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$

e = 5%

n= 368

Aplicando la fórmula, da como muestra a 368 familias a las que se debe levantar la información.

3.3.2. Instrumento de recolección de la información

Para levantar la información del mercado al cual va dirigido el producto se ha utilizado la investigación de campo que se señala a continuación:

3.3.3. Información primaria

Se detalla a continuación la técnica de investigación aplicada para el Estudio de Mercado:

- ENCUESTA: Aplicada a la población que presentan patologías en las extremidades inferiores en total 368 familias (Resultado de la muestra).

3.3.4. Resultados de la investigación de campo

Encuesta dirigida a los demandantes potenciales de calzado ortopédico

Para aplicar las encuestas a las familias que presentan este problema en sus hijos, se acudió a Diez Subcentros de Salud existentes en el cantón Otavalo, conforme al dato del Área de Salud Imbabura y consultorios pediátricos independientes. (VER TABLA NRO. 16 Y TABLA NRO. 2)

1. ¿Considera importante adquirir calzado ortopédico?

TABLA No. 17
IMPORTANCIA DE ADQUISICIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Muy importante	331	90
Poco importantes	33	9
Nada importantes	4	1
TOTAL	368	100

Fuente: Familiares de pacientes

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 12



Fuente: Familiares de pacientes

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados de las encuestas, los familiares de los pacientes con problemas en sus extremidades consideran que es muy importante adquirir este tipo de calzado, para corregir a tiempo las malas formaciones, en un porcentaje menor lo consideran poco importante debido que existe otros métodos para corregir estos problemas.

2. ¿Conoce los problemas por la no utilización de calzado ortopédico?

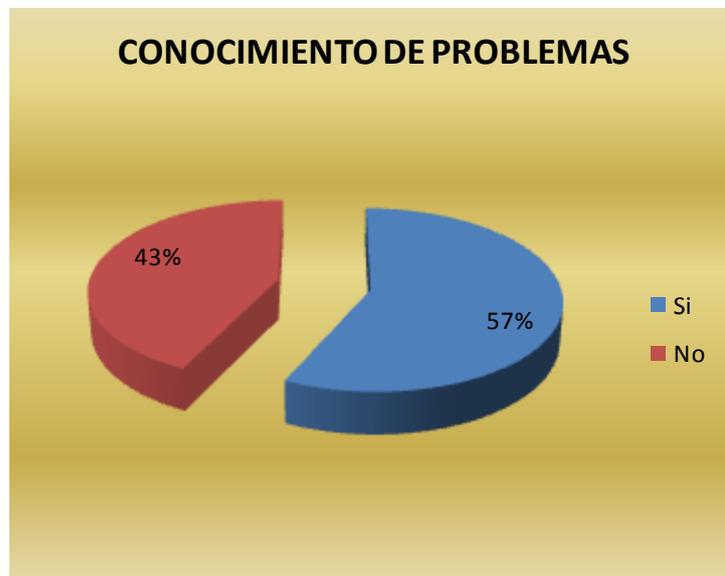
**TABLA No. 18
CONOCIMIENTO DE PROBLEMAS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	210	57
No	158	43
TOTAL	368	100

Fuente: Familiares de pacientes

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 13



Fuente: Familiares de paciente

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

Como se puede observar, un porcentaje representativo manifiestan que sí conocen los problemas que se generan por no utilizar el calzado ortopédico, ya que han tomado en cuenta algunas precauciones para diagnosticar si sus hijos necesitan de este tipo de calzado.

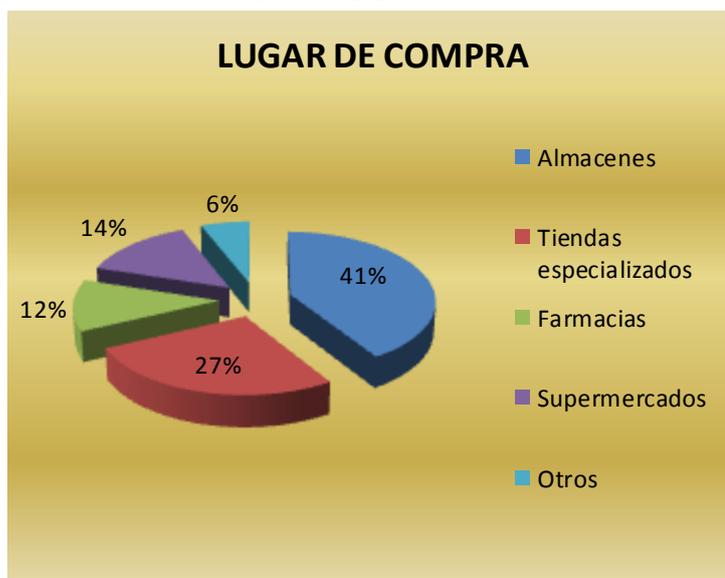
3. ¿En qué lugar adquiere calzado ortopédico?

TABLA No. 19
LUGAR DE COMPRA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Almacenes	151	41
Tiendas especializadas	99	27
Farmacias	44	12
Supermercados	52	14
Otros	22	6
TOTAL	368	100

Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 14



Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

El lugar donde adquieren este tipo de calzado es en los almacenes de la ciudad, estos locales comerciales presentan variedad en el producto, otros lo realizan en tiendas especiales que se dedican especialmente a la producción del calzado, finalmente en supermercados y farmacias quienes en menor porcentaje comercializan el producto.

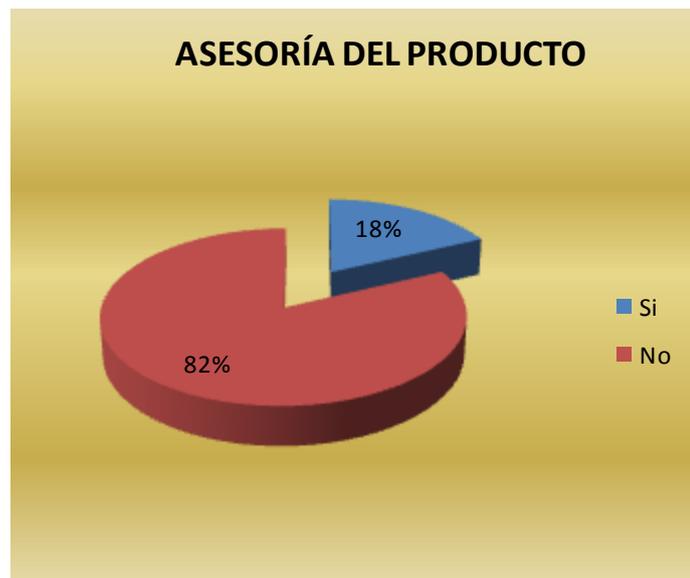
4. ¿Cuándo adquiere calzado ortopédico recibe asesoría personalizada para el uso del producto?

**TABLA No. 20
ASESORÍA DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	66	18
No	302	82
TOTAL	368	100

Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 15



Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

Las personas cuando adquieren el calzado ortopédico no reciben ningún tipo de asesoría personalizada para el uso del producto, esto se ha convertido en un problema porque ha generado preocupaciones por no conocer las formas de uso, son pocos quienes han tenido la oportunidad de recibir indicaciones para darle un adecuado uso al calzado.

5. ¿Estaría dispuesto en adquirir calzado ortopédico de buena calidad con asesoría profesional?

TABLA No. 21
ADQUISICIÓN DEL CALZADO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	342	93
No	26	7
TOTAL	368	100

Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 16



Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

De acuerdo a la pregunta de adquisición del producto consideran que sí están de acuerdo en comprar el calzado para mejorar la calidad de vida de sus familiares, otros consideran que existen otras maneras de corregir los problemas a través de tratamientos y terapias.

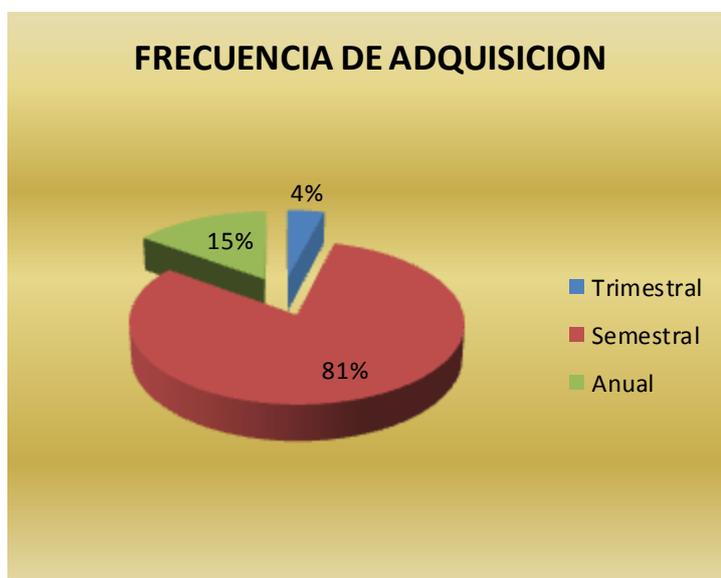
6. ¿Con que frecuencia adquiriría el calzado?

TABLA No. 22
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Trimestral	15	4
Semestral	298	81
Anual	55	15
TOTAL	368	100

Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 17



Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

Los casos investigados consideran que lo más primordial es adquirir el producto semestralmente, debido a que el calzado en ese tiempo se mantiene en perfectas condiciones para el uso, seguido de quienes manifiestan que la compra es anual, finalmente una mínima parte considera que es la frecuencia trimestral.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el calzado ortopédico?

TABLA No. 23
PRECIO DE COMPRA DEL CALZADO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Menos de 10 dólares	66	18
Entre 10 y 20 dólares	287	78
Más de 20 dólares	15	4
TOTAL	368	100

Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 18



Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

El precio adecuado para la compra de este tipo de calzado consideran que es de 10 a 20 dólares, porque el producto es de características diferentes al calzado común, seguido de quienes consideran pagar menos de 10 dólares, una parte mínima de los casos investigados manifiestan estar dispuestos a pagar más de 20 dólares por la calidad del producto. Aspectos que hay que tomar en cuenta para fijar el producto propuesto por la microempresa.

8. ¿Cuál de los siguientes aspectos influye en la decisión de compra de calzado ortopédico?

TABLA No. 24
ASPECTOS PARA LA COMPRA DEL CALZADO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Diseño	66	18
Materia prima	132	36
Precio	115	31
Marca	40	11
Otros	15	4
TOTAL	368	100

Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 19



Fuente: Familiares de pacientes
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

Para la compra del calzado ortopédico lo que más se considera es la materia prima que se utiliza para su elaboración, como también el precio, diseño, marca son aspectos importantes, porque garantizan en un cien por ciento la obtención de mejores resultados.

9. ¿De los siguientes medios de comunicación cual es de su preferencia?

TABLA No. 25
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Radio	217	59
Prensa	74	20
Televisión	40	11
Internet	11	3
Material publicitario	26	7
TOTAL	368	100

Fuente: Familiares de pacientes

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

GRÁFICO No. 20



Fuente: Familiares de pacientes

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ANÁLISIS:

De los medios de comunicación presentados tienen preferencia por la radio, porque es un medio de información más complejo y de mayor sintonización que se encuentra en todos los lugares, seguido por la prensa donde detallan las nuevas ofertas de productos al mercado.

3.3.5. Demanda Actual

Para la estimación de la demanda se realizó tomando como referencia la investigación de campo efectuada, en la cual se cuantificó tomando como base la pregunta 5 y 6 donde indaga la decisión de compra y la frecuencia de consumo, respectivamente, el 93% de los encuestados adquirirán el producto en forma semestral, de ahí se obtiene los resultados presentados en la tabla.

TABLA No. 26
DEMANDA ACTUAL DE CALZADO ORTOPÉDICO EN UNIDADES

DEMANDA POTENCIAL	DECISIÓN DE COMPRA	DEMANDA REAL	FRECUENCIA DE CONSUMO un par de zapatos	CONSUMO ANUAL
8.762	93%	8.149	2	16.298

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

3.3.6. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda del producto se utilizó el índice de crecimiento del sector industrial del calzado que se ubica en 4,80%, dato obtenido de la Cámara de la Pequeña Industria del cantón Otavalo, para la respectiva proyección.

TABLA NRO. 27
PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DEL SECTOR INDUSTRIAL DEL CALZADO EN EL CANTÓN OTAVALO
AÑO 2012

PARROQUIA	NRO. DE INDUSTRIAS AÑO 2011	NRO. DE INDUSTRIAS AÑO 2012	% ÍNDICE DE CRECIMIENTO ANUAL
SAN LUIS	20	27	1.46
MIGUEL EGAS	9	13	0.83
GONZÁLEZ SUÁREZ	5	8	0.63

PARROQUIA	NRO. DE INDUSTRIAS AÑO 2011	NRO. DE INDUSTRIAS AÑO 2012	% ÍNDICE DE CRECIMIENTO ANUAL
EL JORDAN	13	15	0,42
EUGENIO ESPEJO	7	9	0,42
ILUMÁN	5	7	0,42
SAN PABLO	8	9	0,42
QUICHINCHE	3	4	0,21
SELVA ALEGRE	0	1	0,20
SAN RAFAEL	0	0	0
PATAQUÍ	0	0	0
TOTAL CRECIMIENTO DEL SECTOR INDUSTRIAL DE CALZADO			4.80

Fuente: Cámara de la Pequeña Industria cantón Otavalo (AÑO 2012)

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Donde:

D_n = Demanda futura

D_o = Demanda inicial

i = tasa de crecimiento anual proyectado

n = año proyectado

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 16.298(1 + 0,048)^1$$

$$D_n = 17.782$$

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 16.298(1 + 0,048)^2$$

$$D_n = 19.271$$

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 16.298(1 + 0,048)^3$$

$$Dn = 20.493$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 16.298(1 + 0,048)^4$$

$$Dn = 21.804$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 16.298(1 + 0,048)^5$$

$$Dn = 23.210$$

TABLA No. 28
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN UNIDADES

AÑO	DEMANDA PROYECTADA EN UNIDADES
2014	17.782
2015	19.271
2016	20.493
2017	21.804
2018	23.210

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

3.4. Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta se tomó en cuenta a los pocos locales que existen en Otavalo, que se dedican a la venta de calzado, entre ellos el ortopédico.

La estimación de la oferta se realizó tomando como referencia la investigación de campo efectuada al área de estudio; se identificó

mediante observación directa e información, 11 locales comerciales que ofertan calzado ortopédico, a los cuales se les aplicó una entrevista.

TABLA No. 29
LOCALES COMERCIALES DE LA CIUDAD DE OTAVALO

No.	PROPIETARIO	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	CEDULA DE IDENTIDAD
1	Gonzalo Revelo	Calzado Revelo	Bolívar y García Moreno	100020441-0
2	Guillermo Pineda	Calzado Pineda JR.	García y Modesto Jaramillo	100056067-0
3	Marcelo Esparza	Calzado Shirley	M. Jaramillo y Montalvo	100122826-9
4	Ángel Rueda	Pasitos Shoes	Bolívar y Salinas	100010381-0
5	David Andrade	Calzado Piecitos	Abdón Calderón y Sucre	100151450-2
6	Ángela Herrera Jaramillo	Michelle Shoes	Guayaquil y Olmedo	100269505-2
7	Luz Campo Romero	Joshep Shoes	Bolívar y Juan Montalvo	100212454-1
8	Alba Ayala Salazar	Labertine Shoes	Salinas y Ricaurte Esq.	100151955-0
9	Dolores Chicaiza	Camila Shoes	Sucre frente a la Plaza de Los Ponchos	100249173-4
10	Alba Martínez Fuentes	Calzado Alexis Sebastián	Piedrahita y Mariano Suárez	100241209-4
11	Ana Paspuel Flores	Calzado Kids	Calle Roca y Quito	100303457-5

Fuente: Cámara de Comercio de la Ciudad de Otavalo (Año 2012)

ENTREVISTA EFECTUADA A LOS LOCALES COMERCIALES DONDE SE COMERCIALIZA ZAPATOS ORTOPÉDICOS EN LA CIUDAD DE OTAVALO.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

La mayor parte de los locales comerciales llevan más de 5 años vendiendo calzado, entre los cuales se destaca el calzado ortopédico, debido a que este tipo de producto presenta gran demanda por parte de las personas, las mismas que buscan variedad y diseños exclusivos.

2. ¿Qué precios maneja para la comercialización del calzado ortopédico?

Los precios que actualmente manejan para el calzado ortopédico es de 15 y 30 dólares, consideran que es un costo que las personas están dispuestas a pagar, también mucho depende del diseño para que exista alguna variación del precio.

3. ¿Qué aspectos considera importante para que el producto sea más demandado?

Los aspectos más importante para que el producto tenga mayor demanda es el precio, por tal motivo es importante tener variedad tanto en diseño como en costo para satisfacción del cliente, otro punto considerado es la materia prima con la que se realiza el calzado, finalmente es importante el asesoramiento que se brinda para el uso adecuado del producto.

4. ¿Cuál es el promedio de ventas?

El promedio de ventas se encuentra entre 20 a 40 pares al mes, esto depende mucho de la forma de cambios que realizan las personas con respecto a su calzado, hay temporadas donde las ventas se incrementan.

5. ¿Brinda asesoría en la compra de calzado ortopédico?

La mayor parte de los locales comerciales no brindan asesoría sobre el uso de calzado ortopédico, ya que no cuentan con los conocimientos necesarios, son pocos quienes asesoran de forma general, es decir información básica que ayuda muy poco a los clientes.

6. ¿Cómo considera a la demanda del producto?

Actualmente la demanda del producto cada día crece, porque se ha observado que existe más control y responsabilidad de los padres en cuidar el bienestar de sus hijos.

7. ¿De qué lugar son sus proveedores?

Existen pocos proveedores pero en su mayoría son de las ciudades de Gualaceo y Ambato, quienes se han convertido en los proveedores potenciales, porque ofrecen mejores garantías en el calzado ortopédico, presentan mejores condiciones de pago, lo que permite abastecerse con mayor cantidad del producto.

8. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer sus productos?

El medio de comunicación que más utilizan es la radio, porque presenta mejores propuestas y sus costos son más cómodos, también utilizan trípticos donde detallan promociones y descuentos de los productos, otros utilizan la prensa escrita consideran que es un medio de información más adecuado.

3.4.1. Comportamiento de la oferta

Mediante la entrevista se estableció que el nivel de ventas de calzado ortopédico, representa un porcentaje alto, en el promedio de ventas total de todos los productos que se ofertan en los locales comerciales.

TABLA No. 30
OFERTA DE CALZADO ORTOPÉDICO INFANTIL EN LA CIUDAD DE
OTAVALO.

OFERTANTES DEL PRODUCTO	NIVEL DE VENTAS		OFERTA ANUAL EN UNIDADES
	MENSUAL PROMEDIO EN UNIDADES	PERIODO DE VENTA	
11	30	12	3.960

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

3.4.2. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se utilizó el 4,80% que representa el índice de crecimiento del sector industrial del calzado (Dato proporcionado por la Cámara de la Pequeña Industria del cantón Otavalo). VER TABLA NRO. 27

Utilizando la fórmula del monto.

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

Dónde:

O_n= Oferta futura

O_o= Oferta actual

i= Tasa de crecimiento

n= Año proyectado

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 3.960(1 + 0,048)^1$$

$$O_n = 5.200$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 3.960(1 + 0,048)^2$$

$$O_n = 5.720$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 3.960(1 + 0,048)^3$$

$$O_n = 6.292$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 3.960(1 + 0,048)^4$$

$$O_n = 6.921$$

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 3.960(1 + 0,048)^5$$

$$O_n = 7.613$$

TABLA No. 31
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CALZADO ORTOPÉDICO

AÑO	OFERTA PROYECTADA EN UNIDADES
2014	5.200
2015	5.720
2016	6.292
2017	6.921
2018	7.613

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora (Año 2013)

3.5. Demanda Potencial a Satisfacer

La demanda potencial a satisfacer se identificó a través de los resultados de la investigación realizada entre la oferta y demanda; la diferencia que estas variables permitió establecer la demanda que se tiene que satisfacer con el producto.

TABLA No. 32
DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES

AÑO	DEMANDA EN UNIDADES	OFERTA EN UNIDADES	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2014	17.782	5.200	12.582
2015	19.271	5.720	13.551
2016	20.493	6.292	14.201
2017	21.804	6.921	14.883
2018	23.210	7.613	15.597

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

3.6. Demanda a Captar por el Proyecto.

La demanda a captar por el proyecto tiene relación con la capacidad de producción de la microempresa, representada por el número de pares de zapatos ortopédicos producidos.

TABLA No. 33
DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN UNIDADES	PRONÓSTICO DE PRODUCCIÓN EN UNIDADES	DEMANDA A CAPTAR EN %
2014	12.582	5.200	41%

Fuente: Investigación de campo, Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

En la tabla anterior se puede apreciar que el proyecto satisface aproximadamente en un 41% (5.200/12.582), en comparación con la demanda potencial a satisfacer.

3.7. Análisis de precios

El análisis de precios es uno de los factores más importantes para el lanzamiento de un producto por sus valores adicionales, por tener mejor calidad, nuevos modelos, entre otros.

Para esta parte se partió de la investigación de campo, a los demandantes del producto que pagarían por un par de zapatos ortopédicos entre 10 a 20 dólares, y la observación directa, entrevista a los locales de venta del producto donde se encuentran entre 15 a 30 dólares por par de zapatos.

3.7.1. Determinación del Precio

El precio del calzado ortopédico que lanzará la microempresa al mercado es de 16,25 dólares por cada par, este fue establecido mediante análisis de costos y gastos más la utilidad (Ver Anexo D).

3.7.2. Proyección del Precio

Para la proyección del precio se aplicó la inflación del 2,7% anual del año 2013, dato obtenido del Banco Central de Ecuador.

TABLA No. 34
PROYECCIÓN DEL PRECIO DEL CALZADO ORTOPÉDICO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio unitario (par) del calzado ortopédico infantil	16,25	16,69	17,14	17,60	18,08

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

3.8. Estrategias comerciales

Las estrategias que se toman en cuenta para la comercialización del calzado ortopédico serán presentadas de acuerdo a las 4 P. (Producto, precio, promoción, plaza).

Producto

- Para la venta del producto se realizará un diseño de caja especial de cartón reciclable con abertura en la caja superior, de distintos tamaños y llevará el nombre de la microempresa.
- La caja llevará etiquetada en la parte delantera aspectos como: talla que va desde el número 22 hasta el número 27, código de modelo, color; además una pequeña información del beneficio de haber adquirido el producto, así como también la forma de utilización del calzado.
- Además el calzado será garantizado, porque antes de la venta pasará por varios procesos de control de calidad.

Precio

- El precio que se aplique al calzado estará basado de acuerdo a la competencia del mercado.
- A clientes mayoritarios se les otorgará descuentos especiales, como también varias alternativas de pago.
- Se realizará descuentos hasta de un 10% dependiendo la temporada o fechas especiales.

- El precio también dependerá de la calidad de los materiales con el que está realizado el calzado.

Promoción

- Se realizarán trípticos, catálogos y volantes, donde se presenten imágenes de los diseños del calzado, nombre de la Empresa, número de teléfono, página web y dirección de la misma, entre los aspectos más relevantes que se puede mencionar.
- Se creará una página web que contenga un catálogo virtual sobre los aspectos importantes de la microempresa y los modelos del producto, la página web se la rediseñará cada 6 meses para incluir nuevos diseños del calzado infantil.
- La promoción del producto se la realizará por el período de cinco años que tomará posicionarse completamente en el mercado.

Plaza

- A futuro se creará varios puntos de venta en los lugares más estratégicos dentro y fuera de la provincia, como son por ejemplo a nivel provincial las ciudades de Ibarra, Atuntaqui y Cotacachi; y a nivel regional como la ciudad de Quito.
- Se buscará negociaciones con los distintos locales comerciales para entregar directamente el producto.
- Los canales de comercialización serán directos e indirectos

3.9. Conclusión general del estudio de mercado

Efectuado el análisis de las variables del estudio de mercado, a través de la investigación de campo, se concluye:

- La demanda del proyecto está representada por la población de familias de la ciudad de Otavalo, que presentan la patología de deformaciones en las extremidades inferiores en sus hijos, según la investigación, existe un alto porcentaje que estarían de acuerdo en adquirir el producto propuesto por el proyecto.
- La oferta a nivel local no satisface la demanda existente, la cual está representada por los locales comerciales que comercializan calzado, entre ellos el ortopédico y que representa unos de sus mayores ingresos dentro de los demás productos ofertados.
- El precio del calzado ortopédico que lanzará la microempresa al mercado será de 16,25 dólares por cada par, este fue establecido mediante análisis de costos y gastos más la utilidad. (Ver Anexo D)
- Las estrategias propuestas están diseñadas para introducir y posicionar el producto en el mercado a nivel local y regional a corto y largo plazo.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto depende de la demanda insatisfecha que quiere cubrir la empresa, tomando como referencia la demanda existente, procesos de producción, recursos humanos, equipos de producción, entre otros elementos que determinarán la capacidad de producción, en base a la información obtenida por un técnico experto, se estableció que el área requerida para iniciar la cobertura del 10% de la demanda insatisfecha, es de 157 m², distribuido objetivamente en siete dependencias.

La inversión total estimada del estudio técnico es de \$ 33.483,26 dólares de los cuales un 55.20% será de origen propio y el resto se obtendrá vía financiamiento bancario.

Es importante mencionar que para el desarrollo del capítulo se necesitó el asesoramiento expertos en temas técnicos.

4.2. Localización óptima del proyecto

Es un elemento de extrema importancia en las decisiones a tomarse por parte del empresario, ya que depende de diferentes factores como por ejemplo se puede mencionar los factores económicos, sociales, legales, políticos, ambientales, entre otros; los cuales juegan papeles significativos en el análisis de los factores externos como internos de la microempresa, puesto que es substancial analizar el costo beneficio y las diferentes alternativas para seleccionar la mejor ubicación de la microempresa y la más estratégica para su crecimiento.

4.2.1. Macrolocalización

La macrolocalización permite identificar con toda precisión el lugar donde se va a llevar a cabo el proyecto, considerando algunas referencias como: país, provincia, cantón donde va a ubicarse la microempresa.

La microempresa de producción y comercialización de calzado ortopédico infantil estará ubicada:

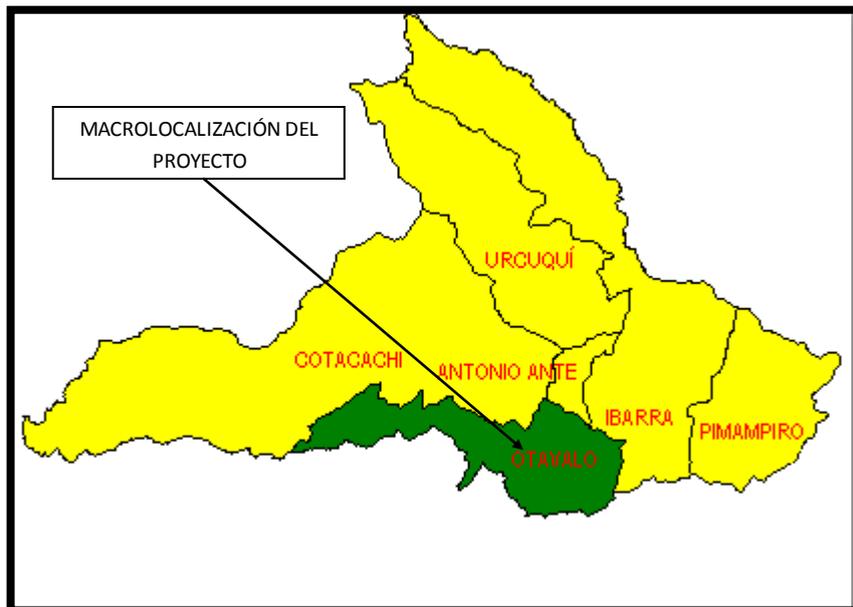
País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Cantón: Otavalo

ILUSTRACIÓN No. 16

MAPA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

4.2.2. Microlocalización

La microlocalización establece el lugar donde se va a ubicar la microempresa, identificando coordenadas específicas que permitan situar el lugar fácilmente donde se va a desarrollar el proyecto, para lo cual se adiciona la siguiente información: parroquia, calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria, croquis de ubicación.

Para establecer la ubicación estratégica del proyecto, se analizó tres lugares de la ciudad de Otavalo como posibles alternativas, los cuales son: Sector Norte, Sector Sur, y Sector Centro.

TABLA NRO. 35
FACTORES ANALIZADOS PARA LA MICROLOCALIZACIÓN

FACTORES ANALIZADOS	
• Restricción legal	• Servicios básicos
• Arriendo	• Seguridad
• Ubicación estratégica	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- **Restricción legal:** corresponde en analizar las prohibiciones legales de cada uno de los lugares en estudio, es decir todos los gravámenes que puedan afectar al sector (Hipotecas, prohibiciones de enajenar, demandas, embargos) para evitar futuros problemas en el desarrollo de las actividades.
- **Arriendo:** el análisis de este aspecto determina, qué lugar presenta un menor costo de arriendo de local donde funcionará la microempresa.
- **Ubicación estratégica:** La microempresa se ubicará donde existe mayor demanda del producto.

- **Servicios básicos:** Es un factor prioritario del análisis, porque los servicios como: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono, servicio de recolección de basura, entre otros, serán necesarios para las actividades productivas.
- **Seguridad:** el análisis de este aspecto determina que el lugar escogido presente condiciones de seguridad, para evitar la delincuencia y demás problemas sociales.

Estos aspectos influyen de distinta forma en el desenvolvimiento normal de las actividades de la microempresa, los cuales se los analizó a través del método de localización por puntos ponderados, para poder escoger el lugar idóneo. Estos aspectos influyen de distinta forma en el desenvolvimiento normal de las actividades de la microempresa, los cuales se los analizó a través del método de localización por puntos ponderados, para poder escoger el lugar idóneo.

TABLA No. 36
MATRIZ DE FUERZAS LOCACIONALES

FACTORES	PESO	Sector Sur		Sector Norte		Sector Centro	
		Punt.	Pond.	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Restricción legal	0,5	9	4,5	9	4,5	8	4
Arriendo	0,15	8	1,2	9	1,35	8	1,2
Ubicación estratégica	0,15	8	1,2	9	1,35	9	1,35
Servicios básicos	0,1	8	0,8	8	0,8	8	0,8
Seguridad	0,1	8	0,8	9	0,9	9	0,9
TOTAL	1		8,5		8,9		8,25

Elaborado por: La autora (Año 2013)

Después de haber realizado el análisis de factores, se establece que la microlocalización del proyecto será:

Ciudad: Otavalo.

Lugar: Ciudadela Jacinto Collahuazo II etapa

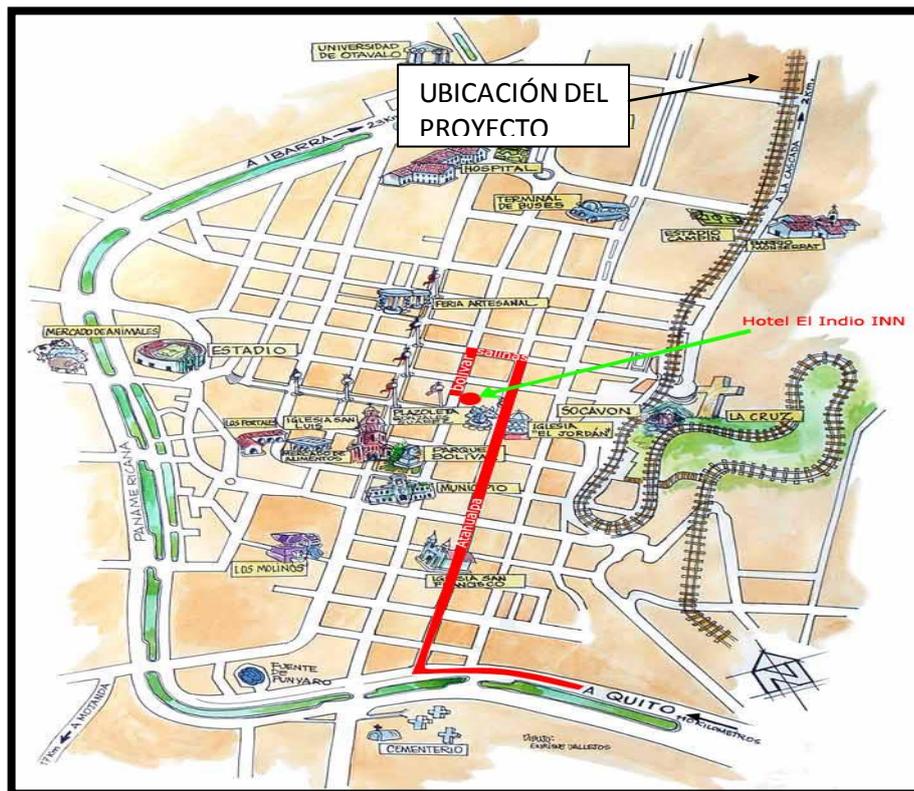
Dirección: Marcelo Amaguaña y Juan Rojas

Manzana: 1.

Casa Nro. 3.

A continuación se muestra el croquis de microlocalización en el cual se puede observar en forma exacta el lugar donde se ubicará microempresa.

ILUSTRACION No. 17 CROQUIS DE UBICACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

4.3. Factores del tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se analizó los factores más importantes que influyen en el desenvolvimiento de las actividades de la microempresa

4.3.1. Factores condicionantes del tamaño del proyecto

Los factores que se tomaron en cuenta para el tamaño del proyecto son:

- Existencia de demanda.
- Disponibilidad de la materia prima.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Tecnología.
- Financiamiento.

➤ Existencia de demanda

Para determinar el tamaño del proyecto es importante conocer la demanda actual, es decir la disponibilidad que presentan los principales consumidores de los productos, ya que son la base fundamental para que el proyecto de producción y comercialización de calzado ortopédico. Como se pudo observar el capítulo anterior existe un mercado significativo para el producto propuesto.

➤ Disponibilidad de materia prima.

La ciudad de Otavalo por encontrarse ubicada en una región reconocida en la elaboración de prendas y calzado, cuenta con lugares donde se puede abastecer de la materia prima e insumos necesarios para la producción. Entre la materia prima e insumos que se requiere para la

confección del producto se encuentra: cuero, plantillas, accesorios, entre otros.

➤ **Disponibilidad de mano de obra**

El sector cuenta con la mano de obra suficiente debido a que existe en la ciudad centros de capacitación que se dedican a la enseñanza de la confección de productos, ya que Imbabura es conocido como un sector textilero y de curtiembre.

➤ **Tecnología**

La tecnología que se utilizará en el proceso de producción será semiautomatizada, debido a que interviene en máquinas y en talento humano, esto ayudará a elevar la productividad.

➤ **Financiamiento**

La ciudad de Otavalo cuenta con la presencia de Instituciones Financieras que están dispuestas a otorgar créditos para la inversión a diferentes tiempos y condiciones de pago, esto representa una ventaja porque se tendrá el capital necesario para realizar la inversión, más detalles se encuentra en el capítulo financiero.

4.4. Capacidad del proyecto.

Para determinar la capacidad del proyecto se tomó en cuenta las máquinas a utilizar y el talento humano del área operativa reflejada de la siguiente manera:

- Producción semanal: 100 pares
- Producción diaria: 20 pares
- Horas de trabajo diario: 8 horas

4.5. Distribución de la Planta

Para la empresa de producción y comercialización se requiere acondicionamientos que conforman la planta física, teniendo en cuenta su ubicación, posibles accesos y áreas totales que corresponderán a un área aproximada de 157 m², ubicado en el cantón Otavalo de la provincia de Imbabura, Ciudadela Jacinto Collahuazo II etapa, calle Marcelo Amaguaña y Juan Rojas, Manzana 1, Casa Nro. 3.

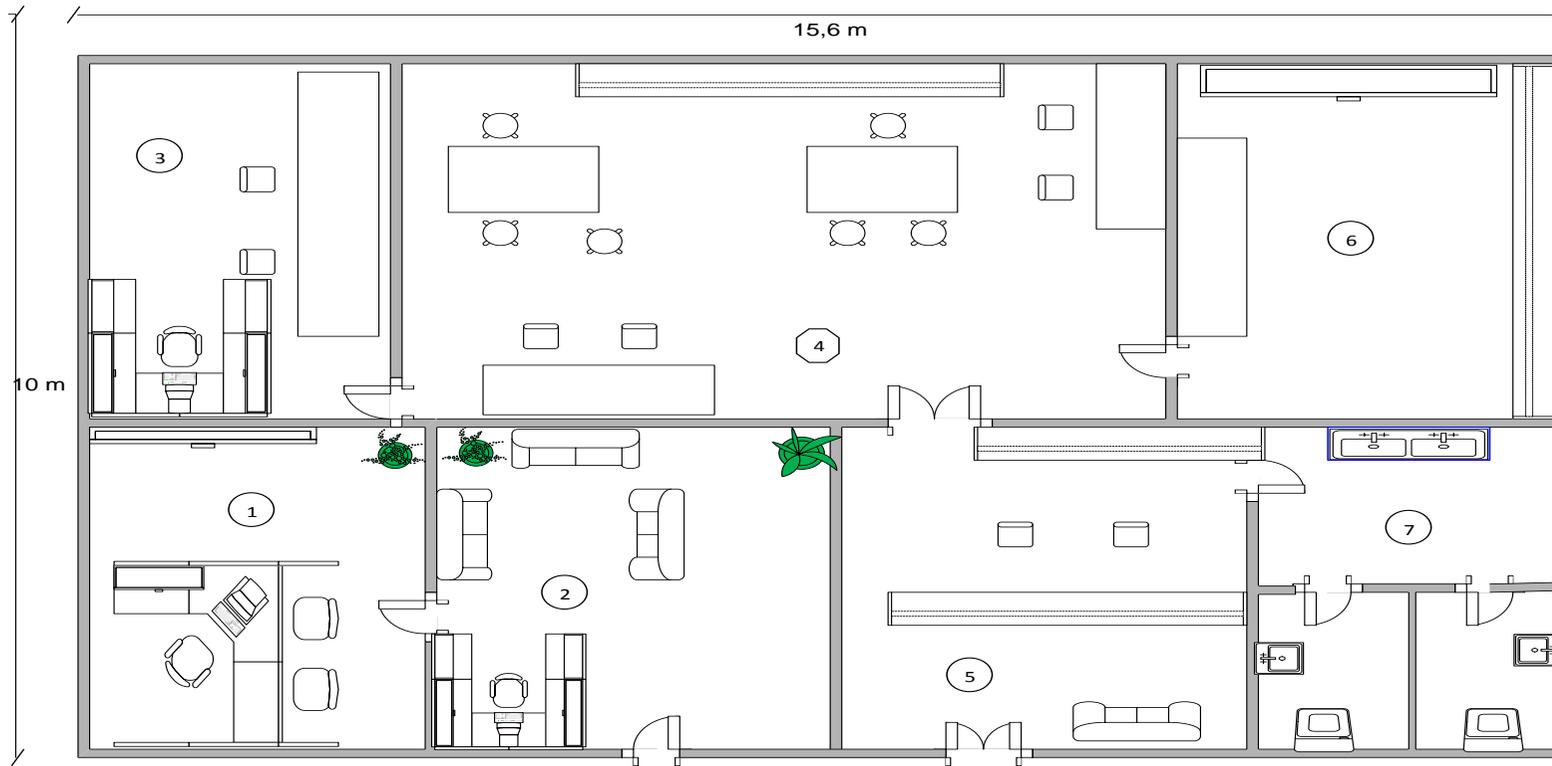
TABLA No. 37
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

No.	SECCIÓN	m ²
1	Gerencia	12
2	Recepción	20
3	Contabilidad	13
4	Área de Producción	50
5	Área de Comercialización	30
6	Bodega	20
7	Baños	12
	TOTAL	157

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

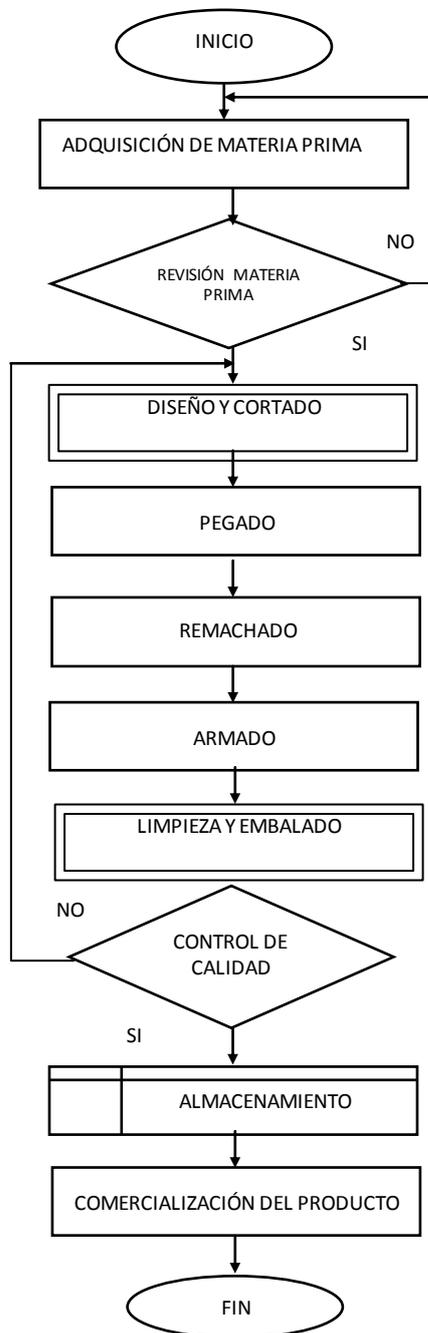
4.5.1. Diseño de la planta

ILUSTRACIÓN No.18 DISEÑO DE INSTALACIONES



Autor: Ing. Civil Carlos Benavides
Fuente: Investigación directa

4.6. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN



Elaborado por: La Autora (Año 2013)

4.7. INVERSIONES

Las inversiones para la gestión de la microempresa de producción y comercialización de calzado ortopédico infantil son:

4.7.1. ACTIVOS NO CORRIENTES

- **Propiedad, planta y equipo**

Para desarrollar de manera eficiente el proceso productivo y ofertar un producto de calidad a los clientes de la microempresa, se ha determinado el uso de maquinaria y equipo que se detalla a continuación:

TABLA No. 38
MAQUINARIA Y EQUIPO DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO DÓLARES	VALOR TOTAL DÓLARES
Máquina de fabricación de calzado	2	3.400,00	6.800,00
Máquina referenciadora	2	1.200,00	2.400,00
Máquina devastadora	1	1.300,00	1.300,00
Máquina cizalla	1	1.100,00	1.100,00
Máquina cortadora	1	1.250,00	1.250,00
Máquina coseadora	2	1.400,00	2.800,00
Prensadora de calzado	2	750,00	1.500,00
Compresor	2	500,00	1.000,00
Hornilla reactiva	1	280,00	280,00
Pulidora	2	200,00	400,00
Pantógrafo de escala	2	430,00	860,00
Extractores de polvo	3	120,00	360,00
TOTAL			20.050,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- **Mueble y enseres**

Dependiendo las necesidades de cada área se comprará muebles y enseres.

TABLA No. 39
MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO DÓLARES	VALOR TOTAL DÓLARES
ADMINISTRATIVA			
Escritorios modular	3	130,00	390,00
Archivador vertical	2	80,00	160,00
Sillas	8	15,00	120,00
PRODUCCIÓN			
Mesa de trabajo	1	220,00	220,00
Estanterías	5	90,00	450,00
Sillas	12	15,00	180,00
Mueble para insumos y materiales	1	250,00	250,00
TOTAL			1.770,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- **Equipo de computación**

El equipo de cómputo como el de oficina es indispensable, para llevar los inventarios correspondientes de las entradas y salidas de la producción.

TABLA No. 40
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO DÓLARES	VALOR TOTAL DÓLARES
Computador fijo	2	750,00	1.500,00
Computador de diseño	1	3.500,00	3.500,00
TOTAL			5.000,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- Equipo de oficina

TABLA No. 41
EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO DÓLARES	VALOR TOTAL DÓLARES
Impresora Multifunción	1	200,00	200,00
Teléfono fijo	2	110,00	220,00
Calculadora	2	30,00	60,00
TOTAL			480,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

TABLA No. 42

RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS NO CORRIENTES

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL DÓLARES
Maquinaria y equipos	20.050,00
Muebles y enseres	1.770,00
Equipo de computación	5.000,00
Equipo de oficina	480,00
TOTAL	27.300,00

FUENTE: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

4.7.2. CAPITAL DE TRABAJO

Es el dinero que se necesita para dar inicio las actividades de la microempresa, está presupuestado para un mes

TABLA No. 43

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL DÓLARES	VALOR TOTAL DÓLARES
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Materia prima e insumos	2.084,33	
Mano de obra	1.783,23	
Materiales para la producción	18,96	
Empaques	41,17	
Servicios básicos	60,00	
Mantenimiento maquinaria	20,00	
Subtotal (CP)		4.007,69
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos administrativos	1.020,53	
Arriendo	350,00	
Servicios básicos	30,00	
Servicios de comunicación	60,00	
Suministros de oficina	24,15	
Mantenimiento computación	15,00	
Subtotal total (GA)		1.499,69
GASTOS DE VENTAS		
Sueldos en ventas	437,98	
Publicidad	116,67	
Subtotal total (GV)		554,64
Total		6.062,02
Imprevistos 2%		121,24
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		6.183,26

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

4.7.3. Inversión Total

La inversión total del proyecto está compuesta de: fija diferida, variable.

TABLA No. 44
INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
DÓLARES	DÓLARES	
Activos No corrientes	27.300,00	81,53
Capital de Trabajo	6.183,26	18,47
TOTAL	33.483,26	100,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

4.7.4. Financiamiento del Proyecto

Para dar inicio a las actividades de microempresa se necesita una inversión que asciende a 33.483,26 dólares, de los cuales 18.483,26 dólares será de origen propio, y el financiado será de 15.000 dólares, el cual se lo obtendrá a través del Banco Nacional del Fomento.

TABLA No. 45
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
	DÓLARES	
Capital Propio	18.483,26	55,20
Capital Financiado	15.000,00	44,80
TOTAL	33.483,26	100,00

Fuente: Estudio de Mercado y Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

4.7.5. Requerimiento de Talento Humano

El talento humano que se requiere, para las distintas dependencias es el siguiente:

TABLA No. 46
REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

DESCRIPCIÓN	No.
Gerente	1
Contadora	1
Ortopedista	1
Técnico de Producción	1
Operarios	2
Vendedor	1
TOTAL	7

Fuente: Estudio Técnico y Organización de la Microempresa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio económico tiene por objeto conocer la factibilidad del proyecto de producción y comercialización del calzado ortopédico infantil.

La información económica-financiera será cuantificada y verificable con la finalidad de brindar información confiable para la toma de decisiones, además se presentará una proyección de los ingresos y gastos que se incurrirán en el proceso de implementación del mismo y la utilidad que se puede obtener en un período determinado.

5.1. Ingresos.

Los ingresos de la microempresa, están representados por las ventas del calzado ortopédico infantil.

5.1.1. Proyección de Ingresos

Los ingresos proyectados para la ejecución del presente proyecto, se han calculado en base a la planificación del calzado ortopédico infantil que se producirá en los próximos cinco años, iniciando con una producción de 5.200 unidades y los precios están fijados en base a la competencia, los costos y gastos más un margen de utilidad (ver anexo D), estos crecen según la inflación del año 2013 que es del 2,7% anual, dato obtenido del Banco Central de Ecuador.

TABLA No. 47
PROYECCIÓN DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Calzado ortopédico por pares	5.200	5.720	6.292	6.921	7.613
Precio unitario (Dólares)	16,25	16,69	17,14	17,60	18,08
Total (Dólares)	84.500,00	95.466,80	107.844,88	121.809,60	137.643,04

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.2. Egresos

Son las erogaciones que efectuará la microempresa para realizar sus actividades, estos egresos corresponden a costos de producción, gastos administrativos, ventas, los cuales se incrementan al ritmo de la inflación del 2,7% anual, excepto los sueldos del talento humano que crece al 9,6% según el índice de crecimiento del sueldo básico de los últimos cinco años. Los egresos anuales se presentan a continuación, los mensuales se encuentran en el anexo E.

5.2.1. Costos de Producción

El costo que se necesita para la producción del calzado ortopédico infantil, está dado por costos directos e indirectos.

- **Materia Prima Directa e Insumos**

Para conocer el costo unitario de materia prima e insumos se ha establecido primeramente el costo de una docena de zapatos ortopédicos infantil, con la ayuda de un experto en la confección de este tipo de artículo.

TABLA No. 48

MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO DÓLARES	COSTO TOTAL DÓLARES
Cuero	metros	3	6,34	19,00
Platilla (silicona, látex)	docena	1	9,75	8,75
Pala sintética	metros	1,25	1,80	2,25
Cordones	docena	1	4,50	4,50
Hebillas metálicas	docena	1	5,25	5,25
Pega especial	litro	1	6,00	6,00
Hilos	conos	1	4,00	4,00
Accesorios	docena	1	8,00	8,00
Costo materia prima e insumos de una docena de zapatos ortopédicos para 3 a 5 años de edad				57,77
Costo unitario materia prima e insumos				4,81

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

Nota: Cabe indicar que el costo unitario de materia e insumos para la fabricación del producto es el mismo para los dos sexos. La diferencia radica en el diseño

TABLA No. 49
MATERIA PRIMA E INSUMOS PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Calzado ortopédico por pares	5.200	5.720	6.292	6.921	7.613
Costo unitario materia prima e insumos (Dólares)	4,81	4,94	5,07	5,21	5,35
Total (Dólares)	25.012,00	28.256,80	31.900,44	36.058,41	40.729,55

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- **Mano de Obra Directa.**

Dentro de la mano de obra se encuentra el ortopedista, técnico de producción y operarios quienes realizarán la elaboración del producto, estos crecen al 9,6% según la tendencia de crecimiento del sueldo básico de los últimos 5 años.

TABLA No. 50
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO

No.	PERSONAL	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
1	Ortopedista	400,00	438,40	480,49	526,61	577,17
1	Técnico en producción	350,00	383,60	420,43	460,79	505,02
2	Operarios	636,00	697,06	763,97	837,31	917,70
	MENSUAL	1386,00	1519,06	1664,89	1824,71	1999,89
	ANUAL	16632,00	18228,67	19978,62	21896,57	23998,64

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

TABLA No. 51
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
Salario Básico Unificado	16.632,00	18.228,67	19.978,62	21.896,57	23.998,64
Aporte Patronal	2.020,79	2.214,78	2.427,40	2.660,43	2.915,84
Fondos de Reserva		1.519,06	1.664,89	1.824,71	1.999,89
Décimo Tercero	1.386,00	1.519,06	1.664,89	1.824,71	1.999,89
Décimo Cuarto	1.360,00	1.490,56	1.633,65	1.790,48	1.962,37
Total costo de mano de obra	21.398,79	24.972,13	27.369,45	29.996,92	32.876,62

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora (Año 2013)

- **Costos Indirectos de fabricación**

Materiales para la producción

TABLA No. 52
COSTO DE MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$	\$	\$	\$	\$
Materiales para la producción	227,50	233,64	239,95	246,43	253,08
TOTAL	227,50	233,64	239,95	246,43	253,08

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

Empaque

TABLA No. 53
EMPAQUE

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO DÓLARES	COSTO TOTAL DÓLARES
1	Empaque y etiqueta	5.200	0,10	494,00
2	Empaque y etiqueta	5.720	0,10	558,07
3	Empaque y etiqueta	6.292	0,10	630,45
4	Empaque y etiqueta	6.921	0,10	712,20
5	Empaque y etiqueta	7.613	0,11	804,57

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

Servicios básicos

TABLA No. 54
SERVICIOS BÁSICOS PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$	\$	\$	\$	\$
Luz	480,00	493,00	506,00	520,00	534,00
Agua	240,00	246,00	253,00	260,00	267,00
TOTAL	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

TABLA No. 55
MAQUINARIA Y EQUIPO PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$	\$	\$	\$	\$
Mantenimiento maquinaria y equipos	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

TABLA No. 56
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
COSTOS DIRECTOS					
Materia prima	25.012,00	28.256,80	31.900,44	36.058,41	40.729,55
Mano de obra	21.398,79	24.972,13	27.369,45	29.996,92	32.876,62
COSTOS INDIRECTOS					
Materiales para la producción	227,50	233,64	239,95	246,43	253,08
Empaques	494,00	558,07	630,45	712,20	804,57
Servicios básicos	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97
Mantenimiento maquinaria	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99
TOTAL	48.092,29	55.006,56	61.152,84	68.053,84	75.731,78

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.2.2. Gastos Administrativos.

Los gastos administrativos están dados por los sueldos del personal administrativo, arriendo, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento computación.

TABLA No. 57
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO

No.	PERSONAL	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
1	Gerente	450,00	493,20	540,55	592,44	649,31
1	Contadora	350,00	383,60	420,43	460,79	505,02
	MENSUAL	800,00	876,80	960,97	1053,23	1154,34
	ANUAL	9600,00	10521,60	11531,67	12638,71	13852,03

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

TABLA No. 58
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
Salario Básico Unificado	9.600,00	10.521,60	11.531,67	12.638,71	13.852,03
Aporte Patronal	1.166,40	1.278,37	1.401,10	1.535,60	1.683,02
Fondos de Reserva		876,80	960,97	1.053,23	1.154,34
Décimo Tercero	800,00	876,80	960,97	1.053,23	1.154,34
Décimo Cuarto	680,00	745,28	816,83	895,24	981,19
Total sueldos administrativos	12.246,40	14.298,85	15.671,54	17.176,01	18.824,91

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- **Arriendo**

TABLA No. 59
PROYECCIÓN DEL ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
Arriendo	4.200,00	4.313,00	4.430,00	4.549,00	4.672,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- **Servicios básicos**

TABLA No. 60
PROYECCIÓN DE LOS SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
Luz	240,00	246,00	253,00	260,00	267,00
Agua	120,00	123,00	127,00	130,00	133,00
TOTAL	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- **Servicios de comunicación**

TABLA No. 61
PROYECCIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
Teléfono	420,00	431,00	443,00	455,00	467,00
Internet	300	308	316	325	334
TOTAL	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- **Suministros de Oficina.**

TABLA No. 62
PROYECCIÓN DE LOS SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
Papel resma	60,00	61,62	63,28	64,99	66,75
Carpetas	4,50	4,62	4,75	4,87	5,01
Esferográfico	2,10	2,16	2,21	2,27	2,34
Tinta impresora	96,00	98,59	101,25	103,99	106,80
Cuaderno	10,50	10,78	11,07	11,37	11,68
Lápiz	18,00	18,49	18,99	19,50	20,02
Borrador	3,00	3,08	3,16	3,25	3,34
Libretines (facturas)	72,00	73,94	75,94	77,99	80,10
Perforadora	3,75	3,85	3,96	4,06	4,17
Grapadora	5,00	5,14	5,27	5,42	5,56
Basureros	15,00	15,41	15,82	16,25	16,69
TOTAL	289,85	297,68	305,71	313,97	322,44

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- **Mantenimiento de equipo de computación**

Se debe realizar en forma constante para tener en perfectas condiciones el equipo de computación.

TABLA No. 63
PROYECCIÓN DEL MANTENIMIENTO DE EQUIPO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
Mantenimiento del equipo de computación	180,00	185,00	190,00	195,00	200,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

TABLA No. 64
PROYECCIÓN DEL RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
Sueldos administrativos	12.246,40	14.298,85	15.671,54	17.176,01	18.824,91
Arriendo	4200,00	4313,40	4429,86	4549,47	4672,30
Servicios Básicos	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48
Servicios de comunicación	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97
Suministros de oficina	289,85	297,68	305,71	313,97	322,44
Mantenimiento de equipo de computación	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	17.996,25	20.203,95	21.736,08	23.404,29	25.221,35

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.2.3. Gastos de Ventas.

Los gastos de ventas están conformados por: los gastos por sueldos, publicidad y promoción que se realizan para dar a conocer el producto.

**TABLA No. 65
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

No.	PERSONAL	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
1	Vendedor	340,00	372,64	408,41	447,62	490,59
	MENSUAL	340,00	372,64	408,41	447,62	490,59
	ANUAL	4.080,00	4.471,68	4.900,96	5.371,45	5.887,11

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

**TABLA No. 66
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS EN VENTAS**

DESCRIPCIÓN	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
Salario Básico Unificado	4.080,00	4.471,68	4.900,96	5.371,45	5.887,11
Aporte Patronal	495,72	543,31	595,47	652,63	715,28
Fondos de Reserva		372,64	408,41	447,62	490,59
Décimo Tercero	340,00	372,64	408,41	447,62	490,59
Décimo Cuarto	340,00	372,64	408,41	447,62	490,59
Total sueldo en ventas	5.255,72	6.132,91	6.721,67	7.366,95	8.074,18

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

- **Publicidad.**

**TABLA No. 67
PROYECCIÓN DE LA PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
Radio	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47
Prensa	280,00	287,56	295,32	303,30	311,49
Afiches	160,00	164,32	168,76	173,31	177,99
Página web	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48
TOTAL	1.400,00	1.437,80	1.476,62	1.516,49	1.557,43

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

TABLA No. 68
PROYECCIÓN DEL RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
Sueldos	5.255,72	6.132,91	6.721,67	7.366,95	8.074,18
Publicidad	1.400,00	1.437,80	1.476,62	1.516,49	1.557,43
TOTAL	6.655,72	7.570,71	8.198,29	8.883,44	9.631,61

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.2.4. Financiamiento

El préstamo se lo obtendrá del Banco Nacional del Fomento de la ciudad de Otavalo, con las siguientes condiciones. (VER ANEXO F)

Datos:

Deuda: 15.000

Tasa: 12,00%

Tiempo: 5 años

TABLA No. 69

TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL

AÑOS	CUOTA \$	INTERESES \$	AMORTIZACIÓN \$	AMORTIZADO \$	PENDIENTE \$
0					15.000,00
1	4.004,04	1.674,63	2.329,41	2.329,41	12.670,59
2	4.004,04	1.379,27	2.624,77	4.954,18	10.045,82
3	4.004,04	1.046,34	2.957,70	7.911,88	7.088,12
4	4.004,04	671,24	3.332,81	11.244,68	3.755,32
5	4.004,04	248,53	3.755,51	15.000,00	0

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.2.5. Gastos Financieros

Son los intereses que la microempresa está en la obligación de cancelar en las fechas previstas.

**TABLA No. 70
PROYECCIÓN DE LOS GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
Intereses	1.674,65	1.379,23	1.046,34	671,23	248,56

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.2.6. Depreciación

En el transcurso del tiempo la propiedad, planta y equipo van perdiendo su valor, es por ello que se realiza la depreciación de acuerdo a la políticas contables establecidas para este tipo de activo, para el caso del estudio se aplicado el método de línea recta.

**TABLA No. 71
PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN**

ACTIVO NO CORRIENTE PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	AÑO 0 \$	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
Maquinaria y Equipo	20.050,00	2.005,00	2.005,00	2.005,00	2.005,00	2.005,00
Muebles y Enseres	1.770,00	177,00	177,00	177,00	177,00	177,00
Equipo de Computación	5.000,00	1.666,67	1.666,67	1.666,67		
Renovación de equipo de Computación	5.135,00				1.711,67	1.711,67
Equipo de Oficina	480,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00
TOTAL	32.435,00	3.896,67	3.896,67	3.896,67	3.941,67	3.941,67

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.2.7. Gastos de estudios y constitución

**TABLA No. 72
GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR DÓLARES
Estudio de Factibilidad	1.500,00
Readecuación de las instalaciones	450,00
Trámites de constitución	280,00
Software contable	400,00
TOTAL	2.630,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.2.8. Resumen de Egresos

TABLA No. 73
RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
Costos de producción	48.004,29	55.403,88	62.194,30	69.862,31	78.524,48
Gastos de administrativos	17.952,25	20.278,68	21.942,50	23.756,74	25.735,68
Gastos de ventas	6.315,64	7.210,01	7.840,10	8.529,09	9.282,66
Gastos financieros	1.674,65	1.379,23	1.046,34	671,23	248,56
Gasto por depreciación	3.896,67	3.896,67	3.896,67	3.966,00	3.966,00
Gasto de estudios y constitución	2.630,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	80.473,50	88.168,46	96.919,91	106.785,37	117.757,38

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.3. Estados Proforma

5.3.1. Estado de situación financiera

La situación financiera muestra la posición económica en lo que se refiere a los activos y pasivos.

TABLA No. 74
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

1 ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES	6.183,26	PASIVOS NO CORRIENTES	15.000,00
Caja	6.183,26	Préstamo por pagar a corto plazo	2.329,41
Efectivo y equivalente de efectivo	6.183,26	Préstamo por pagar a largo plazo	12.670,59
ACTIVO NO CORRIENTE	27.300,00	PATRIMONIO	
PLANTA PROPIEDAD Y EQUIPO		CAPITAL	18.483,26
Maquinaria y equipo	20.050,00	Inversión propia	18.483,26
Equipo de Computación	5.000,00		
Equipo de Oficina	480,00		
Muebles y enseres	1.770,00		
TOTAL ACTIVOS	33.483,26	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL	33.483,26
GERENTE: _____		CONTADOR: _____	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.3.2. Estado de resultados integral

En este balance se puede apreciar la utilidad neta que representa la posición económica de la microempresa.

TABLA No. 75
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
Ingresos Proyectados	84.500,00	95.466,80	107.844,88	121.809,60	137.643,04
Costos de Producción	48.092,29	55.006,56	61.152,84	68.053,84	75.731,78
(=)Utilidad Bruta	36.407,71	40.460,24	46.692,04	53.755,76	61.911,26
Gastos Administrativos	17.996,25	20.203,95	21.736,08	23.404,29	25.221,35
Gastos de Ventas	6.655,72	7.570,71	8.198,29	8.883,44	9.631,61
Gastos Financieros	1.674,65	1.379,23	1.046,34	671,23	248,56
Depreciación	3.896,67	3.896,67	3.896,67	3.941,67	3.941,67
Gasto de Estudios y Constitución	2.630,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)Utilidad Operativa	3.554,43	7.409,69	11.814,67	16.855,13	22.868,08
(-)15% Prov. Trabajadores	533,16	1.111,45	1.772,20	2.528,27	3.430,21
(=) Utilidad o Pérdida antes de Impuestos	3.021,26	6.298,23	10.042,47	14.326,86	19.437,87
(-) Impuesto a la Renta	664,68	1.385,61	2.209,34	3.151,91	4.276,33
(=)Utilidad Neta Proyectada	2.356,59	4.912,62	7.833,13	11.174,95	15.161,54

GERENTE: _____

CONTADOR: _____

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

5.3.3. Flujo de Caja

TABLA No. 76
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	ANO 0 \$	ANO 1 \$	ANO 2 \$	ANO 3 \$	ANO 4 \$	ANO 5 \$
Inversión Inicial	-33.483,26					
Utilidad operacional		3.554,43	7.409,69	11.814,67	16.855,13	22.868,08
(+) Depreciación		3.896,67	3.896,67	3.896,67	3.941,67	3.941,67
(-) Reversión					5.135,00	
(-) Part. Trabajadores		533,16	1.111,45	1.772,20	2.528,27	3.430,21
(-) Impuestos		664,68	1.385,61	2.209,34	3.151,91	4.276,33
(+) Recuperación de la inversión						12.861,67
(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO	-33.483,26	6.253,25	8.809,29	11.729,79	9.981,62	31.964,87

GERENTE: _____

CONTADOR: _____

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora (Año 2014)

5.4. Evaluación de la Inversión

La evaluación financiera nos permite determinar si el proyecto propuesto es o no factible de ejecutar, para tal efecto se utiliza herramientas de evaluación financiera que permita calcular los beneficios netos que se espera obtener de la inversión, entre ellas se calculará: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Recuperación del Dinero, Costo Beneficio, factores que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

5.4.1. Costo de Oportunidad

La relación de costo oportunidad es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad, así como también permite determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte que se invierte en el proyecto.

El costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central del Ecuador se encuentra 4.60% y la tasa del activa del 12%.

TABLA No. 77

COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR DÓLARES	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO DÓLARES
Capital Propio	18.483,26	55,20	4,60	253,93
Capital Financiado	15.000,00	44,80	12,00	537,58
TOTAL	33.483,26	100,00	16,60	791,51

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

ck=7,92% (Costo de la inversión de los recursos disponibles)

5.4.2. Tasa de Rendimiento Medio

DATOS:

ck=7,92%

if (inflación)=2,7%

$$TRM = ((1+ck) (1+if)) - 1$$

TRM= 0.1083

TRM= 10,83%

5.4.3. Valor Actual Neto

Está representado por los flujos que se genera durante la vida útil del proyecto, dependiendo su resultado mayor a cero se podrá decir que es una inversión favorable.

TABLA No. 78
VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 10,83%
0	-33.483,26	-33.483,26
1	6.253,25	5.642,20
2	8.809,29	7.171,77
3	11.729,79	8.616,25
4	9.981,62	6.615,64
5	31.964,87	19.115,53
	VAN	13.678,12

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora (Año 2013)

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \cdots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

El valor actual neto mide la rentabilidad del proyecto en valores absolutos, para este caso el VAN es de \$ 13.678,12 dólares lo que indica que el proyecto es factible.

5.4.4. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno se la obtiene de acuerdo como se va recuperando la inversión realizada en el proyecto, es decir indica que la inversión en el proyecto es ventajosa, ya que la tasa de interés supera a la tasa de interés de oportunidad en el mercado y por lo tanto el proyecto tiene una gran posibilidad de ser ejecutado.

TABLA No. 79
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FL NETOS	FLUJO 10,83%	FLUJO 23%
0	-33.483,26	-33.483,26	-33.483,26
1	6.253,25	5.642,20	5.083,95
2	8.809,29	7.171,77	5.822,78
3	11.729,79	8.616,25	6.303,40
4	9.981,62	6.615,64	4.360,94
5	31.964,87	19.115,53	11.353,96
VAN		13.678,12	-558,23

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

$$TIR = 22,38\%$$

Aplicando este evaluador financiero el proyecto es factible, ya que se obtendrá un rentabilidad del 22,38% sobre la inversión, superando a la tasa del rendimiento medio la cual indica un proyecto viable.

5.4.5. Recuperación de la Inversión

TABLA No. 80
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
1	33.483,26	5.642,20	5.642,20	1 AÑO
2		7.171,77	7.171,77	2 AÑO
3		8.616,25	8.616,25	3 AÑO
4		6.615,64	6.615,64	4 AÑO
5		19.115,5	5.437,40	3 MESES

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

La inversión se la recupera en 4 años, con 3 meses

5.4.6. Costo Beneficio.

**TABLA No. 81
COSTO BENEFICIO**

AÑOS	FNE	FNEA
		0,1083
1	6.253,25	5.642,20
2	8.809,29	7.171,77
3	11.729,79	8.616,25
4	9.981,62	6.615,64
5	31.964,87	19.115,53
SUMAN...		47.161

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

$$C/B = \frac{\Sigma FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{47.161}{33.483,26}$$

$$C/B = 1,41$$

Este análisis del beneficio costo, se obtiene que por cada dólar invertido en el proyecto, generará 0,41 dólares adicionales.

5.4.7. Punto de Equilibrio del Proyecto

Dentro del desarrollo del proyecto es importante considerar el análisis del punto de equilibrio, ya que ayuda a conocer en qué nivel se está logrando alcanzar los objetivos de la microempresa.

$$PEP = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{costo variable unitario}}$$

DATOS:

Costo Fijo = 32.853,28

Precio de Venta = 16,25

Costo Variable unitario = 9,25

$$PEP = \frac{32.853,28}{16,25 - 9,25}$$

PE = 4.692 pares de calzado ortopédico infantil

PE= \$ 76.250,40

El punto de equilibrio del proyecto indica que la microempresa necesita vender 4.692 pares de zapatos al año, para obtener equilibrio operativo.

5.4.8. Resumen de la Evaluación Financiera

TABLA No. 82
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		10,83%	
VAN =	VAN > 0	13.678,12	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	22,38%	Aceptable
PRI =		4,3	Años bueno
B/C =	R B/C > 1	1,41	Aceptable

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

En conclusión, se determina que el proyecto tiene un alto grado de factibilidad en las condiciones estudiadas, para su ejecución es necesario realizar ajustes de presupuesto, ya que los escenarios son cambiantes.

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.1. Presentación

La estructura de la organización determina la forma en que opera la microempresa para lograr alcanzar sus objetivos planteados. Además corresponde a la determinación de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos que deben realizar las personas de cada departamento.

6.2. ESTRUCTURA ESTRATÉGICA.

Es una parte importante donde se detalla aspectos que la microempresa considere necesarios para conocer el propósito de su creación.

6.2.1. Misión

La misión de la microempresa es:

Ser una microempresa que lidere en la producción de calzado ortopédico para niños, que reúna las más altas características de calidad, comodidad y elegancia, buscando siempre satisfacer las necesidades, expectativas del mercado y sobre todo garantizando la salud de los niños, con la ayuda de personal capacitado demostrando ética y transparencia en las actividades operativas.

6.1.1. Visión

En el año 2018 la microempresa será líder en la fabricación de calzado ortopédico para niños a nivel regional y nacional, cumpliendo con todas

las normas de calidad establecidas y trabajando siempre en la búsqueda del perfeccionamiento continuo.

6.2.2. Objetivos microempresariales

- Buscar el mercado objetivo para la venta del producto y lograr incrementar el nivel de ventas
- Mantener un índice de rentabilidad alto para garantizar la estabilidad de la microempresa
- Brindar constante capacitación al personal para dar a conocer que el producto es realizado con mano de obra calificada.
- Conservar un ambiente de trabajo correcto para mejorar los resultados y lograr mantener el rendimiento de la microempresa.

6.2.3. Políticas de la Microempresa

Las políticas están planteadas con la finalidad de cumplir con los objetivos y el buen manejo de la microempresa dentro de la organización y sus diferentes departamentos.

Políticas Generales

- El personal deberá cumplir con un horario establecido: la entrada será de 08H00 a 13H00; tendrán 1:30 para el almuerzo y regresarán en la tarde, a partir de las 14H30 hasta las 17H30, que es la hora de salida, de acuerdo al reglamento interno de la empresa el mismo que está normado bajo el código de trabajo.

- Para los departamentos de la empresa se exigirá la responsabilidad del cuidado de los materiales y equipo de trabajo, para evitar pérdidas, que de ser el caso será cargado al recurso humano de acuerdo a lo establecido en el reglamento interno de la empresa.
- La empresa rechazará la discriminación, por lo tanto se enmarca en los valores éticos y empresariales considerando el debido respeto sin tomar en cuenta el sexo, raza, religión o jerarquía.
- El personal que laborará en la empresa tiene estrictamente prohibido el ingreso de alcohol, drogas o estupefacientes, a la microempresa.

Políticas de Ventas

- La venta del calzado se enfoca al mercado de niños de 3 a 5 años con patología de pie plano.
- Se brindará varias alternativas de pago de manera efectiva a no mayor a treinta días laborables, excepto en casos especiales donde el crédito se podrá poner a prórroga por no más de quince días contados a partir de la fecha de vencimiento del pago.
- El ingreso del dinero por las ventas realizadas será depositado en la cuenta de la microempresa en un término de veinticuatro horas.

Políticas de Seguridad e Higiene Industrial

- Todos los empleados tendrán un control constante para mantener una buena salud.

- La microempresa entregará los materiales necesarios para que los empleados trabajen bajo las medidas de seguridad necesarias.
- Todo el personal estará asegurado en caso de presentar algún tipo de accidente al momento del trabajo.

Políticas de Producción

- Se mantendrá capacitando al personal del área de producción, para conseguir mejores resultados a corto plazo.
- Cada empleado tendrá la responsabilidad de cuidar su puesto de trabajo, manteniendo adecuadamente su equipo.
- El jefe de producción es el encargado de vigilar el funcionamiento y monitoreo de las maquinarias cada día, al inicio y fin de la jornada laboral.
- La maquinaria recibirá mantenimiento cada mes para evitar problemas futuros.

6.2.4. Principios

Los principios están establecidos con el propósito de las expectativas de la microempresa.

- **Innovación permanente de la oferta:** Brindar al cliente constante variedad en el producto para su total satisfacción.
- **Especialización:** Disponer de equipos específicos para las distintas actividades y lograr la mayor eficiencia en el proceso de producción.

- **Actuación coordinada:** Está encaminado al cumplimiento de cada objetivo planteado.
- **Vocación de liderazgo:** Plantear estrategias demostrando liderazgo en el cumplimiento de las metas.
- **Establecer precios competitivos:** Los precios serán establecidos en base al costo de la competencia como también se tomará en cuenta el costo de producción.
- **Pensar estratégicamente:** Los objetivos planteados serán la base fundamental para el desarrollo de la microempresa, tomando en cuenta la toma de decisiones correctas.

6.2.5. Valores

Se tomará en cuenta ciertos valores importantes, para mejorar la imagen de la microempresa.

- **Disciplina:** La disciplina suele ser una carta de presentación de cada individuo, este valor persigue un plan trazado de mejoramiento.
- **Autocrítica:** Este tipo de valor representan la adquisición de experiencias y conocimientos que sirven como un aprendizaje.
- **Responsabilidad:** Es una actitud madura, este valor ayuda a minimizar los riesgos que pueden sufrir a futuro.
- **Honestidad:** Actuar correctamente evitando que errores propios vayan a afectar a terceras personas.

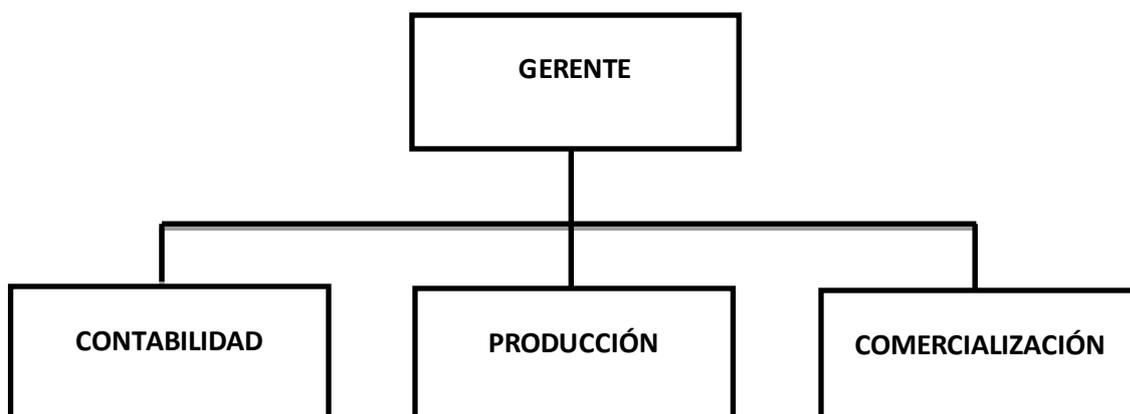
- **Solidaridad:** Estar dispuesto a colaborar y apoyar a sus compañeros en caso de presentar problemas.
- **Puntualidad:** Este valor refleja el respeto y la consideración ante las demás personas.
- **Responsabilidad:** Saber reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.
- **Sinceridad:** Ser sincero y enfrentar con valentía los problemas que se provoquen por cometer errores.

6.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizativa consiste en establecer los cargos y funciones que deberán desempeñar los empleados en la microempresa

6.3.1. Organigrama Estructural

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA MICROEMPRESA



6.3.2. Identificación de puestos y funciones

CARGO: GERENTE

Es la persona encargada de dirigir, controlar, vigilar los recursos y movimientos de la microempresa.

Funciones

- Aplicar nuevas alternativas para dar cumplimiento a los objetivos planteados en un menor tiempo posible.
- Establecer lineamientos a los empleados para el correcto funcionamiento de las operaciones.
- Manejar de manera efectivamente el recurso de la empresa tanto material como humano.
- Realizar proyectos de crecimiento productivos para la microempresa
- Controlar que cada departamento cumpla con sus actividades establecidas.
- Revisar los estados financieros que presenta el contador y dar su respectiva aprobación.
- Dirigir y motivar a empleados a través de los canales de comunicación más efectivos y resolver conflictos de manera adecuada.

Requisitos

Título: Ing. Administración de empresas

Experiencia: 3 años en labores afines.

CARGO: CONTADOR

El contador es el encargado de manejar la parte contable de la microempresa.

Funciones

- Ordenar de manera correcta los registros contables de la microempresa
- Preparar con anticipación el rol de pagos de cada empleado en su respectivo mes.
- Presentar los informes financieros tanto originales como los respaldos indicando la situación financiera de la microempresa
- Realizar las respectivas declaraciones de impuestos de cada empleado y realizar la respectiva declaración.
- Tramitar la afiliación al IESS de los trabajadores y cancelar sus aportaciones en las fechas previstas.
- Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización.
- Realizar los asientos contables, de acuerdo al manual de procedimientos de la microempresa.

Requisitos

Título: Contador CPA

Experiencia: 2 años en labores afines.

CARGO: ORTOPEDISTA

- El ortopedista es el encargado de indicar que tipo de materiales se debe utilizar para el diseño y producción del calzado ortopédico.
- Presentar correctamente los componentes de las plantillas que se van a utilizar.
- Tomar en un molde de yeso las medidas necesarias en caso de deformidades complejas, que se requiere al tratamiento determinado por el Médico ortopedista.
- Presentar diferentes alternativas en las medidas en las cuales puede ser trabajado el calzado.
- Asesoramiento del calzado a los clientes que soliciten características especiales del producto.

Requisitos

Título: Médico Ortopedista

Experiencia: 2 años en labores afines.

CARGO: TÉCNICO EN PRODUCCIÓN

El técnico es quien se encargará de realizar los programas operativos y los distintos diseños del calzado ortopédico

Funciones

- Realizar los distintos diseños del producto dependiendo los gustos y preferencias de los principales.

- Presentar la petición sobre la materia prima y materiales necesarios para realizar los diseños.
- Trabajar con diseños actuales que sean de gusto del mercado al cual va dirigido.
- Tomar en cuenta el material que sea el adecuado para los distintos modelos a presentar.
- Presentar los respectivos informes sobre los trabajos diarios realizados en el departamento de producción.
- Informar sobre la falta de materiales que no se encuentren disponible en el taller del trabajo.
- Coordinar el trabajo de los operarios diariamente.

Requisitos

Título: Tecnólogo en diseño de calzado

Experiencia: 2 años en labores afines.

CARGO: OPERARIO

Los operarios se encargarán de realizar los distintos procesos de producción del calzado.

Funciones

- Coordinar con el diseñador o técnico los materiales e insumos que utilizarán para la elaboración del calzado ortopédico.

- Realizar los cortes respectivos de los distintos modelos del calzado ortopédico.
- Presentar un informe sobre los materiales principales y secundarios recibidos por parte de bodega
- Informar sobre las actividades y avances que se están obteniendo en la producción del calzado ortopédico.
- Cumplir con los pedidos entregados en el tiempo establecido por el departamento de ventas.
- Aplicar los procesos indicados para que el calzado cumpla con todos los requerimientos esperados.
- Realizar los informes pertinentes para los pedidos de materiales necesarios.
- Manejar de manera correcta el equipo que se encuentra a su responsabilidad

Requisitos

Título: Bachiller

Experiencia: 3 años en labores afines.

CARGO: VENDEDOR

El vendedor es quien se encargará de las ventas del producto.

Funciones

- Atender cordialmente a los clientes que visitan la microempresa

- Indicar las características del producto a los clientes.
- Presentar informes sobre los pedidos que se tengan pendientes indicando las fechas respectivas
- Aplicar estrategias de ventas más efectivas para atraer a los clientes potenciales.
- Presentar al contador las respectivas facturas de ventas en el tiempo previsto.
- Efectuar las cobranzas a los distintos clientes que se les haya realizado la entrega de mercadería.
- Mantener continuo contacto con el cliente mediante visitas periódicas para que garanticen su adquisición.
- Presentar al cliente las distintas formas de pago que pueden realizar.

Requisitos

Título: Tecnólogo en ventas

Experiencia: 2 años en labores afines.

6.4. REQUISITOS LEGALES

6.4.1. Razón social

CALZADO ORTOPÉDICO REVELO

6.4.2. Figura Jurídica

Es una empresa unipersonal

6.4.3. Representante Legal

Ivonne Alexandra Revelo Andrade

6.4.4. Permisos de funcionamiento.

Según las investigaciones realizadas en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, en los departamentos correspondientes, se determinó que no existiría ningún impedimento para su funcionamiento en esta zona, los requisitos son los siguientes:

- El Registro único de contribuyentes (RUC)
- Patente Municipal

Información obtenida de la página del Servicio de Rentas Internas:

✓ **Requisitos para obtener el registro único de contribuyentes**

a) Cédula del representante legal

b) Copia del certificado de votación

c) Recibo del pago de agua, luz o teléfono

Información obtenida la Ventanilla Única del Gobierno Descentralizado

Autónomo del cantón Otavalo:

✓ **Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez**

- a) Copia de la cédula y certificado de votación
- b) Nombre (Apellidos y nombres) del dueño del predio
donde funciona la actividad económica
- c) Copia del RUC
- d) Declaración juramentada de inicio de actividades
- e) Copia de cédula de identidad del representante legal
- f) Inspección

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

En este capítulo se realizará el análisis de los impactos más representativos que pueden tomar mucha importancia en el desarrollo del proyecto entre ellos tenemos.

- Impacto socio-económico
- Impacto empresarial
- Impacto comercial
- Impacto educativo
- Impacto ambiental

Para el análisis de estos impactos se ha tomado en consideración la matriz, la cual permitirá conocer el nivel de cada variable que se presenta.

TABLA No. 83
MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

7.1. Impacto Socio-económico

TABLA No. 84
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Nivel de ingresos							X	3
Nuevas fuentes de trabajo						X		2
Estabilidad laboral						X		2
Mejores condiciones de vida							X	3
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

$$NI(\text{SOCIO} - \text{ECONÓMICO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5$$

ANÁLISIS:

Este impacto establece que la implementación de la fábrica de producción y comercialización de calzado ortopédico infantil generará impactos positivos desde el punto de vista económico, mediante la generación de empleo y el mejoramiento del nivel de vida de los actores del proyecto, lo que determinará que el proyecto aporta a la economía del cantón Otavalo, de la provincia de Imbabura.

7.2. Impacto Empresarial

TABLA No. 85
IMPACTO EMPRESARIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fortalecimiento empresarial						X		2
Mejoramiento competitivo							X	3
Incremento productivo						X		2
Crecimiento empresarial						X		2
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

La microempresa generará un impacto positivo el mismo está destinado a fortalecer al sector empresarial, con el mejoramiento competitivo a través de técnicas que faciliten introducir el producto al mercado, esto elevará el nivel de ventas del producto a nivel nacional permitiendo que el cantón mejore su crecimiento comercial.

7.3. Impacto Comercial

TABLA No. 86
IMPACTO COMERCIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Inversión							X	3
Rentabilidad						X		2
Posicionamiento en el mercado						X		2
Competitividad						X		2
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

$$NI(\text{COMERCIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

El proyecto a realizarse presenta un nivel positivo en el aspecto comercial, porque requiere de una inversión para el mejoramiento de cada proceso que se realice en la producción del calzado ortopédico, del mismo se obtendrá una rentabilidad que respalde los costos realizados, además se logrará un posicionamiento en el mercado, porque estará en un nivel competitivo que garantice su estabilidad.

7.4. Impacto Educativo

TABLA No. 87
IMPACTO EDUCATIVO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimiento						X		2
Mejoramiento tecnológico						X		2
Capacitación continua						X		2
Interés por el producto							X	3
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

$$\text{NI(EDUCATIVO)} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NI} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NI} = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

La producción de calzado ortopédico infantil presenta un nivel de impacto medio positivo, porque está encaminado a la generación de nuevas alternativas de emprendimiento, que proporcionará nuevos conocimientos a futuros empresarios que realizarán mejoramientos tecnológicos en la producción del calzado, además se brindará capacitaciones continuas al talento humano con la finalidad que demuestren su interés por mejorar la realización de sus actividades.

7.5. Impacto Ambiental

TABLA No. 88
IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Tratamiento de desechos			X					-1
Contaminación auditiva			X					-1
Uso racional del espacio			X					-1
Protección del medio ambiente			X					-1
TOTAL			-4					-4

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{-4}{4}$$

$$NI = -1$$

ANÁLISIS:

El nivel de impacto ambiental que presenta el proyecto es bajo negativo, porque desde un inicio de sus actividades la empresa tomará medidas preventivas, para el tratamiento adecuado a los desechos que se obtengan de la producción de calzado ortopédico.

7.6. Impacto General

TABLA No. 89
IMPACTO GENERAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Socio- Económico							X	3
Impacto Empresarial						X		2
Impacto Comercial						X		2
Impacto Educativo						X		2
Impacto Ambiental			X					-1
TOTAL			-1			6	3	8

Elaborado por: La Autora (Año 2013)

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{8}{5}$$

$$NI = 1,5$$

ANÁLISIS:

En general se puede manifestar que el proyecto a realizarse presenta un nivel de impacto medio positivo, porque de acuerdo a la matriz de valoración aplicada, en cada uno de ellos se ha manifestado que el nuevo emprendimiento es muy significativo, en todos los aspectos descritos anteriormente.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional permitió caracterizar el sector donde se implementará la microempresa; como también conocer el tema a través de la opinión de expertos de la salud, concluyendo que en el cantón Otavalo existe la necesidad de producir y comercializar calzado ortopédico para niños, que corrija y evite que la deformidad anatómica de los pies en los niños que padecen esta patología, mejorando su calidad de vida.
- El marco teórico apoyo en la ejecución del presente trabajo de grado brindando conocimiento para el desarrollo de los siete componentes del proyecto en forma sistemática, configurada, mediante proposiciones, conceptos técnicos que fortalecen la concepción del proyecto.
- Efectuado el estudio de mercado se identificó que en el cantón Otavalo no se localiza ninguna empresa de producción y comercialización de calzado ortopédico en forma directa, para el mercado que demanda este producto. Así también se determinó que la microempresa pretende cubrir el 41% de la demanda potencial a satisfacer, en el escenario actual en el que se están desarrollando las variables del mercado.
- Con el estudio técnico se estableció que la mejor localización de la empresa es el sector Norte de la Ciudad de Otavalo, ya que reúne todas las características técnicas y físicas para la implementación de la empresa, contando con un área requerida de 157 m², para ello se establece una inversión necesaria de 33.483.26 dólares y para su financiamiento se prevé de la siguiente forma el 55.20% con recursos propios por un valor de 18.483,26 dólares y el capital financiado a través del Banco Nacional del Fomento de 15.000 dólares a una tasa del 12% mensual.

- Del análisis del estudio financiero se determinó que el proyecto tendrá una utilidad neta de \$ 2.356,59 dólares en el primer año, con un valor actual neto de \$ 13.678,12 dólares, la tasa interna del retorno del 22.38%, en un período de recuperación de la inversión de cuatro años con tres meses y el costo beneficio es de \$ 0.41 centavos de dólar por cada dólar invertido, lo que justifica la posible creación del proyecto desde el punto de vista financiero.
- En la estructura organizativa se establece la filosofía estratégica de la empresa, misión, visión, valores y objetivos corporativos que articulen un funcionamiento óptimo de la organización en términos administrativos, mediante la utilización eficiente de sus recursos tanto materiales como humanos.
- La evaluación de los impactos determinó que el proyecto generará efectos positivos en el entorno, debido a que contará con un propósito de mejoramiento para el sector donde los principales beneficiarios serán las personas del sector y el mismo cantón Otavalo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda aprovechar la necesidad que existe por el calzado ortopédico para niños, por parte de la población, para la instalación de la microempresa a corto plazo.
- Es importante dar un seguimiento continuo al mercado, para identificar oportunamente las necesidades que presenta el mercado meta, al cual va dirigido el producto, sobre todo tomando en cuenta los cambios que el producto necesita.
- Se recomienda aprovechar la ubicación estratégica que tendrá la microempresa, siendo eficientes y oportunos en la entrega del producto, cumpliendo a cabalidad con las responsabilidades en las negociaciones obtenidas.
- Es primordial controlar el nivel de ingresos y egresos, para pronosticar adecuadamente el crecimiento económico que la microempresa está obteniendo y poder realizar a tiempo un mejoramiento en caso de necesitarlo.
- Se debe mantener la preocupación constantemente en la capacitación del talento humano, para obtener mejores resultados en la producción del calzado ortopédico y además estar pendiente sobre el cumplimiento de los objetivos.
- Se debe aplicar de manera adecuada las medidas preventivas de acuerdo a lo establecido, para cuidar y proteger al medio ambiente, para evitar problemas futuros a causa del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F

AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México.

ARAUJO ARÉVALO David, (2012). Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas, México.

BACA, Urbina Gabriel, Año (2013), Evaluación de PROYECTOS, Quinta edición, Editorial McGraw-Hill INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

BRAVO, Mercedes, (2009). Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador.

DÍAZ P. Flor Nancy, (2009).Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación, Primera Edición, Editorial Alfaomega, México.

D´ ALESSIO I. Fernando (2008). El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia Primera Edición Pearson Educación México.

DÍAZ, M. Ángel. (2008) David y Goliat Iniciación del Proyecto. Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México.

DÍAS CALLEJAS Osmin, (2009). Administración de Empresas, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill

FRIEND, Graham y Zehle (2008). Plan de Negocios. Primera Edición, The Economist. Argentina.

FONTAINE R. Ernesto, (2008) Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

GIL ESTSLLO, María de los Ángeles, (2012). Como Crear y Hacer Funcionar una Empresa, Octava Edición, Editorial ESIC, México.

GALINDO, R. Carlos J. (2008). Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia.

HINDLE Tim (2008). Management, Primera Edición, Editorial The Economist. Argentina.

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio, Cuarta Edición, Editorial McGraw Hill, Bogotá Colombia.

KOTLER, Philip. (2009). Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

KOONTZ, Harold, Heinz Wehrich, Mark Cannice (2008). Administración una Perspectiva Global y Empresarial, Décimo Tercera Edición, Mac Graw Hill, México.

MUNCH Lourdes, (2010).Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México.

ORTEGA CASTRO Alfonso, (2010).Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Continental, México.

PALAO Jorge, GÓMEZGARCÍA Vicent, (2009). Administre sus Recursos Humanos, Primera Edición, Editorial PALAO EDITORES SAC.

RODRÍGUEZ, Joaquín, (2008). Como Administrar una Pequeña y Mediana Empresas, Segunda Edición, Editorial Ecasa, México.

ROMERO Javier, (2011) Principios de Contabilidad, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill Interamericana México.

RINCÓN SOTO, Carlos Augusto, (2012). Contabilidad Siglo XXI, Segunda Edición, Editorial ECOE Ediciones, Colombia.

SAPAG, CH. Nassir, Año (2008), Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año (2011), Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGraw Hill INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

LINCOGRAFÍA:

www.calzortopediobstrec.com/2007.

www.traumaclinic.com/2007

www.ortopedipediatra.com/

<http://elautenticoortopedico.com/>

www.importanciocalzortopediobstrec.com/.

<http://calzadosortopedicosasensio.es/>

<http://www.articuloz.com/ninos-articulos/caracteristicas-del-calzado->

<http://www.ecuaportales.com/mado/index.php/noticias-publicidad/180-niif-ecuador>

[http://www.deloitte.com/view/es_EC/ec/servicios/auditoria/responsabilidad corporativa/index.htm](http://www.deloitte.com/view/es_EC/ec/servicios/auditoria/responsabilidad_corporativa/index.htm)

ANEXOS

ANEXO A: Encuesta dirigida a los a profesionales de la salud de Otavalo conocedores del tema.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿Conoce usted la forma de adquisición del calzado ortopédico infantil en el cantón Otavalo?

- Mucho ()
Poco ()
Nada ()

2. ¿Cuál es la diferencia más significativa entre el calzado ortopédico infantil y el de los adultos?

- Tiempo limitado ()
Tiempo ilimitado ()
Correcciones tempranas ()
Uso permanente ()

3. ¿Cómo se garantiza la bondad y vida útil del calzado ortopédico?

- Materiales ()
Tipo de defecto físico ()
El control permanente ()
Otros ()

4. ¿Los precios del calzado ortopédico son?

- Altos ()
- Normales ()
- Bajos ()

5. ¿El informe médico es un requisito importante para demandar calzado ortopédico infantil?

- Altos ()
- Normales ()
- Bajos ()

6. ¿Cuál es la edad más aconsejada para el uso del calzado ortopédico infantil?

- Menos de 5 años ()
- Entre 5 y 10 años ()
- Más de 10 años ()

7. ¿Es adecuado realizar la reparación del calzado?

- Siempre ()
- A veces ()
- Es mejor la sustitución ()

8. ¿Qué productos puede sustituir al calzado ortopédico?

- Algunos ()
- Muy pocos ()
- No existe esta posibilidad ()

9. ¿Para que el talento humano sea idóneo en el aconsejar el mantenimiento y seguimiento en el calzado ortopédico es necesario?

Formación académica ()

Vasta experiencia ()

Actualización de conocimientos ()

Todas ()

10. ¿La actividad de promocionar y producir calzado ortopédico es?

Rentable ()

Medianamente rentable ()

Poco rentable ()

11. ¿La demanda de calzado ortopédico infantil es?

Alta ()

Media ()

Baja ()

ANEXO B: Encuesta dirigida los demandantes potenciales de calzado ortopédico



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿Considera importante adquirir calzado ortopédico?

- Muy importante ()
Poco importantes ()
Nada importantes ()

2. ¿Conoce los problemas por la no utilización de calzado ortopédico?

- Si ()
No ()

3. ¿En qué lugar adquiere calzado ortopédico?

- Almacenes ()
Tiendas especializados ()
Farmacias ()
Supermercados ()
Otros ()

4. ¿Cuándo adquiere calzado ortopédico recibe asesoría personalizada para el uso del producto?

- Si ()
No ()

5. ¿Estaría dispuesto en adquirir calzado ortopédico de buena calidad con asesoría profesional?

Si ()

No ()

6. ¿Con que frecuencia adquiriría el calzado?

Trimestral ()

Semestral ()

Anual ()

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagos por el calzado ortopédico?

Menos de 10 dólares ()

Entre 10 y 20 dólares ()

Más de 20 dólares ()

8. ¿Cuál de los siguientes aspectos influye en la decisión de compra de calzado ortopédico?

Diseño ()

Materia prima ()

Precio ()

Marca ()

Otros ()

9. ¿De los siguientes medios de comunicación cual es de su preferencia?

Radio ()

Prensa ()

Televisión ()

Internet ()

Material publicitario ()

ANEXO C: Entrevista efectuada a los locales comerciales donde se comercializa zapatos ortopédicos de la ciudad de Otavalo



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

.....
.....
.....

2. ¿Qué precios maneja para la comercialización del calzado ortopédico?

.....
.....
.....

3. ¿Qué aspectos considera importante para que producto sea más demandado?

.....
.....
.....

4. ¿Cuál es el promedio de ventas?

.....
.....
.....

5. ¿Brinda asesoría en la compra de calzado ortopédico?

.....
.....
.....

6. ¿Cómo considera a la demanda del producto?

.....
.....
.....

7. ¿De qué lugar son sus proveedores?

.....
.....
.....

8. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer sus productos?

.....
.....
.....

ANEXO D: DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{32.853,21}{5.200}$$

$$CFu = 6,32$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{48.092,29}{5.200}$$

$$CVu = 9,25$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 4,4\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 6,32 + 9,25 + 4,4\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 6,32 + 9,25 + 4,4\%(15,57)$$

$$\text{PRECIO} = 6,32 + 9,25 + 0,68$$

$$\text{PRECIO} = 16,25 \text{ dólares}$$

El precio por cada par de zapatos ortopédicos infantil será 16,25 dólares

ANEXO E: COSTOS Y GASTOS

COSTOS

MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO DÓLARES	VALOR TOTAL DÓLARES
Agujas	50	0,15	7,5
Mascarillas	40	2,5	100
Aceites	8	15	120
TOTAL			227,5

EMPAQUES

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO DÓLARES	COSTO TOTAL DÓLARES
1	Empaque y etiqueta	5.200,00	0,10	494,00
2	Empaque y etiqueta	5.720,00	0,10	558,07
3	Empaque y etiqueta	6.292,00	0,10	630,45
4	Empaque y etiqueta	6.921,00	0,10	712,20
5	Empaque y etiqueta	7.613,00	0,11	804,57

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL DÓLARES	VALOR ANUAL DÓLARES
Luz	40	480
Agua	20	240
TOTAL		720

MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL DÓLARES	VALOR ANUAL DÓLARES
Mantenimiento maquinaria y equipos	20	240
TOTAL		240

GASTOS

ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL DÓLARES	VALOR ANUAL DÓLARES
Arriendo	350	4200
TOTAL		4200

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	20	240
Agua	10	120
TOTAL		360

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	35	420
Internet	25	300
TOTAL		720

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	VALOR TOTAL
Papel resma	15,00	4,00	60,00
Carpetas	15,00	0,30	4,50
Esferográfico	7,00	0,30	2,10
Tinta impresora	8,00	12,00	96,00
Cuaderno	7,00	1,50	10,50
Lápiz	12,00	1,50	18,00
Borrador	10,00	0,30	3,00
Libretines (facturas)	12,00	6,00	72,00
Perforadora	1,00	3,75	3,75
Grapadora	1,00	5,00	5,00
Basureros	3,00	5,00	15,00
TOTAL			289,85

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL DÓLARES	VALOR ANUAL DÓLARES
Mantenimiento computación	15	180
TOTAL		180

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL DÓLARES	VALOR ANUAL DÓLARES
Radio	150	600,00
Prensa	70,00	280,00
Trípticos	40,00	160,00
Página web	30,00	360,00
TOTAL	290,00	1.400,00

ANEXO F: REQUISITOS PARA EL PRÉSTAMO POR PARTE DEL BANCO NACIONAL DEL FOMENTO

- Copia de cédula y papeleta de votación del deudor hipotecario
- Copia de cédula y papeleta de votación del garante hipotecario
- Original y copia de Escritura de la propiedad
- Certificado de Gravámenes Actualizado

ANEXO G: TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL

meses	cuota	intereses	Amortización	amortizado	pendiente
0					15.000,00
1	333,67	150,00	183,67	183,67	14.816,33
2	333,67	148,16	185,50	369,17	14.630,83
3	333,67	146,31	187,36	556,53	14.443,47
4	333,67	144,43	189,23	745,76	14.254,24
5	333,67	142,54	191,12	936,88	14.063,12
6	333,67	140,63	193,04	1.129,92	13.870,08
7	333,67	138,70	194,97	1.324,89	13.675,11
8	333,67	136,75	196,92	1.521,80	13.478,20
9	333,67	134,78	198,88	1.720,69	13.279,31
10	333,67	132,79	200,87	1.921,56	13.078,44
11	333,67	130,78	202,88	2.124,44	12.875,56

12	333,67	128,76	204,91	2.329,35	12.670,65
13	333,67	126,71	206,96	2.536,31	12.463,69
14	333,67	124,64	209,03	2.745,34	12.254,66
15	333,67	122,55	211,12	2.956,46	12.043,54
16	333,67	120,44	213,23	3.169,70	11.830,30
17	333,67	118,30	215,36	3.385,06	11.614,94
18	333,67	116,15	217,52	3.602,58	11.397,42
19	333,67	113,97	219,69	3.822,27	11.177,73
20	333,67	111,78	221,89	4.044,16	10.955,84
21	333,67	109,56	224,11	4.268,27	10.731,73
22	333,67	107,32	226,35	4.494,62	10.505,38
23	333,67	105,05	228,61	4.723,23	10.276,77
24	333,67	102,77	230,90	4.954,13	10.045,87
25	333,67	100,46	233,21	5.187,34	9.812,66
26	333,67	98,13	235,54	5.422,88	9.577,12
27	333,67	95,77	237,90	5.660,77	9.339,23
28	333,67	93,39	240,27	5.901,05	9.098,95
29	333,67	90,99	242,68	6.143,72	8.856,28
30	333,67	88,56	245,10	6.388,83	8.611,17
31	333,67	86,11	247,55	6.636,38	8.363,62
2	333,67	83,64	250,03	6.886,41	8.113,59
33	333,67	81,14	252,53	7.138,94	7.861,06
34	333,67	78,61	255,06	7.394,00	7.606,00
35	333,67	76,06	257,61	7.651,61	7.348,39
36	333,67	73,48	260,18	7.911,79	7.088,21
37	333,67	70,88	262,78	8.174,57	6.825,43
38	333,67	68,25	265,41	8.439,99	6.560,01
39	333,67	65,60	268,07	8.708,05	6.291,95
40	333,67	62,92	270,75	8.978,80	6.021,20
41	333,67	60,21	273,45	9.252,25	5.747,75
42	333,67	57,48	276,19	9.528,44	5.471,56
43	333,67	54,72	278,95	9.807,39	5.192,61
44	333,67	51,93	281,74	10.089,14	4.910,86
45	333,67	49,11	284,56	10.373,69	4.626,31
46	333,67	46,26	287,40	10.661,10	4.338,90
47	333,67	43,39	290,28	10.951,37	4.048,63
48	333,67	40,49	293,18	11.244,56	3.755,44
49	333,67	37,55	296,11	11.540,67	3.459,33
50	333,67	34,59	299,07	11.839,74	3.160,26
51	333,67	31,60	302,06	12.141,81	2.858,19
52	333,67	28,58	305,08	12.446,89	2.553,11
53	333,67	25,53	308,14	12.755,03	2.244,97
54	333,67	22,45	311,22	13.066,24	1.933,76

55	333,67	19,34	314,33	13.380,57	1.619,43
56	333,67	16,19	317,47	13.698,04	1.301,96
57	333,67	13,02	320,65	14.018,69	981,31
58	333,67	9,81	323,85	14.342,54	657,46
59	333,67	6,57	327,09	14.669,64	330,36
60	333,67	3,30	330,36	15.000,00	0,00