



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de Titulación en la Modalidad de Emprendimiento
Previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Marketing y
Gestión de Negocios**

**TEMA: “Creación de Calzado Casual Masculino en la
Empresa Joshep`s Marc, Mediante la Elaboración de
un Proyecto de Emprendimiento en el Cantón Cevallos
Provincia de Tungurahua”.**

AUTOR: Janeth Maricela Espinoza Pico

TUTOR: Ing. MBA. Washington Marcelo Gallardo Medina

AMBATO – ECUADOR

Abril - 2017



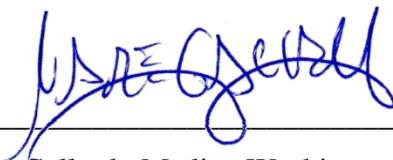
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Gallardo Medina Washington Marcelo

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“CREACIÓN DE CALZADO CASUAL MASCULINO EN LA EMPRESA JOSHEP’S MARC, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO EN EL CANTÓN CEVALLOS PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, presentado por la señorita Espinoza Pico Janeth Maricela para optar por el título de Ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 23 de agosto de 2016



Ing. MBA. Gallardo Medina Washington Marcelo

C.I. 1803415015

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD

Yo, **ESPINOZA PICO JANETH MARICELA**, declaro que los contenidos y resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del título de Ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas Bibliográficas.



Janeth Maricela Espinoza Pico
C.I.1804477659

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente Trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f) _____

Ing. MBA. Iván Fernando Silva Ordóñez

CI 1802490548

f) _____

Ing. Gabriel Arturo Pazmiño Solys, Mg.

CI 0602041600

Ambato, 11 de noviembre de 2016

DERECHOS DE AUTOR

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

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



Janeth Maricela Espinoza Pico
C.I.1804477659

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme el regalo de la vida, por ser la luz que guía mi camino bendiciéndome con su amor infinito cada uno de mis pasos y ser mi fortaleza para el logro de cada éxito en mi vida.

A la Universidad Técnica de Ambato en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas por abrirme las puertas, y brindarme la oportunidad de lograr un éxito más en mi vida.

Al personal administrativo y docentes por la paciencia y conocimientos impartidos durante mi carrera universitaria.

A mi tutor ing. Marcelo Gallardo por ser mi guía para el desarrollo del proyecto de emprendimiento por su tiempo, conocimientos y experiencias compartidas.

Al Ing. MBA Fernando Silva y al Ing. Gabriel Pazmiño por disposición en todo momento y por su valioso aporte en la mejora de este emprendimiento, contribuyendo al logro de esta meta.

Al Sr Marco Tituaña Gerente de Joshep`s Marc, a su esposa y todos quien conforman dicha empresa por la apertura y brindarme la ayuda necesaria para el desarrollo del proyecto.

A mis queridas amigos(a) que el transcurso del tiempo hemos compartido alegrías, tristezas, conocimientos y experiencias, siendo un apoyo incondicional en toda mi carrera universitaria.

"Dios quien comenzó la buena obra en ti lo continuará hasta que quede completamente terminada". Millón gracias a todos por ser parte de mi éxito.

Jane Espinoza

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso por todas sus bendiciones, por brindarme la sabiduría necesaria y permitirme cumplir una meta más en vida.

A mis padres, Héctor y Rosario por ser los pilares fundamentales en mi vida que con su amor hicieron que todo fuera más fácil, su apoyo incondicional por todos los sacrificios realizados, por sus consejos, por encaminarme en el buen camino.

A mis hermanos, Fernanda, Mauricio por su motivación y apoyo durante toda mi vida, y a mi hermano Matías que llego como un regalo de Dios a llenar mi vida de felicidad con tus ocurrencias.

A un gran ser humano Iván, por su amor sincero, su ayuda incondicional, por su paciencia, y compartir cada éxito y fracaso.

"Camina seguro mirando hacia tu futuro, avanza, derriba muros, y llega a lo que Dios tiene preparado para ti".

Jane Espinoza

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLAS.....	xiv
INDICE DE GRAFICOS	xvii
ÍNDICE DE CUADROS	xix
RESUMEN EJECUTIVO	xx
ABSTRACT	xx
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Definición del problema de investigación	1
1.1.1. Árbol de problemas	3
1.1.2. Análisis de involucrados	4
1.1.3. Árbol de objetivos.....	5
1.1.4. Alternativa de solución	6
CAPÍTULO II.....	7
DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO.....	7
2.1. Nombre del emprendimiento.....	7

2.2.	Localización geográfica.....	7
2.2.1.	Localización geográfica de la empresa	7
2.3.	Justificación.	8
2.4.	Objetivos.....	10
2.4.1.	Objetivo General	10
2.4.2.	Objetivo Específicos.....	10
2.5.	Beneficiarios.	10
2.6.	Resultados a alcanzar.....	11
CAPÍTULO III		13
ESTUDIO DE MERCADO.....		13
3.1.	OBJETIVOS	13
3.1.1.	Objetivo General	13
3.1.2.	Objetivos Específicos	13
3.2.	DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO, CARACTERÍSTICAS Y USOS.....	13
3.2.2.	Investigación De Mercado.....	17
3.3.	ESTUDIO DE LA DEMANDA	32
3.3.1.	Concepto.....	32
3.3.2.	Cálculo de la Demanda en Personas con Aceptación al Producto	33
3.3.3.	Calculo de la Demanda del Producto	34
3.3.4.	Gráfico.....	35
3.3.5.	Análisis.....	35
3.4.	ESTUDIO DE LA OFERTA.....	35
3.4.1.	Concepto.....	35
3.4.2.	Cálculo de la oferta.....	36
3.4.3.	Oferta Proyectada.....	38

3.4.4.	Grafico.....	38
3.4.5.	Análisis.....	38
3.5.	MERCADO POTENCIAL PARA EL PROYECTO	39
3.6.	PRECIOS.....	40
3.6.1.	Concepto.....	40
3.6.2.	Cálculo del Precio 2016	41
3.6.3.	Proyección del precio	43
3.7.	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	44
3.8.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	44
3.8.1.	Canal directo	44
3.9.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	45
3.9.2.	Marketing Mix	46
3.9.2.1.	Precio	46
3.9.2.2.	Distribución o Plaza.....	48
3.9.2.3.	Promoción.....	49
3.9.2.4.	Producto.....	50
CAPÍTULO IV		52
ESTUDIO TÉCNICO.....		52
4.1.	OBJETIVOS	52
4.1.1.	Objetivo General	52
4.1.2.	Objetivos Específicos	52
4.2.	TAMAÑO DEL EMPRENDIMIENTO.....	52
4.2.1.	Factores determinantes del tamaño.	52
4.2.2.	Tamaño óptimo.....	54
4.3.	LOCALIZACIÓN.....	55

4.3.1.	Macro localización	56
4.3.2.	Micro localización	56
4.4.	INGENIERÍA DE PROYECTO.....	59
4.4.1.	Estado inicial	59
4.4.2.	Diagrama de flujo.....	67
CAPÍTULO V		73
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....		73
5.1.	OBJETIVOS	73
5.1.1.	Objetivo General	73
5.1.2.	Objetivos Específicos	73
5.2.	ASPECTOS GENERALES	73
5.3.	DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	74
5.3.1.	Estructura Organizativa.....	75
5.3.2.	Estructura Funcional.....	76
5.4.	MANUAL DE FUNCIONES	77
CAPÍTULO VI.....		86
ESTUDIO FINANCIERO.....		86
6.1.	OBJETIVOS	86
6.1.1.	Objetivo General	86
6.1.2.	Objetivos Específicos	86
6.2.	INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	86
6.3.	INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES.....	88
6.4.	INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO.....	88
6.5.	RESUMEN DE LAS INVERSIONES.....	92
6.6.	FINANCIAMIENTO.....	93

6.7.	PLAN DE INVERSIONES	94
6.8.	PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS	95
6.8.1.	Costos de Producción	95
6.8.2.	Gastos administrativos	100
6.8.3.	Gastos financieros	103
6.8.4.	Gasto de venta	103
6.9.	SITUACIÓN FINANCIERA ACTUAL	104
6.9.1.	Situación financiera proyectada	105
6.10.	PRESUPUESTO DE INGRESOS	107
6.11.	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	108
6.12.	FLUJO DE NETO DE EFECTIVO	109
6.13.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	110
6.14.	TASA DE DESCUENTO Y CRITERIOS ALTERNATIVOS PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS.	112
6.14.1.	Tasa mínima aceptable de Rendimiento (Tmar)	112
6.14.2.	Tasa mínima aceptable de Rendimiento (Tmar1)	113
6.14.3.	Tasa mínima aceptable de Rendimiento (Tmar2)	113
6.15.	VALOR PRESENTE NETO (VAN)	113
6.16.	INDICADORES FINANCIEROS	115
6.16.1.	Indicadores de Liquidez	115
6.16.2.	Indicadores de Actividad.....	116
6.16.3.	Indicadores de endeudamiento	117
6.16.4.	Indicadores de Rentabilidad	118
6.17.	TASA BENEFICIO – COSTO	120
6.18.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.	120

6.19.	TASA INTERNA DE RETORNO.....	122
6.20.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	122
6.20.1.	Flujo Neto de Efectivo en Escenario Pesimista.....	123
6.20.2.	Flujo Neto de Efectivo en Escenario Optimista.....	127
CAPÍTULO VII.....		131
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		131
7.1.	Conclusiones.....	131
7.2.	Recomendaciones.....	132
Referencias bibliográficas.....		134
ANEXOS.....		142

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Mercado Meta	16
Tabla 2. Proyección Mercado Meta	17
Tabla 3. Mercado Meta	18
Tabla 4. Adquisición de calzado	19
Tabla 5. Tipo de material para la elaboración de calzado	20
Tabla 6. Calzado que le brinde total satisfacción a precios accesibles	21
Tabla 7. Calzado casual 100% de cuero que le brinde comodidad	22
Tabla 8. Pares de calzado casual adquirido	23
Tabla 9. Principales características influyen al momento de adquirir calzado casual	24
Tabla 10. Preferencia de Calzado Casual	25
Tabla 11. Valor a pagar al adquirir un par de calzado casual	26
Tabla 12. Lugar donde adquiere calzado.....	27
Tabla 13. Medios de comunicación para oferta el calzado casual	28
Tabla 14. Tipo de empaque	29
Tabla 15. Obsequios	30
Tabla 16. Otras marcas que oferte calzado casual 100% de cuero.....	31
Tabla 17. Demanda de Personas.....	33
Tabla 18. Demanda de Producto	34
Tabla 19. Demanda Proyectada.....	34
Tabla 20. Producción Histórica	36
Tabla 21 Método Mínimos Cuadrados Oferta.....	36
Tabla 22. Oferta de Productos	37
Tabla 23 Oferta Proyectada	38
Tabla 24. DPI	39
Tabla 25. Precio del Calzado Casual.....	41
Tabla 26. Precio.....	41
Tabla 27. Precios Proyectados.....	43
Tabla 28. Precio de Venta	47
Tabla 29. Demanda Potencial Insatisfecha Real Proyectada	55
Tabla 30. Método de Localización por puntos ponderados.....	57

Tabla 31. Materias Primas.....	63
Tabla 32. Materiales Indirectos	63
Tabla 34 Servicios Básicos.....	64
Tabla 35. Maquinaria, Equipo y Herramientas	65
Tabla 36. Mano de obra directa.....	66
Tabla 37. Mano de obra indirecta.....	66
Tabla 38. Diagrama de Flujo Proceso de Producción ASME	68
Tabla 39. Periodo Operacional Estimado.....	69
Tabla 40. Capacidad de Producción	70
Tabla 41. Referencia del la Distribución de la Planta	71
Tabla 42. Activos Fijos Tangibles.....	87
Tabla 43. Activos Fijos Intangibles.....	88
Tabla 44. Activo Circulante	89
Tabla 45. Inventario	91
Tabla 46. Inversión Total	93
Tabla 47. Instituciones Financieras	93
Tabla 48. Financiamiento	94
Tabla 49. Plan de Inversión.....	95
Tabla 50. Costo de Materia Prima.....	96
Tabla 51. Costo de Mano de Obra Directa.....	96
Tabla 52. Costo Mano de Obra Indirecta	96
Tabla 53. Costo de Insumos	97
Tabla 54. Costo Materiales Indirectos.....	98
Tabla 55. Costo Mantenimiento de Maquinaria	98
Tabla 56 Costo Depreciación	99
Tabla 57. Costo Amortización.....	100
Tabla 58. Resumen de Costos Producción	100
Tabla 59. Gastos Servicios Básicos.....	101
Tabla 60 Gastos Suministros de Oficina	101
Tabla 61. Gastos Suministros de Limpieza	102
Tabla 62 Gasto Sueldos y Salarios	102

Tabla 63. Gastos Honorarios	102
Tabla 64. Resumen Gastos Administrativos	103
Tabla 65. Gastos Financieros	103
Tabla 66. Gastos Sueldo y Salarios	104
Tabla 67. Transporte de materias	104
Tabla 68. Ingresos Anuales	107
Tabla 69. Ingresos Anuales	107
Tabla 70. Costos Fijos y Variables.....	111
Tabla 71. T_{mar_1}	113
Tabla 72. T_{mar_2}	113
Tabla 73. Costos y Gastos Totales	120
Tabla 74. Ingresos totales.....	120
Tabla 75. Sumatoria de Flujo Neto de Efectivo	121
Tabla 76. Costo Total Pesimista.....	125
Tabla 77. Ingreso Total Pesimista.....	125
Tabla 78. Sumatoria Flujo Neto de Efectivo Pesimista.....	126
Tabla 79. Costo Gastos Total Optimista	129
Tabla 80. Ingreso Total Optimista.....	129
Tabla 81. Sumatoria de Flujo Neto de Efectivo Optimista	130

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Árbol de Problemas.....	3
Gráfico 2. Matriz de Involucrados	5
Gráfico 3. Árbol de Objetivos	5
Gráfico 4. Mapa.....	7
Gráfico 5. Calzado Casual.....	15
Gráfico 6. Adquisición de Calzado	20
Gráfico 7. Tipo de material para la elaboración de calzado.....	21
Gráfico 8. Calzado que le brinde total satisfacción a precios accesibles	22
Gráfico 9. Calzado casual 100% de cuero que le brinde comodidad	23
Gráfico 10. Pares de calzado casual adquirido.....	24
Gráfico 11. Principales características influyen al momento de adquirir calzado casual	25
Gráfico 12. Preferencia de Color de Calzado Casual	26
Gráfico 13. Valor a pagar al adquirir un par de calzado casual	27
Gráfico 14. Lugar donde adquiere calzado	28
Gráfico 15. Medios de comunicación para oferta el calzado casual	29
Gráfico 16. Tipo de empaque	30
Gráfico 17. Obsequios.....	31
Gráfico 18. Otras marcas que oferte calzado casual 100% de cuero	32
Gráfico 19. Demanda en Personas	33
Gráfico 20 Demanda de Producto	35
Gráfico 21. Oferta de Producto	38
Gráfico 22. DPI	40
Gráfico 23. Proyección de Precios	43
Gráfico 24. Canal Directo	45
Gráfico 25. Canal Detallista	45
Gráfico 26. Página de Facebook.....	48
Gráfico 27. Obsequio	50
Gráfico 28. Demanda Potencial Insatisfecha Real Proyectada	55
Gráfico 29. Macro Localización.....	56

Gráfico 30. Micro Localización de la Planta de Joshep`s Marc.....	59
Gráfico 31. Producto Terminado.....	66
Gráfico 32. Normativa ASME.....	67
Gráfico 35. Distribución del espacio físico (Lay-out).....	71
Gráfico 36. Organigrama Estructural	75
Gráfico 37. Organigrama Funcional.....	76
Gráfico 38. Manual de Funciones Gerente.....	77
Gráfico 39. Manual de Funciones Secretaria	78
Gráfico 40. Manual de Funciones Jefe Financiero.....	79
Gráfico 41. Manual de Funciones Jefe de Producción.....	80
Gráfico 42. Manual de Funciones Jefe de Ventas	81
Gráfico 43. Manual de Funciones Cortador	82
Gráfico 44. Manual de Funciones Aparador	83
Gráfico 45. Manual de Funciones Plantador	84
Gráfico 46. Manual de Funciones Terminador	85

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Segmentación.....	16
Cuadro 2. Hoja de Costos.....	42
Cuadro 3. Matriz FODA.....	46
Cuadro 4. Valor para la implementación de las estrategias	51

RESUMEN EJECUTIVO

Joshep's Marc es una empresa que se encuentra ubicada en el cantón Cevallos desde 1995 cuya empresa nace con el objetivo de satisfacer la necesidad fisiológica del ser humano, misma que es vital para la supervivencia, siendo la fabricación de calzado para mujer, bajo el *slogan calza justo en tus pies*, calzado que hasta la actualidad se sigue produciendo.

El presente proyecto de emprendimiento se ha enfocado en crear una nueva línea de calzado casual para el hombre elegante, pues en los libros de ingresos de la empresa en dos años consecutivos han reflejado una disminución en dichos ingresos, considerando entonces que al tener la posibilidad de cubrir la necesidad de otro segmento garantizará la estabilidad económica.

En los resultados arrojados del proyecto se obtiene que mediante el desarrollo del estudio de mercado fue posible determinar la demanda, la oferta del mercado reflejando que existe demanda potencial insatisfecha de 21261 pares de calzado casual, el precio que fue proyectado con la inflación, se estableció las estrategias de comercialización. En el estudio de técnico se determina el tamaño óptimo, la localización de la planta de acuerdo a los factores relevantes para la empresa, y el proceso productivo. En el estudio organizacional los distintos jerarquías dentro de la empresa.

El estudio Financiero se ordena y sistematiza la información monetaria que permita realizar la evaluación económica. Por tal razón dicho emprendimiento está encaminado conocer la factibilidad de la creación del calzado casual para el segmento masculino, luego de realizar el desarrollo y análisis del proyecto mediante indicadores en tiempo presente y futuro se determina que el proyecto es factible y rentable.

PALABRAS CLAVES

Emprendimiento; Industria del calzado; Joshep's Marc

ABSTRACT

Joshep's Marc is a company that is located in the canton Cevallos since 1995 whose company created with the aim to satisfy the physiological need (clothing) human being, according to Maslow's pyramid it is a vital necessity for survival, being the manufacture of footwear for women, under the slogan fits right on your feet, footwear until today still occurs.

The present draft venture has focused on creating a new line of casual footwear for the elegant man, because in the books of income of the company in two consecutive years have reflected a diminution in such income, then it is considered that to be able to meet the need for another segment ensure the economic stability of the company.

In the results obtained from the project is obtained by developing the market study was possible to determine both the demand and market supply, which showed that there is unmet demand for men's casual shoes potential, determining the price that was projected inflation as well as marketing strategies. In the technical study the optimal size is determined as well as the optimal location of the plant according to the relevant factors for the company, and the operational production process or project engineering. In the organizational, study the different hierarchies within the company.

The financial study is ordered and systematized monetary information to perform the economic evaluation. The financial study is ordered and systematized monetary information to. For this reason this venture is aimed to know the feasibility of the creation of casual men's segment footwear, so that after making the development and analysis of the project through indicators in the present tense and future time it is determined that the project is feasible and profitable as well as the results obtained support it.

KEYWORDS

Entrepreneurship; Footwear Industry; casual shoes.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1. Definición del problema de investigación

En el entorno actual los clientes son mucho más exigentes, razón por la cual se ha visto la necesidad de ampliar el negocio para lo cual es necesario incrementar la gama de calzado que actualmente se ofrece, pues los clientes podrán encontrar todo tipo del calzado que brinde calidad, comodidad, durabilidad y sobre todo cuiden la salud de sus pies, dejando caminar a gusto, en un solo lugar de tal forma que se sientan complacidos y satisfechos, logrando una mayor participación en el mercado. Con el firme propósito de evitar problemas futuros que afecten a la rentabilidad de la empresa.

El calzado es considerado un tema importante pues según los podólogos especialistas en el cuidado de los pies han indicado que utilizar zapatos inadecuados no solo provoca dolor en las rodillas, espalda y pies, sino que traerá problemas futuros como la circulación arterial, pie de atleta, provocando la artrosis de rodilla y dolor de articulación, el podólogo, (Rueda, 2015) recomienda que se debe "*utilizar zapatos que deje evaporar del calor al pie*", que la suela sea de tacón ancho flexible o de goma, y los materiales con los cuales sean elaborados cumplan con los altos estándares de calidad, pues es importante considerar que las pieles sintéticas no permiten que el pie transpire lo cual conlleva a la aparición de infecciones en los pies.

Se dice que la "*2,4 pares de calzado anual es el consumo aproximado, obteniendo a 27600000 pares, de lo cual el 45% de calzado es de cuero*". Así Lilia Villavicencio indica que es importante responder al "*reto impuesto por el Gobierno que es elaborar*

productos de calidad, para lo cual se está trabajando con propuestas positivas y un crecimiento importante en la producción y productividad", (Heraldo, 2015). Jorge Terán vicepresidente de la Cámara de la Cadena Productiva de Calzado y Afines a través del desarrollo de productos de calidad se pretende satisfacer las necesidades de los clientes ecuatorianos evitando las importaciones mismas que el año pasado fueron de 147 millones de dólares lo que representa 9 millones de calzado, (Andes, Produccion de Calzado, 2016).

Por otro lado la provincia de Cotopaxi, Tungurahua y la Provincia de Azuay son las 3 provincias que desarrollan las actividades relacionadas con los zapatos. En Tungurahua el trabajo artesanal de todo el sector es 75,6%. Estando ubicado los talleres en los cantones de Ambato, Cevallos, y Quisapincha. Así dicha actividad produce en la Zona 3, 50 000 puestos de trabajo formal e informal aproximadamente; además los costos de importación van incrementando, por ende no hay trabajo en el sector, (Senplades, 2014).

El principal interés que tiene el Gobierno es incrementar el consumo de calzado nacional pues así lo demuestran las medidas *"implementadas para proteger la industria nacional como la salvaguardias, beneficiando principalmente a la industria del calzado"* para lo cual se requiere elaborar productos de alta calidad brindando total satisfacción al cliente, razón por la cual se pretende crear una nueva línea de calzado casual masculino en la Empresa Joshep's Marc creando la posibilidad que los ecuatorianos elijan los productos nacionales en lugar de los extranjeros a un precio competitivo, así lo asegura Jefferson Suarez representante de Adiplast quien asegura que las salvaguardas contribuyen debido a la *"restricción del ingreso de producto elaborado fuera logra que la producción nacional se fortalezca y crezca en el mercado"*, (Andes, 2016). Mejorando tanto en la producción como la productividad.

Con el presente proyecto se pretende que la participación de Joshep's Marc en el mercado tenga un notable incremento que se vean reflejados en los ingresos, además con la creación de la nueva línea de calzado se pretende ofertar un producto de calidad a precios competitivos en el mercado asegurando que el segmento al cual esta direccionado pueda adquirirlo.

1.1.1. Árbol de problemas

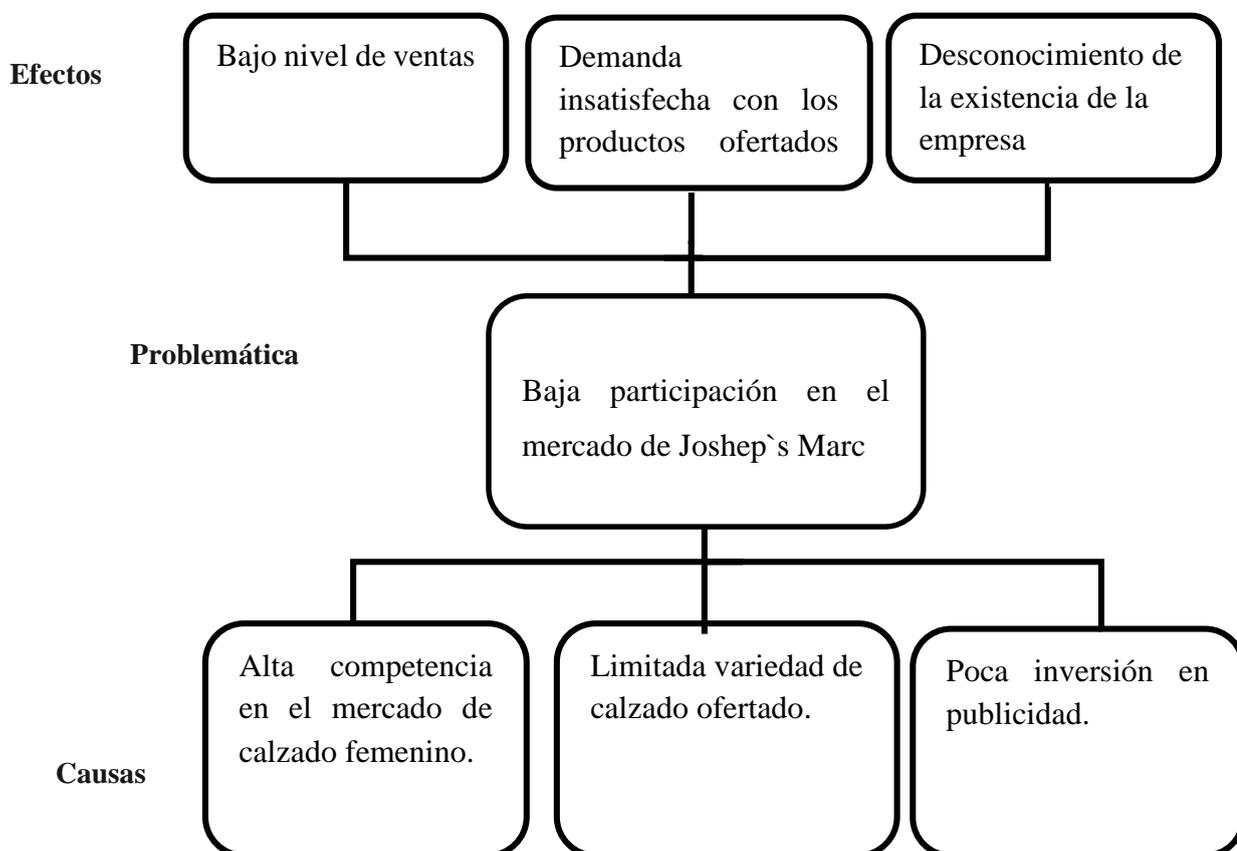


Gráfico 1. Árbol de Problemas
Fuente: Elaboración Propia

La alta competencia en el mercado de calzado femenino ha generado la baja participación de la empresa Joshep's Marc en el mercado esto debido que al país ingresa calzado de otros lugares tales como Colombia, Perú a bajo costo, provocando un bajo nivel de ventas.

Así como también la limitada variedad de calzado ofertado causa la baja participación de la empresa Joshep's Marc, pues los clientes que visitan la empresa solo encuentran calzado para el segmento femenino mas no para el caballero casual lo cual da origen a la demanda insatisfecha con los ofertado.

Finalmente la poca inversión en publicidad también conlleva que la empresa tenga baja participación en el mercado, generando el desconocimiento de la existencia de la empresa en el mercado Ecuatoriano.

1.1.2. Análisis de involucrados

GRUPO	INTERESES	PROBLEMA PERCIBIDO	RECURSOS O MANDATOS
Hombres	Adquirir calzado cómodo y durable que brinde elegancia. Precios Cómodos. Variedad de calzado.	No existe calzado que satisfagan sus requerimientos. Calzado a precios altos y poco durables.	"Constitución de la Republica" Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas, el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, (...), y otros servicios sociales necesarios. "Ley Orgánica de Defensa del Consumidor". Art. 3. Bienes y servicios de óptima calidad (...), se entenderá por bienes y servicios de óptima calidad aquellos que cumplan con las normas de calidad establecidas por el INEN (...), el bien o servicio deberá cumplir con el objeto para el cual fue fabricado u ofertado.
Empresa	Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, incrementar la participación de la empresa en el mercado.	Clientes Insatisfechos. Existencia de competitividad en el mercado de calzado casual.	Código de Orgánico de la Producción Comercio e Inversión Art. 2 Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.
Clientes Internos	Incrementar la producción.	Bajo nivel de producción. Definición de las funciones inexistentes.	Código de Trabajo Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación, el trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga. Art. 557.- Servicio de colocación. Proporcionar un conocimiento general, uniforme y centralizado de las necesidades de las diversas profesiones e industrias de las características y posibilidades del mercado de trabajo.
Proveedores	Incrementar el nivel de ventas de los materiales e insumos de alta calidad. Lograr lealtad	Calzado de baja calidad a precios altos. Alto nivel de Competitividad	"Ley Orgánica de Defensa del Consumidor". Art. 18 Entrega del Bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Gobierno Nacional	Impulsar la producción nacional. Promover el cambio de la Matriz Productiva.	Incremento del ingreso de productos de otros países. Evasión de Impuestos.	Código de Orgánico de la Producción Comercio e Inversión Art. 5.- Rol del Estado, el Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva
-------------------	--	--	---

Gráfico 2. Matriz de Involucrados
Fuente. Elaboración Propia

1.1.3. Árbol de objetivos

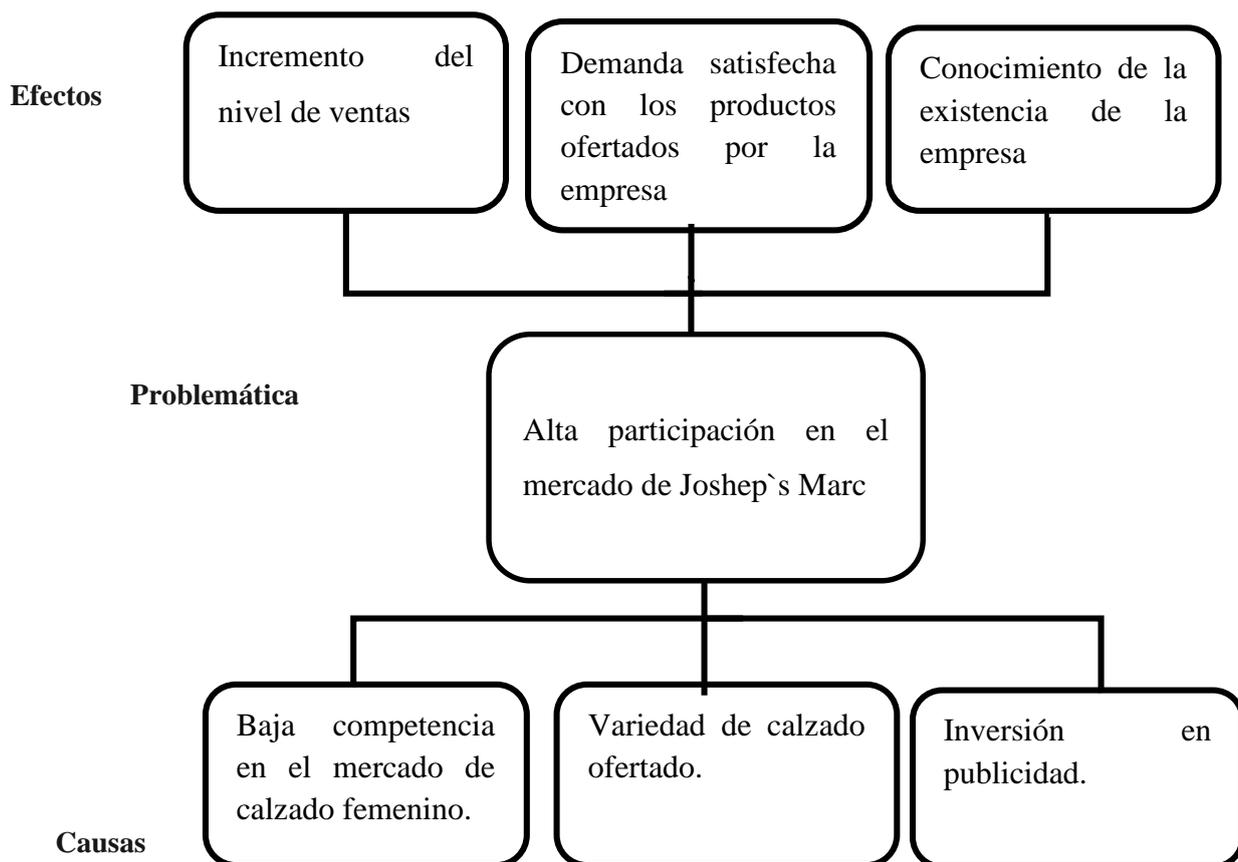


Gráfico 3. Árbol de Objetivos
Fuente: Elaboración Propia

1.1.4. Alternativa de solución

- ✓ Establecer estrategias que permitan ser competitivos en el mercado, mismas que logren que la empresa obtenga participación e incremente el número de clientes.
- ✓ Garantizar que los clientes de Joshep's Marc queden satisfechos con los productos ofertados de tal modo que la empresa tenga alta participación en el mercado, a través del aprovechamiento del mercado potencial.
- ✓ Crear una línea de calzado casual masculino que permita ofertar variedad de calzado logrando una alta participación en el mercado e incrementa los niveles de ventas.

CAPÍTULO II

DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO.

2.1.Nombre del emprendimiento.

Creación de calzado casual masculino mediante la elaboración de proyecto de emprendimiento en el cantón Cevallos provincia de Tungurahua en el periodo enero - junio 2016.

2.2.Localización geográfica

2.2.1. Localización geográfica de la empresa

La empresa de Calzado Joshep`s Marc se encuentra ubicado en el Cantón Cevallos calle González Suarez y 13 de Mayo lugar que es considerado como estratégico debido a que es el punto donde concurren cientos de turistas para adquirir calzado.



Gráfico 4. Mapa
Fuente. (Ubicación Geografica, 2016) GAD Cevallos

2.2.2. Localización Geográfica del Emprendimiento

El proyecto está dirigido a segmento masculino del cantón Cevallos y a los turistas que visitan el cantón, mismos que gustan usar un calzado de calidad que le brinde comodidad además de cuidar la salud de sus pies. Es así que se tomaran los datos obtenidos en el último censo por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

2.3. Justificación.

En el mundo globalizado en el cual nos encontramos el crecimiento de los mercados modernos ha tomado un gran impulso y desarrollo lo que obliga a extremar esfuerzos para alcanzar ventajas competitivas, pues por ello se pretende ofertar calzado casual nuevos e innovadores de excelente calidad a precios competitivo, logrando que el cliente se sienta satisfecho al encontrar calzado elegante cómodo y confortable considerando que son ellos los principales protagonistas que intervienen en la actividad de comercialización, así mismo con el pasar del tiempo las empresas requieren ser más competitivas y ganar participación en el mercado, (Garcia, 2002, pág. 35).

La creación de nuevas líneas de productos dentro de las empresas es un reto pues se debe comprender y satisfacer las preferencias de los cliente, así por ejemplo los caballeros de hoy en día consideran que el calzado es una de las prendas más importantes al momento de vestir, por ello buscan invertir en calzado de calidad y casi siempre no logran un equilibrio entre el estilo y la comodidad, alguno caballeros eligen sacrificar la comodidad tan solo por lucir elegante, a su vez otros optan por adquirir calzado casual que les de comodidad sin importarles el estilo que transmitan, (Olivera, 2015). Así según lo expuesto la creación de calzado casual masculino, permitirá que la empresa Joshep's Marc gane participación en el mercado satisfaciendo las necesidades de los clientes gracias a la oferta de calzado en variedad de modelos y diferentes colores.

El calzado casual generalmente se lo puede lucir con traje a su vez también permite lucir un look más casual o informal, lo cual permita al caballero sentirse seguros, al

mismo tiempo dar un paso cómodo y sobre todo con estilo soportando la postura, (Velandia, 2014).

Por otro lado es importante considerar que la producción del calzado es una actividad que identifica a una gran mayoría de la población del Ecuador, en especial al Cantón Cevallos, ya que artesanos se han dedicado a satisfacer este tipo de necesidades de los consumidores, es así que en el Cantón Cevallos existen pocas empresas dedicadas a la fabricación de calzado para hombre de buena calidad y con excelentes diseños, debido a que se requiere una gran dependencia de mano de obra especializada, conocimiento artesanal y de la adquisición de materias primas de alta calidad, lo que lleva a tener problemas en el momento de la producción, (Zambrano, 2015). Por este motivo se ha visto este problema como una gran oportunidad para partir con la creación de una nueva línea de calzado masculino casual formal, con la tecnología necesaria y con gran capacidad que permita ser proveedores directos de las grandes cadenas de tiendas de distribución y comercialización en dentro de la ciudad y del país.

Al poder ofertar variedad de calzado para dama y caballero tanto calzado deportivo (mujer), escolar y casual que influirán al momento de la compra se garantiza el incremento del volumen de las ventas de Joshep's Marc, lo que conlleva a lograr la estabilidad económica e incrementa la participación en el mercado. Y a su vez contribuye con una de las prioridades del Plan Nacional del Buen Vivir que es incentivar la producción nacional y la productividad, con el propósito de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población, mediante la adquisición de bienes que satisfacen las necesidades de las personas, además se contribuirá con uno de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir que es asegurar la "*soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica*", mismo que trata de generar riqueza y elevar el nivel de vida de la población, (Senplades, 2013 - 2017). Así mismo el sector de confección y tratamiento de los productos de cuero y calzado es el sector priorizado por el Gobierno impulsando el cambio de la Matriz Productiva, promoviendo su crecimiento, (MIPRO, 2015).

El presente proyecto de emprendimiento tendrá un gran impacto a nivel educativo ya

que se aplicará todos los conocimientos y técnicas adquiridos a lo largo de la carrera, permitiendo así llegar a los objetivos planteados, los mismos que se reflejan en lograr que la empresa Joshep's Marc ejecutando dicho proyecto de inversión para incrementar la participación e ingresos garantizando la estabilidad y rentabilidad de la empresa en el mercado con la crear calzado casual masculino.

2.4.Objetivos.

2.4.1. Objetivo General

- ✓ Estudiar la factibilidad de la creación de calzado casual masculino mediante la elaboración de un proyecto de emprendimiento en la Empresa Joshep`s Marc en el cantón Cevallos.

2.4.2. Objetivo Específicos

- ✓ Desarrollar un Estudio de mercado para demostrar la factibilidad de mercado mediante la creación de calzado casual masculino en la Empresa Joshep`s Marc en el cantón Cevallos.
- ✓ Elaborar la factibilidad técnica para la creación de calzado casual masculino en la Empresa Joshep`s Marc en el cantón Cevallos.
- ✓ Demostrar la factibilidad económica y financiera mediante la creación de calzado casual masculino en la Empresa Joshep`s Marc en el cantón Cevallos.

2.5. Beneficiarios.

Los beneficiarios de ampliar el negocio con la creación de calzado casual serán; principalmente la Joshep's Marc pues se lograra posicionar en el mercado, e incrementar su participación, así como también el gerente, los clientes internos, los clientes externos y los proveedores.

El gerente propietario de Joshep's Marc será uno de los principales beneficiados debido a que se pretende incrementar considerable en el volumen de ventas,

garantizado la estabilidad económica, al satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes que gusta vestir elegante.

Los clientes internos serán también otro de los beneficiados pues tendrán un incremento en la producción lo cual asegura la estabilidad laboral. A la vez otro de los beneficiados es el cliente externo (14359 hombres) pues encontrara calzado que satisfagan sus necesidades al mismo tiempo obtendrán comodidad elegancia y confort, precios competitivos considerando que un cliente satisfecho se convierte como un activo para la empresa pues volverá adquirir los productos, así como también dará una buena opinión de la empresa a futuros clientes.

Finalmente otro de los grupos beneficiados son los proveedores pues a mayor producción, mayores serán los requerimientos de materia prima e insumos de calidad, lo cual genera un incremento en sus ventas.

2.6.Resultados a alcanzar.

Considerando que el emprendimiento es parte importante en la economía, el presente proyecto pretende mejorar la calidad de vida garantizando seguridad en el trabajo con lo cual se generaría bienestar de las personas que están involucradas, ofertando calzado de calidad de tal manera que contribuya con el cumplimiento de uno de los derecho que establece la Constitución, que es el derecho de vestir, así como también se generara fuentes de trabajo tanto directos como indirectos pues para la fabricación del calzado se requiere de mano de obra calificada así como también de insumos necesarios para elaborar un producto de calidad. Se pretende entonces garantizar la estabilidad laboral del personal del área de (corte, aparado, montaje, terminado), del mismo modo se requerirá de proveedores que abastezcan de la materia prima e insumos de calidad. Al mismo tiempo se pretende alcanzar los siguientes resultados:

- Mediante la aplicación del estudio de mercado se establecerá la demanda, oferta, canales de distribución así como también las estrategias de marketing a aplicarse con el propósito de obtener éxito en el desarrollo del proyecto.
- A través del estudio técnico se conocerá el tamaño, así como la ingeniería básica del proyecto.

- Finalmente otro de los resultados a alcanzar mediante la factibilidad económica y financiera es conocer mediante la aplicación de indicadores tales como TIR, VAN, PRI, así como los indicadores financieros de liquidez, endeudamiento, rentabilidad, la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la cantidad de personas que adquirirán y las que no requieren el producto que se pretende elaborar, así como el precio que están dispuestos a pagar, y en si todas las características del mercado, (Sanchez C. , 2014).

3.1. OBJETIVOS

3.1.1. *Objetivo General*

Realizar un estudio de mercado para determinar el grado de factibilidad de la creación de calzado casual en la empresa Joshep`s Marc.

3.1.2. *Objetivos Específicos*

- ✓ Determinar la oferta y la demanda para la creación de calzado casual en la empresa Joshep`s Marc.
- ✓ Establecer los canales de distribución para la comercialización del calzado casual en la empresa Joshep`s Marc.
- ✓ Determinar el precio con el cual será comercializado el calzado casual de la empresa Joshep`s Marc.

3.2. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO, CARACTERÍSTICAS Y USOS

El producto es considerado como un "*conjunto de atributos físicos y psicológicos*" que están orientados a satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores, es decir son aquellos ofertados en el mercado para su adquisición uso o consumo, (Perez, 2013, pág. 138).

Calzado es considera como una prenda de vestir pues es quien protege al pie contra las

irregularidades del terreno, frío, suciedad, golpes y de las posibles lastimaduras, asimismo embellece y da estilo a quien lo viste, cabe mencionar que es impórtate utilizar un calzado cómodo que se amolde al pie de quien lo utilice da salud a nuestros pies, (Ecured, 2014).

La nueva línea de calzado que se pretende crear es una línea de calzado casual que se lo realizan con la finalidad de brindar total satisfacción a los clientes de calzado Joshep`s Marc, pues es importante considerar que dicho calzado es de usos diario, no son tan formales, son ideales cuando no se viste traje pues son elegantes se los puede usar con jeans pudiendo escogerlos con condones, casuales o hebillas, también se le denomina zapato informal mismo que deberá dar una imagen atractiva con estilo y comodidad.

Características



Mástil evita la sudoración del pie dando una sensación de frescura.



Calzado 100% de cuero plena flor elaborado del ganado vacuno, donde el cuero no ha perdido su esencia garantiza suavidad, transpirable haciendo que el calzado sea mucho más comfortable.



Suela antideslizante TR Thermoplastic Rubber Caucho
Termoplástico es un caucho con propiedades termoplásticas, considerado que es un elemento indispensable para evitar caídas, quien lo use sentirá seguridad.

Atributos

Joshep`s Marc propone consentir a sus clientes de segmento masculino, con calzado que brinde seguridad por la calidad del producto, dejando de ser una preocupación lo que traen puesto. El calzado presentara los siguientes atributos:

- Fabricados 100% de cuero
- Elegantes
- Resistente
- Suavidad

Usos

El calzado casual será diseñado para satisfacer una de las necesidades básicas de vestir, es decir proteger el pie, será una buena opción para todos aquellos caballeros que quieren dejar la formalidad por algo mucho más cómodo, además se podrá realizar actividades cotidianas, de oficina y en si para toda ocasión pues brinda comodidad al pie de quien lo use convirtiéndose en el complemento ideal para pantalones causales, jeans, camisas, camisetas, entre otras combinaciones.

Gráfico 5. Calzado Casual



Fuente: Elaboración Propia

3.2.1. Segmentos de Mercados

Segmentación de mercado es el un proceso mediante el cual permite "*subdividir el mercado en una serie de grupos de compradores homogéneos entre sí*", con el propósito de satisfacer las necesidades similares de manera efectiva, (Perez, 2013, pág. 101). La información para el presente proyecto se obtiene de fuentes secundarias. Según datos obtenidos en el INEC del censo realizado en el año 2010.

Criterios o Variables de Segmentación

Geográfica es la variable encargada de dividir al mercado en unidades geográficas es decir de acuerdo a la región, localidades, etc. *Demográfica* dicha variable es la más utilizada pues es quien divide de acuerdo a la edad, sexo, ocupación, estado civil, ingresos, etc. variable *psicográficas* encargada de dividir en base a la clase social, estilo de vida. *Conductiva* básicamente divide en base al comportamiento del producto es decir en base a los objetivos de compra, modo de uso, actitud, (Perez, 2013, pág. 102).

El mercado meta al cual va dirigido el presente proyecto está conformado por los clientes del cantón Cevallos los mismo que se consideran a los habitantes del cantona

si como a los turista que constantemente visitan el cantón para adquirir los diferentes productos que se ofertan.

Cuadro 1. Segmentación

VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	VARIABLE	DATOS	FUENTE AÑO
Geografía	Población de Tungurahua	504.583	INEC/2010 INFORME PROVINCIA TUNGURAHUA
Geografía	Población de Cevallos	8163	INEC/2010 INFORME PROVINCIA TUNGURAHUA
Demográfico	PEA	4580(56.1%)	INEC/2010 INFORME PROVINCIA TUNGURAHUA
Demográfico	Hombres	2258(49.3%)	INEC/2010 INFORME PROVINCIA TUNGURAHUA
Demográfico	Edad 25 a 50 años	1879(83.2%)	INEC/2010 INFORME PROVINCIA TUNGURAHUA

Fuente: Elaboración Propia (INEC, 2010)

Tabla 1. Mercado Meta

TABLA RESUMEN		
Población	1879	2010
Turista	12480	2016
TOTAL	14359	

Fuente: Elaboración Propia (INEC, 2010)/GAD de Cevallos

Se obtiene como mercado meta para la creación de calzado casual masculino en la empresa Joshep`s Marc es de 1879 hombres del cantón Cevallos, proyectando para el año 2016 según la tasa de crecimiento 1.50% se obtiene que el mercado meta es 2054 hombres. Además para el presente proyecto también se considera como mercado meta a los turistas que constantemente visitan el cantón así tenemos que según datos del departamento de turismo del GAD municipal del Cantón Cevallos en promedio anual

se obtiene a 19200 turistas nacionales que acuden al cantón de los cuales un 65% (12480) son hombres comprendidos en la edad de 25 a 50 años.

Tasa de Crecimiento

TCP = tasa de natalidad – tasa de mortalidad

TCP = 1.50%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Tabla 2. Proyección Mercado Meta

MERCADO META			
Año	<i>Población</i> 2010	<i>TCP</i>	<i>Turistas</i> 2016
2010	1879	1,50%	
2011	1907	1,50%	
2012	1936	1,50%	
2013	1965	1,50%	
2014	1994	1,50%	
2015	2024	1,50%	
2016	2054	1,50%	12480
TOTAL	14534		

Fuente: Elaboración Propia

El Mercado Meta que se obtuvo para el presente proyecto es de 14534 personas.

3.2.2. Investigación De Mercado

Investigación de mercado es aquella que proporciona "*información que ayuda a la toma de decisiones de carácter comercial*" es decir que permite "*determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto*", (Urbina, 2010, pág. 13). Es decir es la "*obtención, interpretación y comunicación*" de la información encaminada a la toma de decisiones, (Stanton, Fundamentos de Marketing, 2000, pág. 83).

3.2.2.1. Fuentes de Información

Las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias, entendiéndose por fuentes primarias toda información procedente del propio consumidor o usuario, para lo cual se puede utilizar un cuestionario mismo que permite conocer las preferencias de los clientes. En cuanto se refiere a la información secundaria es aquella que se encarga de recopilar información escrita que ya existe del tema en estudio pudiendo ser libros, revistas, estudios ya realizados, entre otros, (Baca Urbina, 2010, págs. 17-25). Para realizar la investigación de mercado se utilizara fuentes de información primaria.

3.2.2.2. Técnicas de Recopilación de Datos

La técnica que se aplicara en el presente proyecto para la recopilación de información es la encuesta considerada como fuente de información primaria.

3.2.2.3. Población y Muestra Proyectada

Muestra es la selección de una parte o un subconjunto de la población con las mismas características. Para el cálculo del emprendimiento se lo realiza a través del método probabilístico de una población finita pues se tiene una cantidad limitada de elementos.

Tasa de Crecimiento

TCP = tasa de natalidad – tasa de mortalidad

TCP = 1.50%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Tabla 3. Mercado Meta

AÑO	MUESTRA
2016	14534

Fuente: Elaboración Propia

✓ *Formula de la muestra*

Para el cálculo de la muestra del presente proyecto se aplica la fórmula de la población finita, con datos proyectados de la segmentación.

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

N: tamaño de la muestra

Z: nivel de confianza 1.96

P: probabilidad a favor 50%

Q: probabilidad en contra 50%

N: población de universo

E: nivel de error 5%

✓ *Cálculo de la muestra*

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)(14534)}{1.96^2(0.50)(0.50) + (14534)0.05^2}$$

$$n = \frac{13958}{37.30}$$

$$n = 374$$

Para el presente proyecto se obtuvo una población de 14534 personas, de las cuales a 374 personas se las consideran como la muestra a quienes se les correrá la encuesta.

3.2.2.4. Encuesta

Ver anexo N° 5

3.2.2.5. Análisis de Resultados

1) *Adquisición de calzado casual*

Tabla 4. Adquisición de calzado

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Si	198	7694	52,94
No	176	6840	47,06
TOTAL	374	14534	100,00

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 6. Adquisición de Calzado

ADQUISICIÓN DE CALZADO CASUAL



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto el 53% que corresponde a 7694 personas han adquirido calzado casual, mientras que el 47% que representa a 6840 personas no han adquirido calzado casual. Se puede concluir que la mayoría de las personas encuestadas han adquirido calzado casual.

2) *Material del calzado adquirido*

Tabla 5. Tipo de material para la elaboración de calzado

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Cuero	143	5557	38
Sintético	186	7228	50
Plástico	45	1749	12
TOTAL	374	14534	100,00

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 7. Tipo de material para la elaboración de calzado



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto el 50% que representa a 7228 personas indican que el material con el cual fue elaborado el calzado que adquirieron fue sintético, mientras que un 38% que representa a 5557 personas señala que el material fue cuero y tan solo un 12% que representa a 1749 personas dice que fue elaborado de plástico. Entonces se puede concluir que el material con el que fue elaborado el calzado que adquirieron fue de sintético.

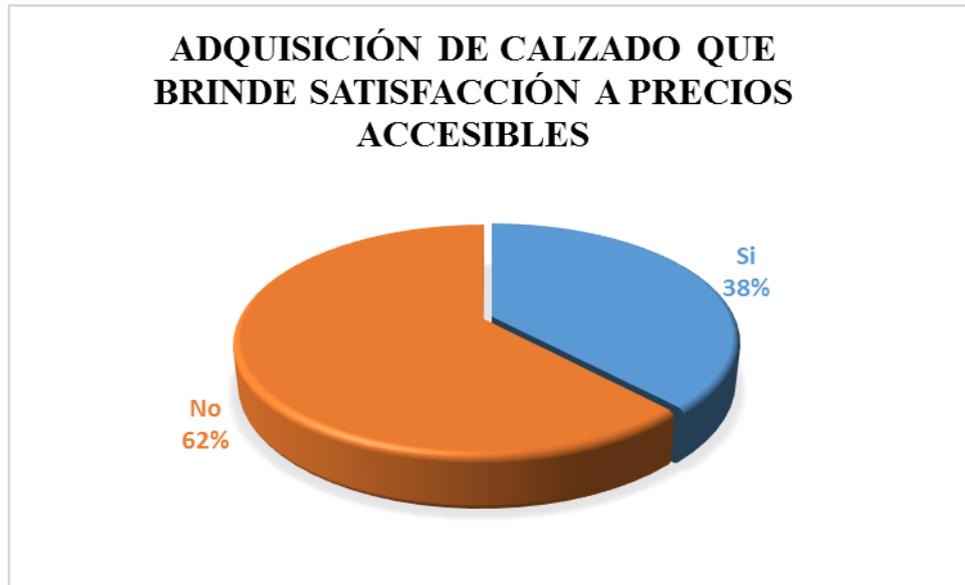
3) Adquisición de calzado que haya brindado satisfacción a precios accesibles

Tabla 6. Calzado que le brinde total satisfacción a precios accesibles

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Si	142	5518	38
No	232	9016	62
TOTAL	374	14534	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 8. Calzado que le brinde total satisfacción a precios accesibles



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, el 62% que representa 9016 personas indican que no han logrado adquirir calzado de cuero que brinde total satisfacción a sus pies a precios accesibles, por su parte el 38% que representa 5518 personas dicen que si han adquirido calzado que les brinden satisfacción a precios no tan accesibles. Se puede concluir que las personas no ha adquirido calzado que les dé total satisfacción a precios accesibles.

4) Adquisición de calzado casual 100% de Cuero que brinde comodidad

Tabla 7. Calzado casual 100% de cuero que le brinde comodidad

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Si	328	12746	88
No	46	1788	12
TOTAL	374	14534	100,00

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 9. Calzado casual 100% de cuero que le brinde comodidad



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, el 88% que representa a 12746 personas indican que si les gustaría adquirir calzado casual 100% cuero que les brinden comodidad, y tan solo un 12% es decir 1788 personas dicen que no adquirirían calzado casual 100% cuero. Se puede concluir entonces que la mayoría de las personas les gustaría adquirir calzado 100% que a su vez les de comodidad.

5) Cantidad de calzado casual anual

Tabla 8. Pares de calzado casual adquirido

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
De 1 a 3	352	13679	94
De 4 a 6	17	661	5
Más de 7	5	194	1
TOTAL	374	14534	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 10. Pares de calzado casual adquirido



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, el 94% indican que anualmente adquieren de 1 a 3 pares de calzado, es decir 13679 personas, mientras que un 5% dice que adquirirían de 4 a 6 pares que representan 661, y un 1% que representa a 194 personas adquirirían más de 7 pares. Entonces se puede concluir que la mayoría de las personas encuestadas adquirirán de 1 a 3 pares de calzado al año.

6) Características a considerar al adquirir calzado casual

Tabla 9. Principales características influyen al momento de adquirir calzado casual

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Calidad	129	5013	35
Precio	50	1943	13
Confort	89	3459	24
Diseño	102	3964	27
Otros	4	155	1
TOTAL	374	14534	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 11. Principales características influyen al momento de adquirir calzado casual



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, 35% que representa a 5013 personas encuestadas dicen que el factor más importante al adquirir calzado es la calidad del producto, a su vez el 27% es decir 3964 personas indican en el factor que influye es el diseños del calzado, mientras que el 24% que representa a 3459 personas señalan que el confort es uno de los factores más importantes, por su parte el 13% indica que el factor importante que consideran es el precio, y tan solo el 1% que representa a 155 personas comentan que la flexibilidad sería otro de los factores importantes. Finalmente se puede concluir que los consumidores prefieren un producto sea de calidad.

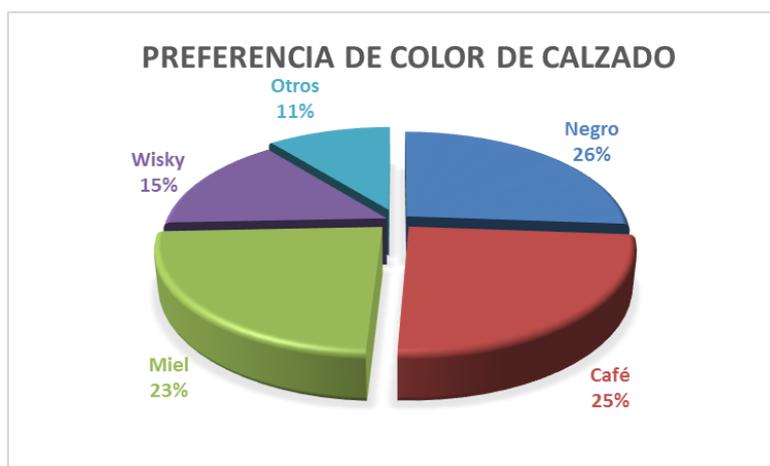
7) Preferencia de color para el calzado casual

Tabla 10. Preferencia de Calzado Casual

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Negro	98	3808	26
Café	92	3575	25
Miel	88	3420	24
Wisky	56	2176	15
Otros	40	1554	11
TOTAL	374	14534	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 12. Preferencia de Color de Calzado Casual



Fuente: Elaboración Propia

Análisis

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, 26% que representa a 3808 personas encuestadas dicen que prefieren que el calzado sea de color negro, a su vez el 26% es decir 3575 personas indican que prefieren calzado de color café, mientras que el 24% que representa a 3420 personas adquirirían calzado de color miel, el 15% que representa a 2176 personas encuestas gustan del color wisky y el 11% que representa a 1554 personas comentan que preferirían otros colores tales como azul, beis. Finalmente se puede concluir que los consumidores prefieren un producto sea de color negro y café pues argumentan que son colores fáciles de combinar.

8) Capacidad de pago por cada par del calzado

Tabla 11. Valor a pagar al adquirir un par de calzado casual

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Menos de \$21	88	3420	24
Entre \$22 y \$31	124	4819	33
Entre \$32 y \$41	85	3303	23
Entre \$42 y \$51	69	2681	18
Más de \$52	8	311	2
TOTAL	374	14534	100,00

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 13. Valor a pagar al adquirir un par de calzado casual



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, el 33% que representa a 4839 personas estarían dispuestas a pagar entre \$22 a \$31 por cada par de calzado, por su parte el 24% que representa a 3420 personas pagarían menos de \$21, el 23% que representa a 3420 personas pagarían entre \$32 y \$41, el 18% que representan 2681 personas pagarían entre \$42 y \$51, y el 2% que representa a 311 personas pagarían por cada par de calzado más de \$52. Se puede concluir que la mayoría de las personas encuestadas están en la capacidad de pagar entre \$22 y \$31.

9) Lugar de exhibición para la venta de calzado casual

Tabla 12. Lugar donde adquiere calzado

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Centro Comercial	114	4430	30
Almacén	157	6101	42
Ferias	103	4003	28
TOTAL	374	14534	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 14. Lugar donde adquiere calzado



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, el 42% que representa a 6101 personas les gustaría adquirir el calzado en un almacén, mientras que el 30% es decir 4430 personas les gustaría que el calzado este exhibido en centros comerciales, y finalmente el 28% que representa a 4003 personas sugieres que se los promociione en ferias. Se puede concluir entonces que la mayoría de las personas encuestas prefieren adquirir calzado en un almacén.

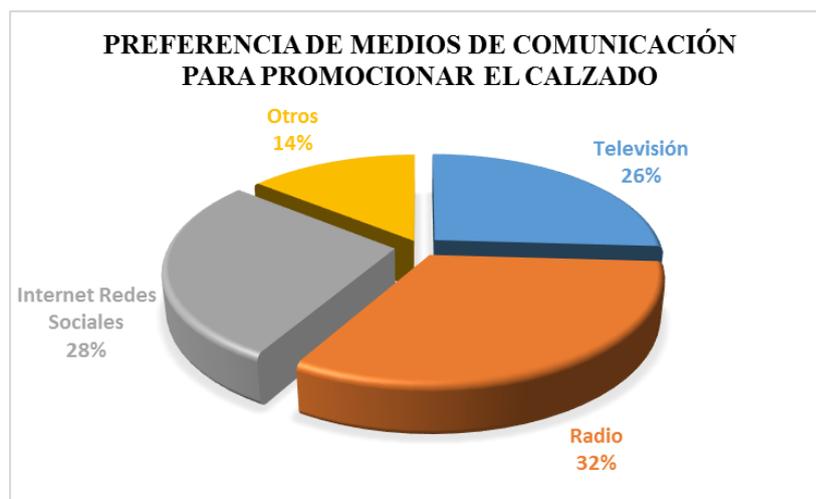
10) Preferencia de medios de comunicación para promocionar el calzado

Tabla 13. Medios de comunicación para oferta el calzado casual

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Televisión	97	3770	26
Radio	121	4702	32
Internet Redes Sociales	103	4003	28
Otros	53	2060	14
TOTAL	374	14534	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 15. Medios de comunicación para oferta el calzado casual



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, el 32% que representa 4702 personas indican que les gustaría que se promocióne la existencia del calzado mediante la radio, mientras que el 28% que representa 4003 personas prefieren que se promocióne en el internet (redes sociales), a su vez el 26% que representa a 3770 personas dicen que se lo debería promocióonar a través de la televisión, y el 14% que representa a 2060 personas recomiendan que se promocióne mediante vallas publicitarias, volantes entre otros. Entonces se puede concluir que a la mayoría de las personas encuestas prefieren que se dé a conocer la existencia del producto mediante la radio.

11) Empaque para la comercialización del calzado

Tabla 14. Tipo de empaque

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Fundas Personalizadas	144	5596	39
Cajas de Cartón	135	5246	36
Bolso de uso diario	95	3692	25
TOTAL	374	14534	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 16. Tipo de empaque



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, el 39% que representa a 5596 personas indican que el empaque ideal para ser entregado el calzado serían las fundas personalizadas, por su parte el 36% que representa 5246 personas señalan que el mejor empaque sería las cajas de cartón, y el 25% que representan a 3692 personas dicen que los bolsos de uso diarios sería los mejores empaques. Se puede concluir que la mayoría de las personas encuestadas comentan que el mejor empaque serían las fundas personalizadas.

12) Obsequios

Tabla 15. Obsequios

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Obsequios	106	4119	28
Descuentos	167	6490	45
Facilidades de Pago	101	3925	27
TOTAL	374	14534	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 17. Obsequios



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, el 45% que representa a 6490 personas indican que les gustaría recibir descuentos por las compras, el 28% que representa a 4119 personas les gustaría recibir obsequios y el 27% restante que representa a 3925 personas le gustaría recibir facilidad de pago. En conclusión la mayoría de las personas encuestadas les gustaría recibir descuentos por sus compras.

13) Marcas que ofertan calzado casual 100% de cuero

Tabla 16. Otras marcas que oferte calzado casual 100% de cuero

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Si	215	8355	57
No	159	6179	43
TOTAL	374	14534	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 18. Otras marcas que oferte calzado casual 100% de cuero



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

De los 14534 que es el 100% del mercado objetivo del proyecto, el 57% que representa a 8355 personas indican que han adquirido calzado que sea 100% cuero, y el 43% que representa a 6179 personas si han adquirido calzado casual 100% cuero. En conclusión la mayoría de las personas encuestadas indican que han adquirido calzado 100% cuero.

3.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA

3.3.1. Concepto

Según (Kotler, Fundamentos de Marketing, 2013), "*la demanda representa a la cantidad de un producto que las personas están dispuestos a adquirir a los posibles precios del mercado*". Mientras que para (Rojas, 2013), la demanda es la "*cantidad de productos vendidos o estimados para la venta en un determinado mercado y periodo*".

Entonces la demanda es el valor total que representa la intención de compra de una determinada población, es decir es lo que los consumidores desean adquirir convirtiendo a la demanda en una intención y la compra es la acción, (Assets, 2013).

3.3.2. Cálculo de la Demanda en Personas con Aceptación al Producto

Para el cálculo de la demanda se determina en base al número de personas que comprarían el producto, para lo cual se toma como base a los datos obtenidos en la pregunta 4 de la encuesta, que es la siguiente pregunta *¿Le gustaría adquirir calzado casual 100% de cuero que le brinde comodidad a sus pies?.* Se considera como demanda a 12746 hombres que estarían dispuestos a adquirir calzado casual en la empresa Joshep`s las mismas que representan el 88% de la población.

Tabla 17. Demanda de Personas

AÑO	DEMANDA DE PERSONAS	TCP
2016	12746	1,50%
2017	12938	1,50%
2018	13132	1,50%
2019	13329	1,50%
2020	13529	1,50%
2021	13731	1,50%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 19. Demanda en Personas



Fuente: Elaboración Propia

3.3.3. *Calculo de la Demanda del Producto*

Para la demanda del producto se consideran los resultados obtenidos en la pregunta número 5 de la encuesta, la cual dice *¿Anualmente cuantos pares de calzado casual adquiere usted?.* En la cual la mayoría de los encuestados dicen que adquieren 2 pares de calzado casual al año. A continuación se realiza el cálculo, considerando la demanda de personas:

Tabla 18. Demanda de Producto

Demanda de Personas	Porcentaje	Alternativas	Proporcionalidad	Años	Total
12746	94%	De 1 a 3	11982	2	23963
	5%	De 4 a 6	637	5	3187
	1%	Más de 7	127	7	892
TOTAL					28042

Fuente: Elaboración Propia

Luego de realiza el cálculo en base a datos obtenidos en la encuesta se determina que la demanda en personas del calzado casual es de 28042 pares anuales.

Demanda Proyectada

Para el cálculo de la demanda proyectada se lo realiza a través de la tasa de crecimiento. Se obtiene la siguiente información.

Tabla 19. Demanda Proyectada

AÑO	DEMANDA DEL PRODUCTO	TCP
2016	28042	1.50%
2017	28463	421
2018	28890	427
2019	29323	433
2020	29763	440
2021	30209	446

Fuente: Elaboración Propia

3.3.4. Gráfico

Gráfico 20 Demanda de Producto



Fuente: Elaboración Propia

3.3.5. Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos se puede concluir que la demanda de calzado casual para el año 2016 es de 21812 pares de calzado, mientras que para el año 2017 será de 23341 pares de calzado, así para el año 2018 de 24870 pares de calzado, para el año 2019 de 26400 pares de calzado, y para el año 2020 será de 27929 pares de calzado, finalmente para el año 2021 tendremos una demanda de 29458 pares de calzado.

3.4. ESTUDIO DE LA OFERTA

3.4.1. Concepto

La oferta es la "*cantidad de productos o servicio que los empresarios están dispuestos a producir a un determinado precio*", (Kotler, Fundamentos de Marketing, 2013, pág. 148). Para (Graue, 2014), la oferta expresa "*la cantidad de bienes y servicios que un determinado grupo de oferentes están dispuestas a ofrecer en el mercado*". Oferta es la cantidad de bienes que un vendedor o productor quiere y puede vender, oferta es tener la intención y vender es hacerlo realidad.

3.4.2. Cálculo de la oferta

Para el cálculo de la oferta para la nueva línea de calzado de Joshep`s se calcula en base a datos obtenidos por los productores de dicho cantón, en el siguiente cuadro se presenta la producción promedio de los últimos cinco años del cantón en lo referente a calzado casual, la misma que se considera como oferta histórica.

Tabla 20. Producción Histórica

PRODUCCION DE CALZADO CASUAL		
AÑO	TOTAL PARES	PARES PROMEDIO
2011	40072	5009
2012	40288	5036
2013	45448	5681
2014	52728	6591
2015	48568	6071
TOTAL	227104	28388

Fuente: Elaboración Propia

Para realizar el cálculo de la oferta se lo realiza mediante el método de mínimos cuadrados con los siguientes datos:

Tabla 21 Método Mínimos Cuadrados Oferta

AÑOS	X	Y	XY	X2
2011	1	5009	5009	1
2012	2	5036	10072	4
2013	3	5681	17043	9
2014	4	6591	26364	16
2015	5	6071	30355	25
TOTAL	15	28388	88843	55

Fuente: Elaboración Propia

Formula

$$Y = a + bx$$

$$a: \Sigma y = na + b\Sigma x$$

$$b: \Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2$$

$$b: \Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2$$

n: 5

Σx : 15

Σx^2 : 55

Σy : 28388

Σxy : 88843

$$a: 28388 = 5(a) + b(15) \quad (-3)$$

$$b: 88843 = a(15) + b(55)$$

$$3679 = 0 + 10b$$

$$\mathbf{b = 367.90}$$

$$a: \mathbf{28388} = 5(a) + b(15)$$

$$a: \mathbf{28388} = 5(a) + 367.9(15)$$

$$a = \frac{367.9(15) - 28388}{5}$$

$$\mathbf{a: 4573.9}$$

$$Y = a + bx$$

$$Y = 4573.9 + 367.9(6)$$

$$Y = 6781$$

Tabla 22. Oferta de Productos

AÑOS	X	A	B	PROYECCION
2016	6	4573,90	367,90	6781

Fuente: Elaboración Propia

A través de la aplicación de método estadístico mínimos cuadrados se establece que la oferta para el año 2016 será de 6781 pares de calzado.

3.4.3. Oferta Proyectada

Para el cálculo de la oferta proyectada se aplica el método estadístico mínimos cuadrados, con datos históricos del mercado donde se obtiene la producción de calzado en el cantón.

Tabla 23 Oferta Proyectada

AÑOS	X	A	B	PROYECCION
2016	6	4573,90	367,90	6781
2017	7	4573,90	367,90	7149
2018	8	4573,90	367,90	7517
2019	9	4573,90	367,90	7885
2020	10	4573,90	367,90	8253
2021	11	4573,90	367,90	8621
TOTAL	51	27443	2207	46206

Fuente: Elaboración Propia

3.4.4. Grafico

Gráfico 21. Oferta de Producto



Fuente: Elaboración Propia

3.4.5. Análisis

Según los datos obtenidos podemos establecer que la oferta o demanda negativa de calzado casual para el año 2016 es de 6781 pares de calzado, así mismo para el año

2017 será de 7149 pares de calzado, mientras que para el año 2018 será de 7517 pares de calzado, para el año 2019 será de 7885 personas, tanto para el año 2020 será de 8253, y finalmente 8621 pares de calzado casual serán ofertados en el año 2021.

3.5.MERCADO POTENCIAL PARA EL PROYECTO

Se refiere a la *cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma*, es el porcentaje de mercado que aún no está totalmente cubierto, cuyo valor se determina luego de obtener la demanda y la oferta pues la diferencia que existente se la considera como la demanda potencial insatisfecha, (*Baca Urbina, 2010*).

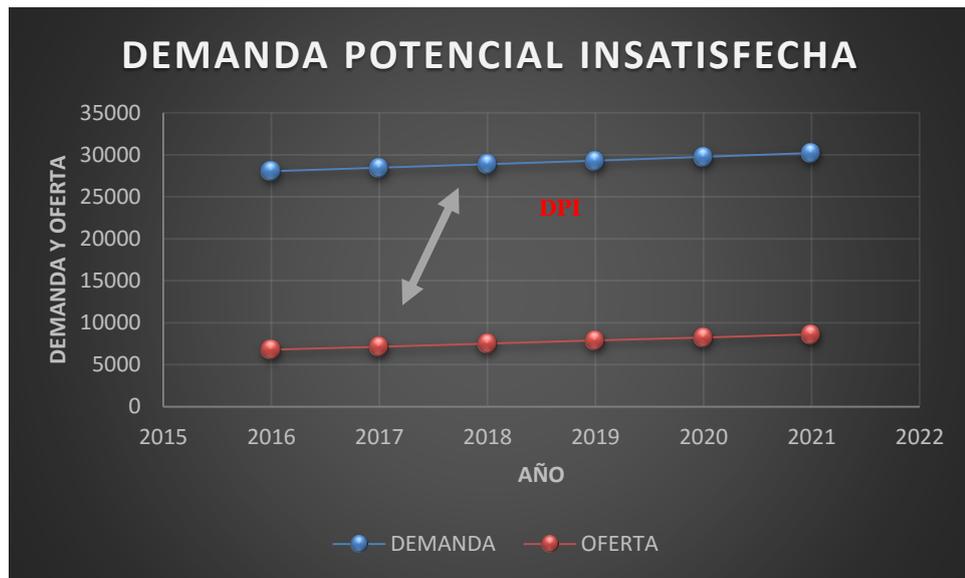
Luego de haber proyectado la demanda de los consumidores y oferta de los productores se establece a la diferencia entre las dos variables como la demanda potencial insatisfecha, misma que ayuda a determinar los límites máximos de acuerdo a las dimensiones de la planta, (*Rosales, 2007, pág. 95*).

Tabla 24. DPI

AÑO	DEMANDA DE PRODUCTO	OFERTA DEL PRODUCTO	DPI
2016	28042	6781	21261
2017	28463	7149	21314
2018	28890	7517	21373
2019	29323	7885	21438
2020	29763	8253	21510
2021	30209	8621	21588

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 22. DPI



Fuente: Elaboración Propia

Análisis

Luego de realizar el análisis tanto de la demanda como la oferta se obtiene que para el año 2016 la demanda potencial insatisfecha es de 21261 pares, mientras que para el año 2017 es de 21314 pares, para el año 2018 es de 21373, año 2019 es de 21438, así como para el año 2020 es de 21510 pares y finalmente para el año 2021 es de 21588 pares. Por lo que se puede confirmar que existe una posibilidad alta de cubrir determinadas partes del mercado de calzado casual, considerando la capacidad instalada que actualmente tiene la empresa.

3.6.PRECIOS

3.6.1. Concepto

Precio es la "cantidad de dinero necesario para adquirir en intercambio un bien o servicio para satisfacer una necesidad o deseo", (Kotler, Fundamentos de Marketing, 2013, pág. 140). Mientras que para (Rojas, 2013, pág. 257), "es la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un determinado producto o servicio". Precio entonces se lo puede definir como la cantidad de dinero que se paga por un producto o servicio, siendo este un factor relevante que determina la demanda que el mercado requiera del producto.

3.6.2. Cálculo del Precio 2016

El precio que se establece en base a los resultados obtenidos en la pregunta 7 de la encuesta, *¿Qué valor estaría dispuesto a pagar al adquirir un par de calzado casual?*, en la cual los clientes determinan el siguiente precio promedio:

Tabla 25. Precio del Calzado Casual

RESPUESTA	FRECUENCIA A MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Menos de \$21	88	3420	24
Entre \$22 y \$31	124	4819	33
Entre \$32 y \$41	85	3303	23
Entre \$42 y \$51	69	2681	18
Más de \$52	8	311	2
TOTAL	374	14534	100

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26. Precio

AÑO	PRECIO POR CADA PAR
2016	\$26.50

Fuente: Elaboración Propia

Con el propósito de respaldar el precio que los clientes están dispuestos a pagar según los datos obtenidos en la encuesta y se realiza la hoja de costos considerando que es una empresa de producción en la cual se calcula los insumos, materia prima, entre otros recursos necesarios para la elaboración de calzado, obteniendo el costo de producción y la utilidad.

Determinación del precio mediante hoja de cálculo

Cuadro 2. Hoja de Costos

 HOJA DE COSTOS					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	N. PARES	COSTO UNITARIO
Materia Prima Directa					
			-	-	-
Cuero Plena Flor	Pies	2,5	1,6	1	4
Plantas TR	Par	1	3,5	1	3,5
Forro Mástil	Pies	1,5	1,2	1	1,2
Materia Prima Indirecta					
			-	-	-
Hilos costura	Unidades	1	10,45	180	0,06
Hilo de Trama	Unidades	1	4,4	180	0,02
Pega Amarilla Mas	Litros	1	2,28	12	0,19
Pega Blanca kisafix	Litros	1	3,88	24	0,16
Vulcanizador Prof 120	Unidades	1	3,74	168	0,02
Alcohol Industrial	Litros	1	2	120	0,02
Plantillas de Cartón	Unidades	1	2,77	30	0,09
Puntera T-65 ORT	Unidades	1	2,25	24	0,09
Punteras T-65 TEX	Unidades	1	2,42	24	0,10
Plantillas mástil	Pies	1	0,8	2	0,40
Cambrela Cruz de 100gr	Metros	1	0,8	24	0,03
Etiquetas ADH	Par	1	0,56	1	0,56
Hebillas	Par	12	2,5	12	0,21
Cordones	Par	12	0,8	12	0,07
Cajas Zapato Hombre un Cue	Unidades	1	0,5	1	0,50
Caja de Grande	Unidades	1	3,64	36	0,10
España	Metros	1	2	30	0,07
Elástico Colombiano 6cm	Metros	1,5	1,5	12	0,13
Mano de Obra Directa					
			-	-	-
Cortador	Persona	1	3,6	12	0,30
Aparador	Persona	1	15	12	1,25
Armador	Persona	2	12	12	1,00
Plantador	Persona	1	12	12	1,00
Remate	Persona	1	3	12	0,25
Beneficios Sociales	Persona	6	107,8	496	0,22
Diseñador	Persona	1	20	496	0,04
Mano de Obra Indirecta					
			-	-	-
Gerente	Persona	1	83	496	0,17
Secretaria	Persona	1	73,2	496	0,15
Jefe de Producción	Persona	1	74,912	496	0,15
Vendedor	Persona	1	81,414	496	0,16
Contadora	Persona	1	20	496	0,04
Beneficios Sociales	-	4	132,81	496	0,27
Costos Indirectos					
			-	-	-
Grapas	Caja	1	2,5	180	0,01
Activador I-333	Galón	1	19,25	168	0,11
Lija Fina	Metros	1	4,5	480	0,01
Brochas cedas Finas	Unidades	2	5	480	0,01
Cuchilla de Metal con Plástico	Unidades	3	7,5	1195	0,01
Repuestos Cuchilla Punta	Unidades	1	1	10	0,10
Hormas Plásticas	Unidades	1	17,5	496	0,04
Servicios Básico	-	4	56	496	0,11
Herramientas (Piza, Martillo)	Unidades	3	25	1195	0,02
Mina	Unidades	8	16	1793	0,01
Publicidad					
			-	-	-
Publicidad radio bandida	Meses	3	1344	5953	0,23
Obsequio (esferos corporativ)	Unidades	1	0,56	1	0,56
Depreciaciones					
			-	-	-
Depreciación Maquinaria	Unidades	5	47,25	496	0,10
Depreciación Equipo de Cóm	Unidades	3	5,53	496	0,01
Edificio	Unidades	2	55,42	496	0,11
Depreciación Muebles y Ense	-	-	5,25	496	0,01
SUBTOTAL					17,96
UTILIDAD 29.40%					5,28
TOTAL					23,25
IVA 14%					3,25
TOTAL					26,50
PVP					26,50

Fuente: Elaboración Propia

3.6.3. Proyección del precio

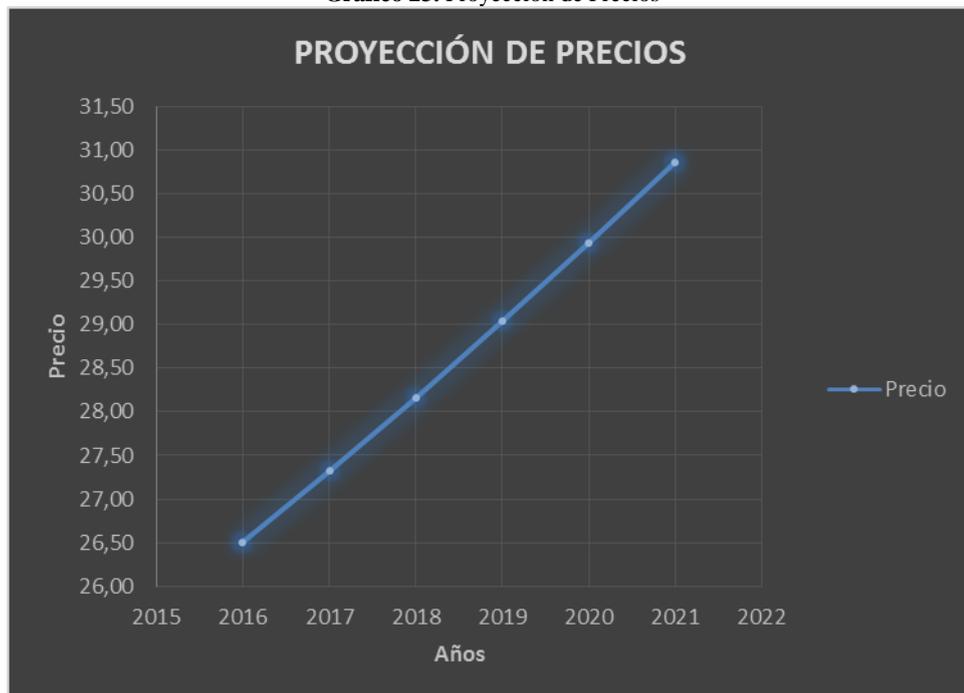
Para la proyección del precio se realiza en base a la inflación 2016, que según datos del Banco Central del Ecuador es de 3.09%.

Tabla 27. Precios Proyectados

AÑO	PRECIO POR CADA PAR
2016	26,50
2017	27,32
2018	28,16
2019	29,03
2020	29,93
2021	30,86

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 23. Proyección de Precios



Fuente: Elaboración Propia

Análisis

Después de haber establecido el precio y calculado la respectiva proyección se obtiene que el calzado casual para el presente año será de \$26.50, mientras que para el 2017

será de \$27.32, para el 2018 será de \$28.16, así mismo para el 2019 será \$29.03 por cada par de calzado, para el año 2020 será de \$29.93, y finalmente para el año 2021 será de \$30.86.

3.7. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

A los canales de comercialización se los considera como el conjunto de circuitos por medio de los cuales es posible establecer relación entre el productor y el consumidor poniendo a disposición los bienes o servicios con la finalidad de introducir eficazmente en el mercado y permanecer en el mercado, (Ramirez, 2010).

Para dar a conocer el nuevo producto que ofertara Joshep's Marc se utilizará la técnica de publicidad Above the line que es un medio de comunicación masiva tales como radio, televisión, diarios, revistas, entre otros.

3.8. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución es un conjunto de personas y/o empresas que están dentro de la transferencia de derechos de un producto o servicio al pasar del productor al intermediario o consumidor final, (Stanton, 2007, pág. 404). Es decir es la vía o conducto para que los bienes o servicios lleguen a su destino final.

Los canales de distribución son los caminos que se utiliza para que los productos o servicios se encaminen entre el productor y el consumidor a su vez también suelen requerir la intervención de un comerciante, (Perez, 2013, pág. 207).

Joshep's Marc cuenta con dos canales de distribución directo y detallista. Canal de distribución corto (Productor –Consumidor) pues cuenta con un almacén propio ubicado en el centro del cantón y detallista pues distribuye en locales comerciales en las ciudades de Quito, Ambato y Guayaquil, (Productor – Detallista - Consumidor).

3.8.1. Canal directo

Con el fin de llevar el calzado casual al cliente de manera más eficiente el canal de distribución que se utilizara para la comercialización será específicamente el canal

directo es decir que se ofrecerá directamente al cliente final, con el fin reducir costos logrando que el precio de venta al público sea competitivo en el mercado, además uno de las principales ventajas es que se mantendrá contacto directo con el consumidor lo cual nos permitirá conocer cuáles son sus gustos.

Gráfico 24. Canal Directo



3.8.2. Canal Detallista

Joshep's Marc quiere llegar con sus productos a nivel nacional se utiliza dicho canal de distribución, debido a que facilitara que los consumidores adquieran el calzado con mayor facilidad en los diferentes locales comerciales de calzado.

Gráfico 25. Canal Detallista



3.9. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Las estrategias son los medios por los cuales las empresas esperan lograr permanecer en el mercado, es así que mediante las estrategias del marketing mix que son consideradas como las herramientas controlables que la empresa u organización utiliza para producir la respuesta deseada del mercado objetivo, (Kotler, 2007, pág. 46).

3.9.1. Matriz FODA

Cuadro 3. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Facilidad en las políticas de pago a proveedores	Carencia puntos de venta en la zona cero
Propio local de distribución y venta	Inexistencia inversión en publicidad
Compromiso con la calidad y mejora continua	Cartera Vencida
Tecnología necesaria y disponible para la fabricación del calzado.	Carencia de un proceso de reclutamiento del personal de ventas
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Facilidad de créditos para el sector textil de calzado	Cambio de los gustos y preferencias de los clientes
Amplio nicho de mercado	Mercado competitivo
Costos bajos en publicidad de medios electrónicos como páginas web, redes sociales.	Incremento del calzado a bajo precio
Reutilización de la materia prima	Competencia desleal.

Fuente: Elaboración Propia

3.9.2. Marketing Mix

3.9.2.1. Precio

Se refiere a la cantidad de dinero necesario para adquirir un producto o servicio, siendo un elemento importante para la economía en la mente de los clientes y en una determinada empresa, pues un precio bajo es atractivo para los consumidores y más aún si este va acompañado de productos de buena calidad, (Stanton, 2007, pág. 338).

El precio es considerado como el valor monetario que establece la empresa con el propósito de intercambiar los productos o servicios que se comercializa, mismo que deberá cubrir la inversión realizado y a su vez obtener utilidad o beneficio, (Parreño, 2008).

El precio entonces es el monto de dinero que se utiliza para realizar transacciones comerciales, es decir es el valor monetario que el productor recibirá del consumidor por el bien o servicio ofertado.

Estrategia

- Establecer precios competitivos para el calzado producido por Joshep`s Marc.

Descripción

- Mediante la investigación de mercado se determinó que los clientes pagarían por cada par de calzado 26.50, precio que se ratificó al realizar la hoja de costos, en la cual se fija un precio competitivo pues el precio establecido en el mercado es similar, con la diferencia que el calzado que fabricara Joshep`s cumplirá con los principales características que demandan los clientes, tales como calidad, diseño, confort, entre otros. Además se realizara un análisis de precios en el mercado cada trimestre.

Acción

- Ofertar al mercado calzado de Joshep`s Marc a precios competitivos los mismos que permitan captar el mercado objetivo incrementando la participación en el mercado.

A continuación se presenta la tabla con el precio al cual será comercializado el producto, dicho precio incluye un 29,40% que es la utilidad.

Tabla 28. Precio de Venta

DESCRIPCIÓN	COSTO	PRECIO VENTA
Calzado Casual Hombre	17,96	26,5

Fuente: Elaboración Propia

3.9.2.2. Distribución o Plaza

Incluyen actividades que ponen el producto a disposición de los consumidores, (Kotler, 2007, pág. 47). Así como también permite establecer el lugar donde se va a comercializar el producto con la finalidad que llegue al cliente.

Estrategia

- Poner a disposición de los consumidores el calzado en la cantidad, variedad de diseños en colores negro, café, miel, etc., en el almacén propio de Joshep's Marc.

Descripción

- Se pretende llegar al cliente de forma fácil pues los productos se podrán encontrar en el almacén de Joshep's Marc así como también en los diferentes locales comerciales de los clientes mayoristas.

Acción

- Exhibir el calzado exclusivamente en las instalaciones del almacén de Joshep's Marc.
- Ofertar el calzado casual mediante redes sociales donde el cliente encontrara información actualizada de nuestros productos.

Gráfico 26. Página de Facebook



Elaborado: Janeth Espinoza
Fuente: Empresa

3.9.2.3.Promoción

Permite lograr los objetivos de las empresas u organizaciones, siendo un factor importante pues nos permite informar a los clientes de la existencia de los nuevos productos o promociones vigentes en la empresa u organización, además de hacer saber que nuestro producto es superior o ventajoso con respecto a los demás, abarca básicamente la publicidad gráfica, publicidad televisiva y radio, etc., (Dvoskin, 2004, pág. 27).

Estrategia

- Promocionar y dar a conocer de la existencia de los nuevos productos de Joshep`s Marc en el mercado.

Descripción

- Con el propósito de proporcionar y dar a conocer los nuevos productos se utilizara varias técnicas promocionales entre ellas anuncios publicitarios en radio, y en redes sociales.

Acciones

- Realizar anuncios promocionales en radio Bandida por la cobertura que tiene dicha emisora, dando a conocer de la nueva línea de calzado que ofrece calzado Joshep`s. Dichos anuncios se contrataran por tres meses cada mes tendrá un costo de 448 dólares americanos lo que incluye 10 anuncios de lunes a viernes, 5 de bonificación los sábados y 4 anuncios de bonificación los domingo. Con el slogan "*viste elegante a tus pies con Joshep`s*".
- Regalar un obsequio por la compra de cada par de calzado tal como esferos con la imagen corporativa el valor es de 0.56 centavos por cada unidad.

Gráfico 27. Obsequio



Fuente: Elaboración Propia

- Dar un 3% de descuento todo el mes de junio por el mes del padre, lo cual representa que el margen de utilidad será del 26.40%.
- Otorgar 8% de descuento por comprar superiores a 6 pares de calzado casual, representado que la utilidad será de 21,40%.
- Por la compra de dos pares calzado el tercero lleva a mitad de precio del 5 al 25 de diciembre, solo en mercadería seleccionada.

3.9.2.4.Producto

Es todo aquello susceptible de ser ofrecido al mercado con la finalidad de satisfacer una necesidad u deseo, (Diego, 2000, pág. 10). Además se lo considera también como el conjunto de atributos tangibles e intangibles capaces de satisfacer los requerimientos del mercado meta.

Estrategia

- Producir variedad de colores que se determinó en la encuesta (negros, cafés, miel, wiski, azul, entre otros) y diferentes modelos en calzado casual cómodo, confortable y de calidad para el hombre elegante.

Descripción

- El calzado que será elaborado por Joshep`s estarán encaminados a satisfacer la

necesidad de vestimenta de los consumidores, por otro lado la bodega deberá estar ordenada permitiendo que la búsqueda del calzado requerido por el cliente sea de forma inmediata.

Acciones

- Mantener un control de inventario mediante el método Kardex de tal manera que se cuente con calzado en cualquier momento para la venta inmediata.
- Investigar y elaborar calzado de acuerdo a las nuevas tendencias de mercado.

Cuadro 4. Valor para la implementación de las estrategias

ESTRATEGIA	ACCIÓN	COSTO ESTIMADO ANUAL
Producto		
Producir variedad de colores que se determinó en la encuesta (negros, cafés, miel, wiski, azul, entre otros) y diferentes modelos en calzado casual cómodo, confortable y de calidad para el hombre elegante.	Mantener un control de inventario mediante el método Kardex de tal manera que se cuente con calzado en cualquier momento para la venta inmediata	1200,00
	Investigar y elaborar calzado de acuerdo a las nuevas tendencias de mercado.	
Precio		
Establecer precios competitivos para el calzado producido por Joshep's Marc	Ofertar al mercado calzado de Joshep's Marc a precios accesibles	240,00
Plaza		
Poner a disposición de los consumidores el calzado en la cantidad, variedad de diseños en colores negro, café, miel, etc.	Ofertar el calzado casual en la web, mediante redes sociales	11,00
	Exhibir el calzado exclusivamente en las instalaciones del almacén de Joshep's Marc	2254,62
Promoción		
Promocionar y dar a conocer de la existencia de los nuevos productos de Joshep's Marc en el mercado.	Realizar anuncios promocionales en radio Bandida	1344,00
	Regalar un obsequio por la compra de cada par de calzado ya sean esferos	2745,12
	Dar descuentos en fechas especiales	240,00
TOTAL		8034,74

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1.OBJETIVOS

4.1.1. Objetivo General

- ✓ Determinar la factibilidad técnica de la creación de calzado casual masculino en la empresa Joshep´s Marc en el cantón Cevallos.

4.1.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar el tamaño correcto del proyecto
- ✓ Determinar la localización óptima del proyecto
- ✓ Establecer la capacidad de producción en la empresa Joshep´s Marc de la creación de calzado casual masculino.

4.2.TAMAÑO DEL *EMPRESARIADO*.

4.2.1. Factores determinantes del tamaño.

Determinar el tamaño del emprendimiento es una tarea compleja pues es importante considerar factores tales como el tamaño de la demanda, materias primas, la tecnología maquinaria disponible y el financiamiento de tal manera que dichos factores ayuden en el proceso.

➤ *Demanda Potencial Insatisfecha*

Se considera como uno de los factores más relevantes al momento de determinar el tamaño del emprendimiento, pues es importante verificar que la demanda sea mayor al tamaño propuesto para no correr riesgos.

➤ *Maquinaria, Equipos y Herramientas*

Son factores que influyen en el tamaño del emprendimiento, la inversión y los costos de producción. Por consiguiente dichas relaciones propiciarán un menor costo de inversión por cada unidad de la capacidad y a su vez un mayor rendimiento por persona ocupada lo cual permitirá disminuir el costo de producción, incrementando la utilidad y la rentabilidad del emprendimiento, (Baca Urbina, 2010, pág. 85).

➤ *Mano de Obra Directa*

La mano de obra tiene como finalidad la transformación de las materias primas e insumos en productos terminados, es ahí donde nace la importancia de contar con personal apto mismo que llevar a cabo un proceso de producción del producto, a su vez es importante considerar que exista el personal suficiente y apropiado en cada puesto de trabajo con la el objetivo que la producción no se detenga.

➤ *Materia Prima e Insumos*

El correcto y adecuado abastecimiento en la cantidad y calidad de las materias primas e insumos contribuye al correcto desarrollo del proyecto, mismos que podrán ser adquiridos en el mercado nacional a precios bajos y sobre todo de buena calidad, logrando así satisfacer los requerimientos de nuestros futuros clientes. Por otro lado en cuanto se refiere a la entregas de los materiales los proveedores entregan en la fábrica por lo cual no se incurrirá en gastos de transporte.

➤ *Financiamiento*

En caso que los recursos financieros propios sean insuficientes para cubrir la inversión de la planta, es evidente que la ejecución del proyecto es imposible, pero se puede recurrir a financiamiento de entidades financieras con el propósito que el proyecto se ejecute de la mejor manera, (Baca Urbina, 2010, pág. 85). Por tal razón el presente proyecto será financiado por recursos propio y ajenos mismo que permitirán cubrir el tamaño ideal de proyecto, así tenemos que el 65.51% será aportado por el propietario mismos que podrán ser invertido en los activos fijos tangibles y parte del capital de trabajo, para cubrir la totalidad de la inversión se requerirá el financiamiento de instituciones financieras del 34.49%.

4.2.2. Tamaño óptimo.

El tamaño óptimo es la capacidad instalada de la planta misma que se expresa en unidades de producción anual. Cuando opera con los menores costos o la máxima rentabilidad se considera que es óptima, (Baca Urbina, 2010, pág. 75). Se puede definir entonces como la capacidad de producción que tiene la empresa de un bien o servicio dentro de un periodo determinado.

4.2.2.1. Calculo del tamaño sugerido

Para determinar el tamaño óptimo de proyecto se lo realiza mediante el cálculo de la Demanda Potencial Insatisfecha real las mismas que se considera que la empresa podrá satisfacer el 28% del mercado de acuerdo a la capacidad instalada, con una producción diaria de 25 pares de calzado casual y aproximadamente 500 pares mensuales. Sabiendo que “*la capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse*”, esto lo menciona (Kotler, 2006).

Tabla 29. Demanda Potencial Insatisfecha Real Proyectada

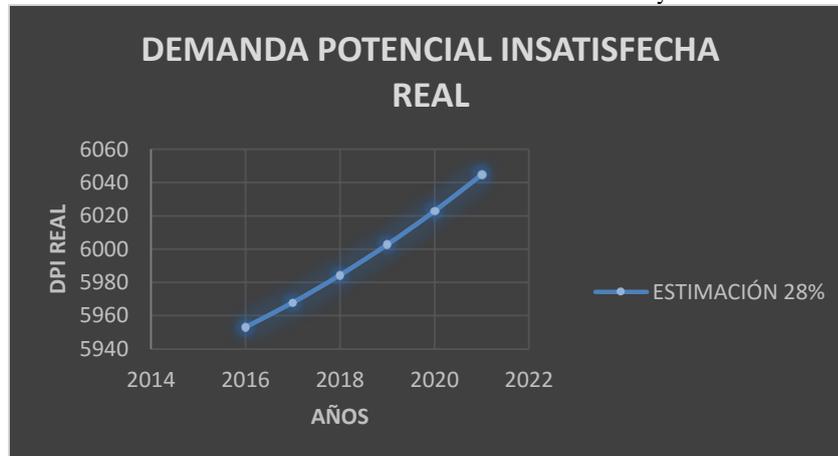
AÑO	DEMANDA DE PRODUCTO	OFERTA DEL PRODUCTO	DPI	ESTIMACIÓN	DPI REAL ANUAL	PRODUCCIÓN DIARIA
2016	28042	6781	21261	28%	5953	25
2017	28463	7149	21314	28%	5968	25
2018	28890	7517	21373	28%	5984	25
2019	29323	7885	21438	28%	6003	25
2020	29763	8253	21510	28%	6023	25
2021	30209	8621	21588	28%	6045	25

Fuente: Elaboración Propia

La producción diaria de calzado Joshep's Marc hasta el primer semestre del año 2015 fue de 125 pares de calzado para dama diarias, y a partir del segundo semestre del mismo año la producción bajo a 100 pares diarios, razón por la cual se considera que la empresa podría producir aproximadamente 25 pares de calzado casual masculino de tal manera que cubra el 100% de su capacidad instalada.

4.2.2.2. Grafica del DPI Real

Gráfico 28. Demanda Potencial Insatisfecha Real Proyectada



Fuente: Elaboración Propia

4.3. LOCALIZACIÓN.

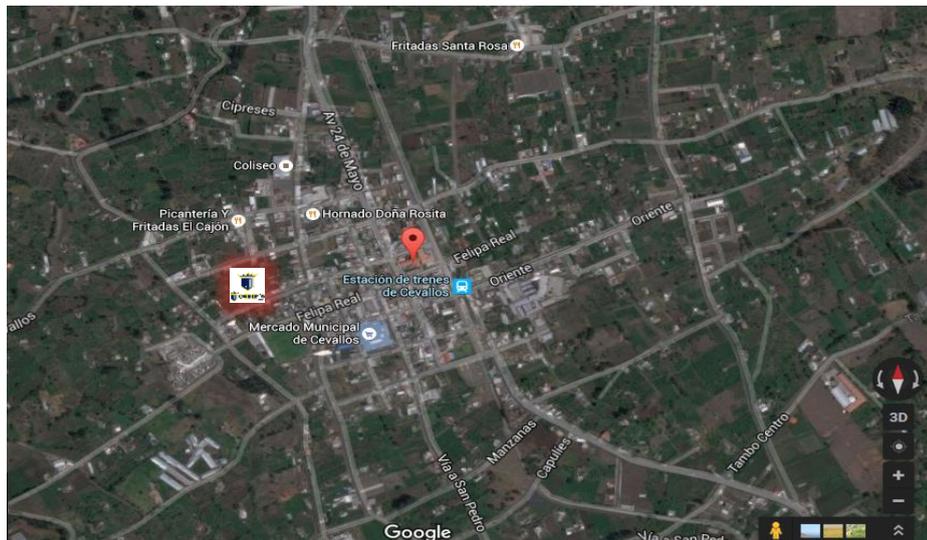
La localización óptima es la que nos permite alcanzar una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener un costo mínimo, (Baca Urbina, 2010, pág. 88). Además que nos permite identificar cual es la ubicación más apropiada para el desarrollo del proyecto, es decir qué lugar presenta aspectos relevantes.

4.3.1. Macro localización

La macro localización es la encargada de seleccionar el área donde estará ubicado el proyecto, después del análisis de las condiciones tanto económicas, de sus infraestructura, población, entre otros, (Valbuena, 2007, pág. 257). Se determina que la planta para la fabricación de la nueva línea de calzado estará ubicada en:

- ✓ *País:* Ecuador
- ✓ *Región:* sierra
- ✓ *Zona:* 3
- ✓ *Provincia:* Tungurahua
- ✓ *Cantón:* Cevallos

Gráfico 29. Macro Localización



Fuente: Elaboración Propia

4.3.2. Micro localización

La micro localización tiene como función principal establecer cuál será la mejor alternativa definiendo claramente el lugar, domicilio vías de acceso, entre otros. Según datos obtenidos de las encuestas se puede establecer que un 42% de las personas encuestadas determina que el mejor lugar para instalar la planta es en la Provincia de Tungurahua, Cantón Cevallos, pues dicho cantón es considerado lugar turístico, razón por la cual se establece los siguientes locales posibles:

- Sector la Unión
- Sector El Belén

4.3.2.1. Métodos de Puntos Ponderados

Para determinar el lugar donde estará ubicado la planta se aplica el método cuantitativo de puntos ponderados, el cual consiste en determinar los lugares disponibles, luego se establece los factores relevantes que perjudican o favorecen a través de la asigna de un peso ponderado, peso que es asignado exclusivamente por criterio del investigador así lo describe Baca Urbina , además de una calificación mediante la escala de valorización y al final quien tenga la puntuación más alta será el sitio donde deberá funcionar la planta, (Baca Urbina, 2010, pág. 87). Cabe resaltar que en la actualidad la empresa cuenta con un taller que está ubicado en el sector la unión y con la fábrica que se encuentra ubicado en el sector Belén del mismo cantón.

ESCALA DE VALORIZACIÓN	
<i>Alto Impacto</i>	<i>3</i>
<i>Medio Impacto</i>	<i>2</i>
<i>Bajo Impacto</i>	<i>1</i>

Tabla 30. Método de Localización por puntos ponderados

FACTORES RELEVANTES	PESO PONDERADO	SECTOR LA UNION	VALOR	SECTOR EL BELEN	VALOR
<i>Seguridad</i>	<i>14</i>	<i>2</i>	<i>28</i>	<i>3</i>	<i>42</i>
<i>Infraestructura</i>	<i>8</i>	<i>2</i>	<i>16</i>	<i>3</i>	<i>24</i>
<i>Servicios Básicos</i>	<i>12</i>	<i>2</i>	<i>24</i>	<i>3</i>	<i>36</i>
<i>Vías de acceso</i>	<i>11</i>	<i>3</i>	<i>33</i>	<i>3</i>	<i>33</i>
<i>Espacio Físico</i>	<i>8</i>	<i>2</i>	<i>16</i>	<i>3</i>	<i>24</i>
<i>Accesibilidad de Personas</i>	<i>11</i>	<i>2</i>	<i>22</i>	<i>3</i>	<i>33</i>
<i>Accesibilidad de Proveedores</i>	<i>12</i>	<i>2</i>	<i>24</i>	<i>2</i>	<i>24</i>
<i>Mano de Obra</i>	<i>14</i>	<i>2</i>	<i>28</i>	<i>3</i>	<i>42</i>
<i>Precio de Arriendo</i>	<i>10</i>	<i>3</i>	<i>30</i>	<i>3</i>	<i>30</i>
SUMATORIA	100		221		288

Fuente: Elaboración Propia

Análisis

Se considera como un lugar estratégico para el emprendimiento de la creación de calzado casual masculino en el sector El Belén pues ofrecerá seguridad para los clientes, proveedores y la planta mismo, las vías de acceso son de primera orden, cuenta con los servicios básicos, el espacio físico adecuado y el precio de arriendo será un ahorro pues el local es propio, por otro lado también ofrece factores de medio impacto como la infraestructura, la comunicación y el fácil acceso de las personas y proveedores.

➤ *Localización*

Canton: Cevallos

Parroquia: Matriz

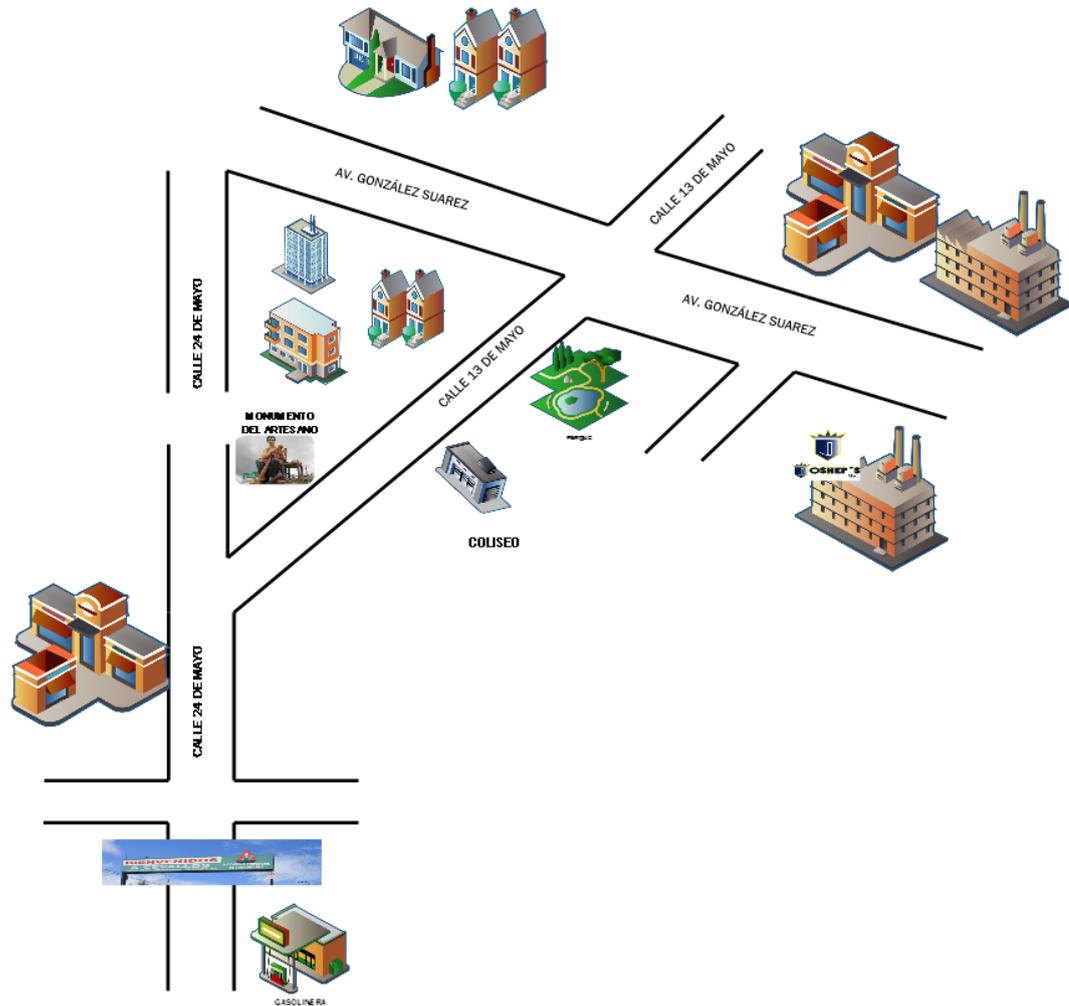
Barrio: El Belén

Avenida: González Suarez

Calles: 13 de Mayo

➤ *Croquis*

Gráfico 30. Micro Localización de la Planta de Joshep`s Marc



Fuente: Elaboración Propia

4.4. INGENIERÍA DE PROYECTO.

Es donde se establece los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto la fabricación del producto, es decir una serie de materias primas necesarias para convertirlas en productos terminados a través de proceso de transformación.

4.4.1. Estado inicial

4.4.1.1. Balance de materiales

➤ *Materia prima Directa e Indirecta*

Para la fabricación de un determinado producto interviene la materia prima directa e indirecta siendo elementos que están sujetos a un proceso de transformación. Materia prima directa son los elementos que integran en la fabricación de un producto misma

que se debe identificarla de forma clara y a su vez debe ser cuantificable, (Colombia, 2012).

A su vez también se lo denomina como las sustancias básicas que la industria se encarga de transformar en productos terminados, misma que puede tener origen agrícola, ganadero, minería o de la misma industria, siendo el elemento principal del trabajo de la industria, (Borja, 2014). Mientras que la materia prima indirecta es aquella que integra físicamente en la elaboración del producto pero que no tiene relación directa con el mismo, no es de fácil identificación cuantificable.

➤ *Insumos*

Los insumos son los que se consumen durante el proceso de transformación, siendo considerados como un elemento esenciales dentro de la transformación ya que el no contar con uno de ellos podría parar la producción.

➤ *Servicios Básicos*

Contribuyen con el bienestar de la humanidad pues asegura una vida de calidad en óptimas condiciones, además son necesarias para llevar una vida saludable, entre los servicios básicos tenemos, Agua Potable, energía eléctrica, teléfono, internet, etc., (EPMAPAP, 2016).

4.4.1.2. Proceso

Para la elaboración del calzado casual masculino en la empresa Joshep`s Marc es necesario realizar una serie de operaciones y actividades sean estas de carácter manual, a continuación de detalla el proceso para dicha elaboración.

Actividades para la fabricación

➤ *Compra de Material e Insumos*

Las materias primas con las cuales serán fabricados la nueva línea de producción de Joshep`s Marc será cuero de res denominado cuero plena flor en diferentes colores, tales como negro, café, whisky y miel, el forro será de cuero denomina mástil , plantas TR. El proceso de producción iniciara en la compra de materiales actividad que llevara un tiempo aproximado de 18 minutos, pues deberá cumplir con los requerimientos de

cantidad, calidad y características solicitadas, para luego ser almacenadas en los lugares previamente establecidos.

➤ *Diseño*

El diseño es la etapa más importante para la elaboración del calzado el mismo que deberá tener un equilibrio y ser exacto, pues dicho patrón servirá para dar forma al cuero. Dicho modelo será elaborado de forma manual por un artesano que presta sus servicios en la empresa. Cabe recalcar que los diseños se irán elaborando de acuerdo a las necesidades del mercado actual y el tiempo aproximado que se demora en diseñar es de 8 minutos aproximadamente.

➤ *Transporte a sección corte*

Se procede a llevar manualmente los materiales, cuero y forro necesarios a la sección de corte donde se obtendrán las distintas piezas, esta actividad nos lleva un tiempo aproximado de 12 segundos.

➤ *Corte de Piezas*

El corte se lo efectuará de manera manual mediante molde, donde se da forma al cuero. Se revisara que los materiales este en óptimas condiciones, luego se debe enumerar las piezas y entintar, mismo que se demora 2.07 minutos aproximadamente.

➤ *Transporte a sección de desbastado*

Las piezas son llevadas manualmente al área de desbastado, tiempo aproximado 6 segundos.

➤ *Desbastado*

El desbastado trata específicamente en disminuir el grosor de las piezas en determinados lados con el fin de preparar para los dobles, para lo cual se utiliza la maquina destalladora, actividad que se demora 1 minuto.

➤ *Transporte a sección aparado*

De forma manual se lleva las piezas a la sección de aparado tiempo aproximado 6 segundos.

➤ *Aparado*

Con la ayuda de la máquina de aparar se procede a unir las piezas previamente cortadas y desbastadas, al igual que el forro que va en la parte interna del corte, cada zapato lleva de 7 a 12 piezas se acuerdo al modelo, en la cuales para la unión se coloca cemento de contacto y costuras simples y dobles con el propósito que el corte sea resistente para el próximo proceso. Es importante una buena elección de agujas e hilos de acuerdo a la calidad y espesor del cuero. Este proceso también incluye la colocación de hebillas y accesorios de acuerdo el modelo, para obtener finalmente el corte, el tiempo que nos toma esta actividad es de 5 minutos.

➤ *Transporte a sección de montaje*

Los cortes son transportados de forma manual hacia la sección de montaje, tiempo aproximado 10 segundos.

➤ *Montaje*

Se selecciona las hormas de acuerdo al modelo y numeración requerida, después se procede a fijar la plantillas mediante grapas y pega de forma manual, luego en el corte se coloca pega para posteriormente colocar en los dentros y punteras, se coloca en el horno para calentar el corte, luego con la ayuda de una maquina armadora de puntas se entalla el corte en la horma, actividad que se demora aproximadamente 2,03 minutos.

➤ *Cardado*

Con la ayuda de un motor se procede a pulir o cardar para que el pegamento que se coloque absorba de manera eficiente no se presente problemas al momento de aplicar el siguiente proceso, actividad que se demora 1 minuto.

➤ *Pegado*

Como primer paso para el pega se procede a preparar las plantas lo cual consiste en pasar el líquido activador 333 que permitir abrir los poros, posteriormente se le aplica pegamento, luego es necesario dejar secar, después se los pasa al horno reactivador tanto las plantas como el corte entallado, para luego unir las superficies y se coloca en

la maquina prensadora para que sean prensados, dicha actividad se demora 3.5 minutos aproximadamente.

➤ *Trasporte a sección de acabado*

Una vez que el zapato está pegado las plantas se las trasporta manualmente al área de acabado o terminado, mismo que se demora 8 segundos.

➤ *Acabado*

Este proceso se saca de las hormas los zapatos, y se realiza una inspección general del producto, se ponen las plantillas, etiquetas, y se procede al empaque de cada par de calzado, se demora aproximadamente 2,42 minutos.

➤ *Transporte a Bodega*

Cuando los zapatos están listo, de forma manual se transporta hacia la bodega, tiempo aproximado 12 segundos.

➤ *Bodega*

Finalmente se almacenara en la bodega de la empresa, para posteriormente ser distribuidos a los clientes de acuerdo a los requerimientos actividad que se demora 1 minuto aproximadamente.

4.4.1.3.Requerimientos

Tabla 31. Materias Primas

Descripción	Unidad de Medina	Consumo Mensual	Producción Mensual	Consumo Anual	Producción Anual	Cantidad Requerida por par
<i>Cuero de res</i>	<i>Pies</i>	1240	496	14882,5	5953	2,5
<i>Forro Mástil</i>	<i>Pies</i>	744	496	8929,5	5953	1,5
<i>Plantas</i>	<i>Pares</i>	496	496	5953	5953	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 32. Materiales Indirectos

Descripción	Medida	Consumo Anual
Fundas con logo y colores corporativos (Biodegradables)	Unidad	5953
Cajas Zapato Hombre un Cuerpo	Unidad	5953
Caja de Grande de 36 pares	Unidad	136

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33. Insumos

Descripción	Unidad de Medida	Consumo Mensual	Producción Mensual	Consumo Anual	Producción Anual	Cantidad Requerida por unidad medida
Conos de Hilos costura	Unidades	3	496	35,4	5953	168
Hilo de Trama	Unidades	3	496	35,4	5953	168
Pega Amarilla Mas	Litros	41	496	496,1	5953	12
Pega Blanca kisafix	Litros	21	496	248,0	5953	24
Vulcanizador Prof 120	Unidades	3	496	35,4	5953	168
Alcohol Industrial	Litros	4	496	49,6	5953	120
Plantillas de Cartón	Unidades	17	496	198,4	5953	30
Puntera T-65 ORT	Unidades	25	496	297,7	5953	20
Punteras T-65 TEX	Unidades	25	496	297,7	5953	20
Plantillas mástil	Pies	248	496	2976,5	5953	2
Cambrela Cruz de 100gr	Metros	21	496	248,0	5953	24
Etiquetas ADH	Par	41	496	496	5953	12
Hebillas	Par	41	496	496	5953	12
Cordones	Par	41	496	496	5953	12
Elástico Colombiano 6cm	Metros	41	496	496,1	5953	12
Grapas	Caja	3	496	41,3	5953	144
Activador I-333	Galón	3	496	35,4	5953	168
Lija Fina	Metros	1	496	12,4	5953	480
Mina	Unidades	0	496	3,3	5953	1793
Esponja	Metros	17	496	198,4	5953	30

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 34 Servicios Básicos

Descripción	Consumo Mensual	Consumo Anual
Luz	106,6KW/h	1280KW/h
Agua	8,33m ³	100m ³
Teléfono	135m	1620m
Internet	2mb	24 mb

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 35. Maquinaria, Equipo y Herramientas

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Destalladora Fav AV1	1	Unidad
Máquina de Aparar Triple Transporte	1	Unidad
Máquina de Aparar sencilla Ivomaq	1	Unidad
Máquina de Aparar doble aguja Ivomaq	1	Unidad
Troquel Atom 120 CE	1	Unidad
Compresor y Prensadora Pasanqui T 72 TLC	1	Unidad
Abrillantadora marca Intermeca	1	Unidad
Motor doble rodillo marca Intermeca	1	Unidad
Horno una puerta pequeño Andino	1	Unidad
Vaporizador	1	Unidad
Armadora de puntas marca Basicmac	1	Unidad
Equipo de cómputo HP pantalla plana y laptop Toshiba	3	Unidad
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
<i>Brochas pequeño de mango de plástico y cerdas de nailon</i>	<i>24</i>	<i>Unidades</i>
<i>Pinzas y corta frío de acero inoxidable</i>	<i>4</i>	<i>Unidades</i>
<i>Lima de mango de plástico</i>	<i>2</i>	<i>Unidades</i>
<i>Ojaladores</i>	<i>1</i>	<i>Unidades</i>
<i>Cuchilla de zapatero</i>	<i>2</i>	<i>Unidades</i>
<i>Hormas de Plástico</i>	<i>60</i>	<i>Pares</i>
<i>Chaira de piedra</i>	<i>1</i>	<i>Unidades</i>
<i>Tijeras</i>	<i>2</i>	<i>Unidades</i>
<i>Martillo acero inoxidable</i>	<i>3</i>	<i>Unidades</i>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 36. Mano de obra directa

Mano de Obra Directo	
Características	Consumo Anual
Cortador (a) con Título Bachiller experiencia mínima 1 año en trabajo similar.	1
Aparador(a) con Título Bachiller experiencia mínima 1 año en trabajo similar	2
Armador y plantador con Título Bachiller experiencia mínima 1 año en trabajo similar	2
Terminado instrucción Primaria, es importante q tenga experiencia mínima de 6 meses	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 37. Mano de obra indirecta

Características	Consumo Anual
Jefe de Producción con estudios superiores en industrial tecnólogo experiencia mínima de 1 año en cargos similares.	1

Fuente: Elaboración Propia

4.4.1.4. Producto Terminado

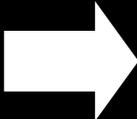
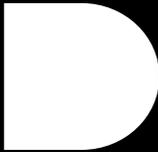
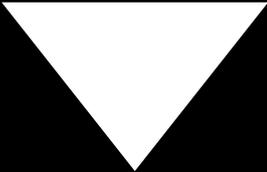
Gráfico 31. Producto Terminado



Fuente: Elaboración Propia

4.4.2. Diagrama de flujo

Gráfico 32. Normativa ASME
SIMBOLOGÍA DEL FLUJOGRAMA SEGÚN LA NORMA
 ASME (American Society Of Mechanical Engineers)

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	UTILIZACIÓN
	OPERACIÓN	Indica las principales fases del proceso de producción, método o procedimiento.
	INSPECCIÓN	Indica que se verifica la calidad y/ o cantidad del producto, controlando que se haya efectuado correctamente.
	DESPLAZAMIENTO O TRANSPORTE	Indica en movimiento de los empleados, material y equipo de un lugar a otro.
	DEMORA O ESPERA	Indica demora en el desarrollo del proceso de producción.
	ALMACENAMIENTO	Indica el depósito o información dentro de un archivo, o de n objeto cualquiera en un almacén.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 38. Diagrama de Flujo Proceso de Producción ASME

		JOSHEP'S MARC		DIAGRAMA DE FLUJO					
PRODUCTO	Calzado Casual Masculino			RESUMEN					
MÉTODO	Vertical Normativa ASME			ACTIVIDAD				No	
LUGAR	Planta de Producción Joshep's Marc			Operación	○	15			
OPERARIOS	6			Trasporte	➡	6			
ELABORADO POR	Janeth Espinoza			Inspección	□	1			
				Demora	⊔	0			
FECHA	1-Jun-16			Almacenamiento	▽	1			
ACTIVIDAD	No.	TIEMPO (m)	DISTANCI A (m)	SIMBOLO					OBSERVACIONES
				○	➡	□	⊔	▽	
Compra de Materia Prima e Insumos	1	18		●					-
Diseño	2	8		●					Manual
Traslado a Sección de Corte	3	0,12	12	●	●				Manual
Corte de piezas en Base al Modelo	4	1,07		●					Stilete
Traslado a Sección de Desbastado	5	0,06	6	●	●				Manual
Desbastado de las Piezas	6	1		●					Destalladora
Traslado a Sección de Aparado	7	0,06	6	●	●				Manual
Aparado o Unión de las Piezas	8	5		●					Maquina de aparar
Traslado a Sección de Montaje	9	0,1	10	●	●				Manual
Preparacion del Corte para el Montaje	10	1		●					Manual
Montaje en la Horma	11	2,03		●					Armadora de Puntas
Cardado del Corte Armado en la Horma	12	1		●					Motor pulidor
Aplicación del Pegamento y Activador de	13	1		●					Manual
Aplicación del Pegamento el Corte Arm	14	1		●					Manual
Reactivación de Pegamento del Corte y	15	0,5		●					Horno
Pegado y prensado del zapato	16	1		●					Prensadora, martillo
Extraccion de la Horma	17	0,5		●					Manual
Inspección y Correccion defectos	18	0,5		●	●				-
Traslado a Sección de Acabado	19	0,08	8	●	●				Manual
Colocación de Plantilla, grasa, etiquetas	20	1,07		●					Manual
Empaque	21	0,35		●					Manual
Traslado a Bodega	22	0,12	12	●	●				Manual
Almacenamiento	23	1						●	
TOTAL		44,56		15	6	1	0	1	

Fuente: Elaboración Propia

El tiempo requerido para la fabricación cada par de calzado casual masculino es de 44 minutos y 56 segundos, dicho tiempo suma el trabajo realizado por el personal de las diferentes áreas de la producción (diseñador, corte, desbastado, aparado, montaje, plantado, terminado).

a. Período operacional estimado de la planta

El periodo operacional de la planta se determina a través de la vida útil estimada del proyecto de inversión y de la maquinaria con la que actualmente cuenta la Joshep`s Marc, es así que se ha determinado que el periodo operacional es de 5 años además cabe recalcar que los cálculos estadísticos fueron proyectado para dicho tiempo.

Tabla 39. Periodo Operacional Estimado

CANTIDAD REQUERIDA	MAQUINARIA	DPI REAL	PARES ZAPATOS ANUALES	PARES DE ZAPATOS EN EL PERIODO OPERACIONAL DE 5 AÑOS
1	<i>Destalladora Fav AV1</i>	28%	5953	29765
1	<i>Máquina de Aparar Triple Transporte Ivomaq</i>			
1	<i>Máquina de Aparar sencilla Ivomaq</i>			
1	<i>Máquina de Aparar doble aguja Ivomaq</i>			
1	<i>Troqueladora Atom 120 CE</i>			
1	<i>Compresor y Prensadora Pasanqui T 72 TLC</i>			
1	<i>Abrillantadora marca Intermeca</i>			
1	<i>Motor doble rodillo marca Intermeca</i>			
1	<i>Horno una puerta pequeño Andino</i>			
1	<i>Vaporizador</i>			
1	<i>Armadora de puntas marca Brasimac</i>			

Fuente: Elaboración Propia

b. Capacidad de producción

La capacidad de producción es determinada de acuerdo a la demanda potencial insatisfecha real que para la creación de la nueva línea de calzado casual en la empresa Joshep`s Marc es del 28% de la demanda potencial insatisfecha previamente calculados, es decir que tendrá una producción anual de 5953 pares de calzado en el primer año. Al obtener la cantidad a producir nos ayuda a que la adquisición de materia prima sea más fácil pues se conoce que cantidad se debe adquirir.

Tabla 40. Capacidad de Producción

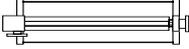
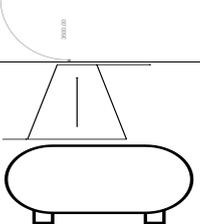
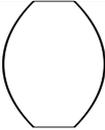
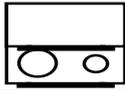
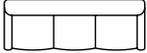
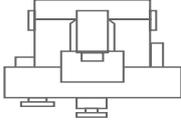
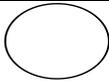
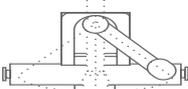
AÑO	DPI REAL CANTIDAD ANUAL	DPI REAL CANTIDAD MENSUAL	%DPI REAL
2016	5953	496	28%
2017	5968	497	28%
2018	5984	499	28%
2019	6003	500	28%
2020	6023	502	28%
2021	6045	504	28%
TOTAL	35975	2998	

Fuente: Elaboración Propia

c. Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out)

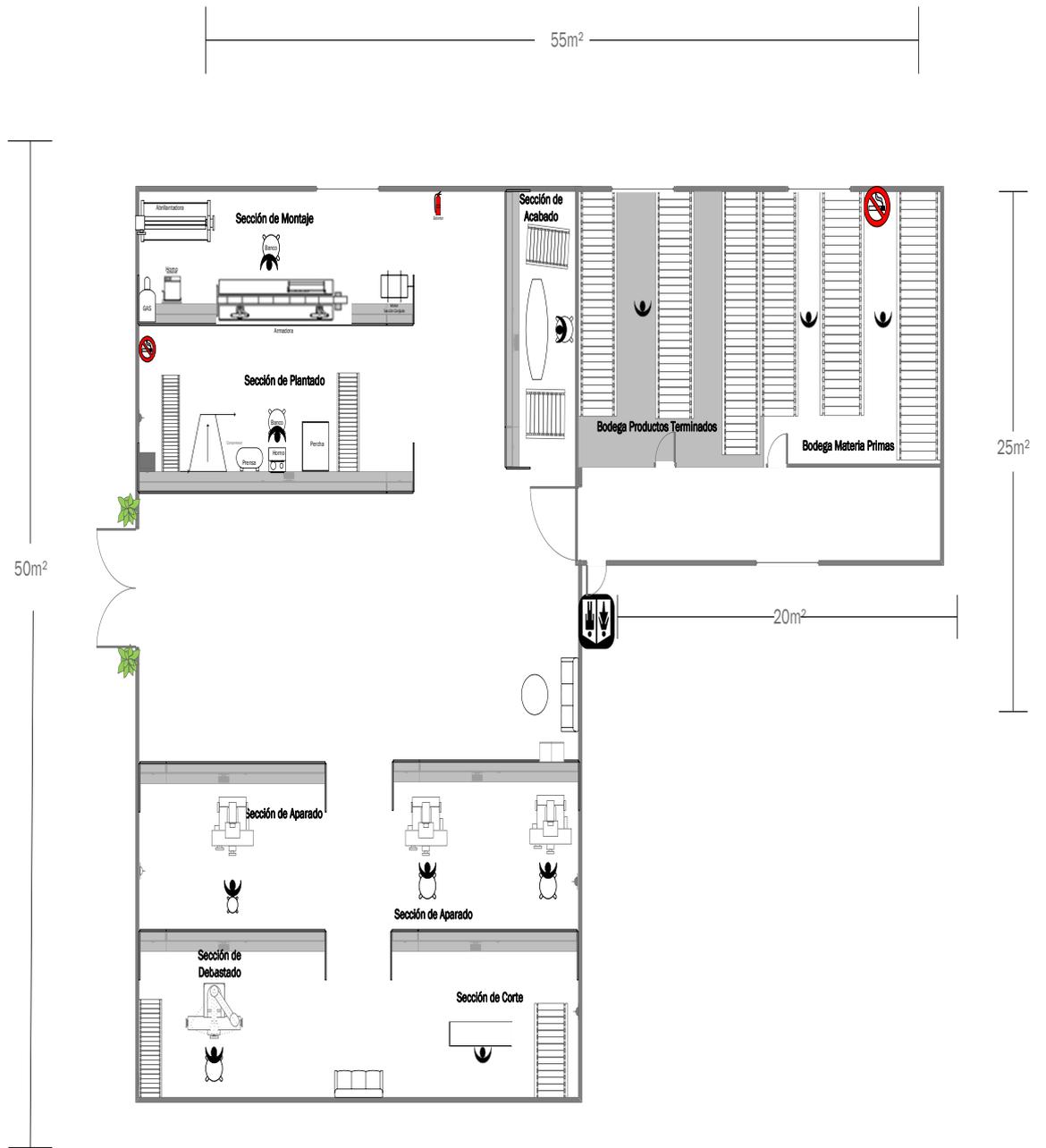
La distribución de la maquinaria en la planta tiene como propósito diseñar las mejores condiciones de trabajo donde exista seguridad y bienestar para los trabajadores, y a su vez exista mayor reducción de costos. El tipo de distribución que se pretende aplicar en Joshep's Marc es por procesos pues se agrupara al personal por funciones similares en un sistema flexivo de trabajo, (Valbuena, 2007, pág. 243).

Tabla 41. Referencia del la Distribución de la Planta

GRAFICO	DETALLE	GRAFICO	DETALLE
	Puerta principal Puertas internas		Abrillantadora
	Compresor Prensa		Mesa de m
	Percha		Mesa para cortar
	Motor para el Cardado		Horno
	Sofá		Máquina de aparar
	Sala de Espera		Destalladora
	Banco de Trabajo		Servicios Higiénico
	Gas		Personal Operativo
	No Fumar		Extinto
	Conector Energía Eléctrica		Plantas

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 33. Distribución del espacio físico (Lay-out)



Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1.OBJETIVOS

5.1.1. Objetivo General

Elaborar la estructura organizacional para la creación de calzado casual masculino en la empresa Joshep`s Marc.

5.1.2. Objetivos Específicos

- ✓ Diseñar la estructura organizacional en empresa Joshep`s Marc.
- ✓ Crear la estructura funcional en la empresa Joshep`s Marc.
- ✓ Establecer el manual de funciones para cada puesto de trabajo de la empresa Joshep`s Marc.

5.2. ASPECTOS GENERALES

Joshep`s Marc para su correcto funcionamiento se administra bajo una estructura organizacional, donde se definen los niveles jerárquicos, así como las líneas de autoridad y asesoría de cada colaborador, los canales formales de comunicación de la empresa, también es importante determinar formalmente las funciones que cada unidad debe cumplir subordinado deberá realizar. A continuación se detalla los niveles jerárquicos.

- *Nivel ejecutivo:* Gerente
- *Nivel administrativo:* Secretaria, Jefe contable, Jefe de ventas

➤ *Nivel operativo:* Jefe de Producción y Operarios

Misión

Joshep's Marc es una empresa dedicada a la producción y comercialización de calzado, ofreciendo un servicio con estándares de calidad, innovando constantemente brindando confort y comodidad a nuestros clientes.

Visión

Ser la empresa productora y comercializadora líder en el mercado orientada a la eficiente comunicación y competitividad, logrando que la fidelidad del cliente permanezca siempre a nuestro lado para entregar un calzado cómodo, elegante y durable al consumidor.

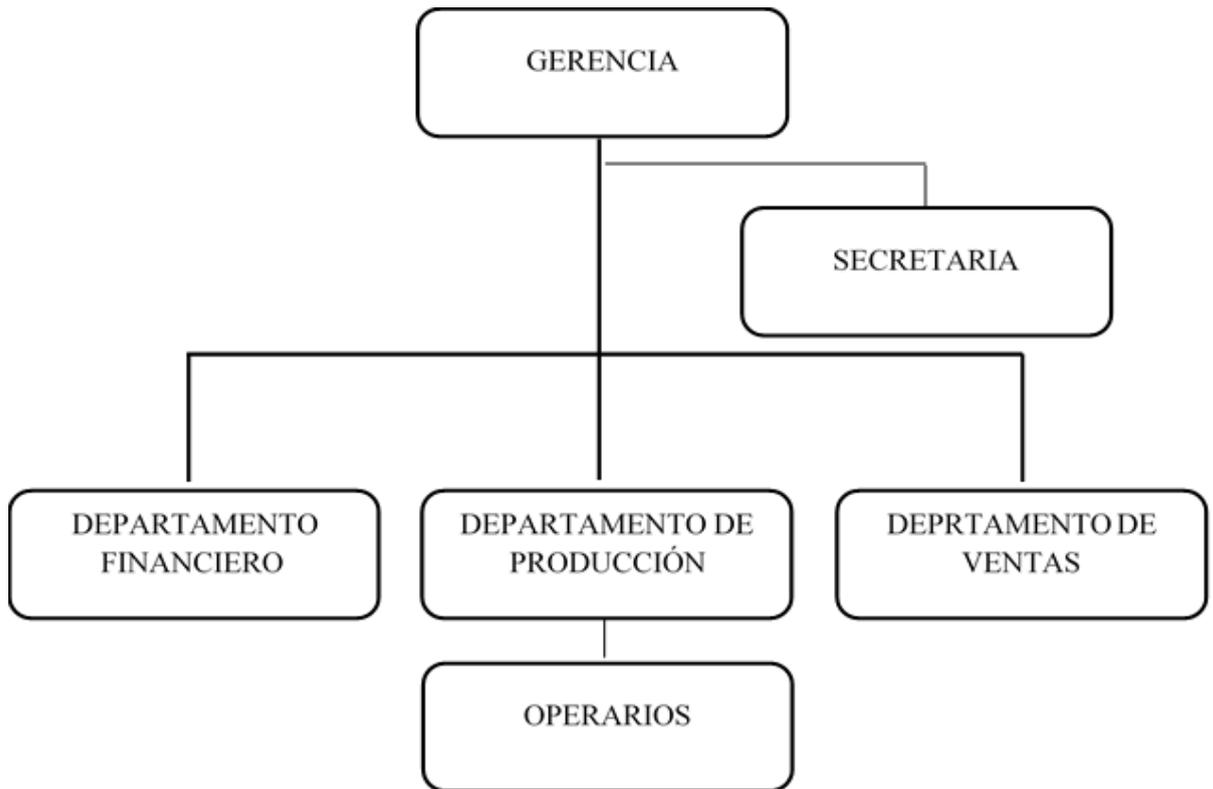
5.3.DISEÑO ORGANIZACIONAL

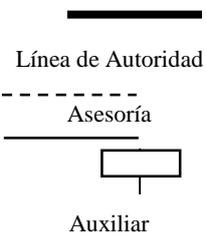
El diseño organizacional es una representación gráfica de la estructura formal de la empresa destacando las jerarquías y cargos de cada trabajador, (Sanchez D. , 2010).

5.3.1. Estructura Organizativa

Gráfico 34. Organigrama Estructural

CALZADO JOSHEP'S MARC
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

REFERENCIA	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
	Janeth Espinoza	Ing. Marcelo Gallardo	13-06-2016

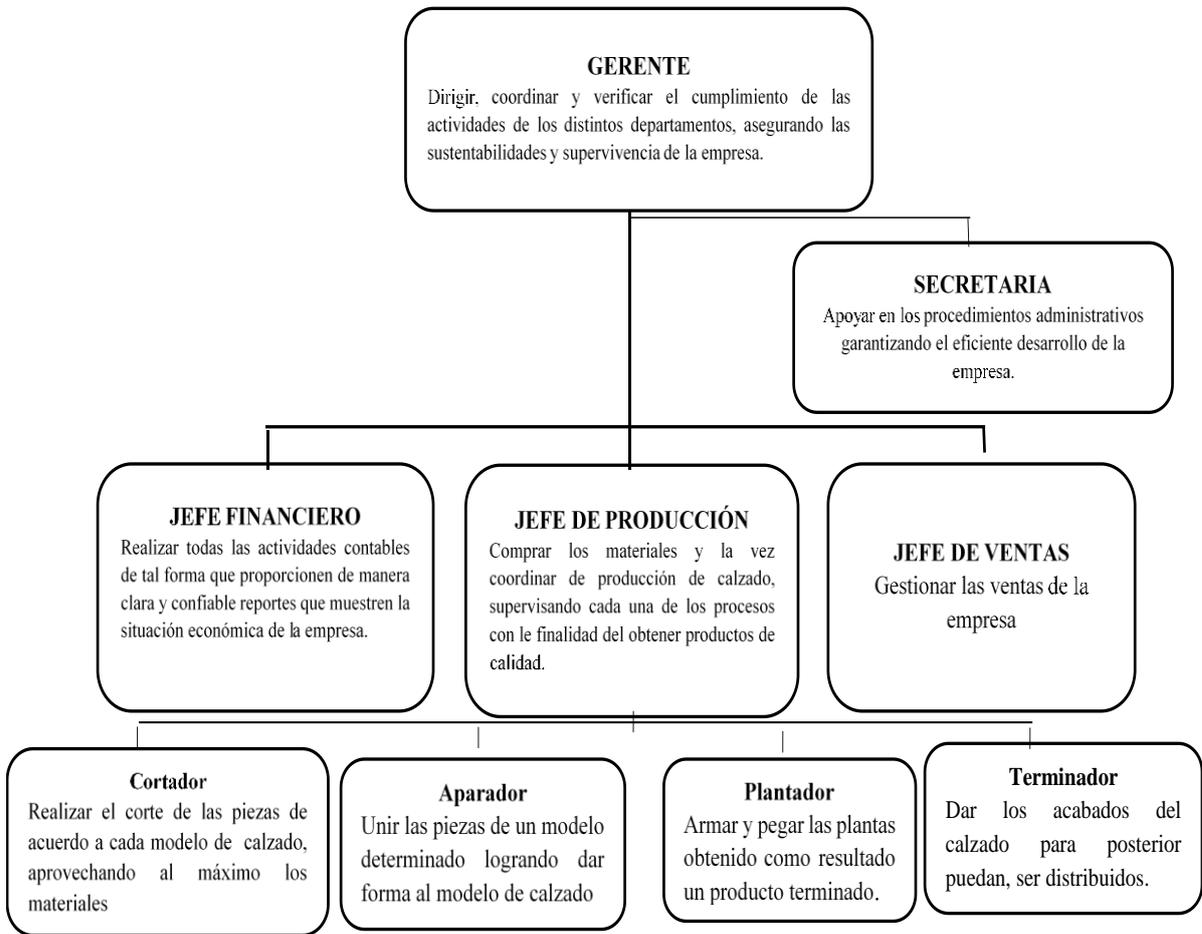
5.3.2. Estructura Funcional

El organigrama funcional es importante para la empresa pues podemos conocer las principales funciones que tiene cada jerarquía de acuerdo a sus puesto de trabajo, (Guaman, 2011).

Gráfico 35. Organigrama Funcional

EMPRESA JOSHEP'S MARC

ORGANIFRAMA FUNCIONAL



REFERENCIA	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
	Janeth Espinoza	Ing. Marcelo Gallardo	13-06-2016

5.4.MANUAL DE FUNCIONES

Es un documento donde se especifican un conjunto de tareas que se deberá desarrollar en cada área de trabajo, con la finalidad de ayudar y orientar a la aplicación de cada procedimiento de manera ordenada y eficiente, (Solarte, 2013).

Gráfico 36. Manual de Funciones Gerente

	Calzado Joshep's Marc	Fecha: 15 junio 2016			
		Página:	1	De	9
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página:		De	
		De Fecha:			
<u>Identificación del puesto</u> <i>Nombre del área :</i> Gerente <i>Ubicación :</i> Nivel ejecutivo <i>Numero de plaza:</i> 1					
<u>Relación de autoridad</u> <i>Autoridad inmediata:</i> Ninguno <i>Subordinados directo:</i> Secretaria, Contadora, , jefe de producción, vendedora					
<u>Función Principal :</u> Dirigir, coordinar y verificar el cumplimiento de las actividades de los distintos departamentos, asegurando las sustentabilidades y supervivencia de la empresa, logrado alcanzar las metas planteadas.					
<u>Funciones Secundarias:</u> <ul style="list-style-type: none"> + Representar a la empresa ante los clientes, proveedores y demás personas que estén relacionadas con la entidad. + Plantear y desarrollar estrategias para alcanzar las metas y objetivos planteados, posteriormente socializar con los clientes internos y finalmente entregar a los jefes de cada departamento para que sean aplicados. + Supervisar que las actividades se cumplan tal y como se las planteo. + Establecer políticas que contribuyan a crear ambiente de trabaja idóneo entre todos los trabajadores, de tal manera que se sientan motivados. + Es el responsable de contratar al personal idóneo así como el despido de los trabajadores que no contribuyan a lograr las metas y objetivos. + Realizar los trámites necesarios y oportunos para el buen funcionamiento de la empresa. + Establecer los costos total en el cual se incurrió para obtener el producto final, para luego establecer el precio al público. 					
<u>Perfil del puesto:</u> <i>Conocimientos :</i> desarrollo de estrategias comerciales, Manejo de personal <i>Estudios :</i> Título de tercer nivel en administración de empresas o carreras a fines <i>Experiencia :</i> Mínimo 1 año en cargos similares <i>Genero :</i> Indistinto <i>Habilidades:</i> actitud de líder, proactivo, responsable, dinámico, honesto					
Elaboró: Janeth Espinoza		Revisó: Ing. Marcelo Gallardo		Autorizó: Sr. Marco Tituaña	

Gráfico 37. Manual de Funciones Secretaria

	Calzado Joshep's Marc	Fecha: 15 junio 2016			
		Página:	2	De	9
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página:		De	
		De Fecha:			
<u>Identificación del puesto</u>					
<p><i>Nombre del área :</i> Secretaria</p> <p><i>Ubicación :</i> Nivel Administrativo</p> <p><i>Numero de plaza:</i> 1</p>					
<u>Relación de autoridad</u>					
<p><i>Autoridad inmediata:</i> Gerente</p> <p><i>Subordinados directos:</i> Ninguno</p>					
<u>Función Principal:</u>					
<p>Apoyar en los procedimientos administrativos que garantice eficientemente el desarrollo gerencial.</p>					
<u>Funciones Secundarias:</u>					
<ul style="list-style-type: none">  Redactar oficios, correspondencias, anuncios, entre otros documentos.  Recibir a las visitas, efectuar y recibir llamadas necesarias.  Atender a las visitas con actitud proactiva transmitiendo una buena imagen corporativa lo cual permita satisfacerlas con sus requerimientos.  Entregar un reporte diario de las ventas efectuadas.  Organizar y archivar los documentos y las base de datos de los clientes.  Cumplir y hacer cumplir las normas, políticas previamente establecidas en las distintas áreas.  Realizar todas y cada una de las tareas que sean encomendadas por su jefe, así como también colaborar en las distintas áreas.  Realizar las publicaciones necesarias cuando exista una vacante.  Receptar y revisar que las carpetas estén acorde con el perfil requerido para ocupar la vacante, posteriormente deberá enviar al gerente para que realice un análisis y selección del personal idóneo. 					
<u>Perfil del puesto:</u>					
<p><i>Conocimientos :</i> técnicas de archivo, digitación eficiente, correcto uso del teléfono manejo correcto de documentos.</p> <p><i>Estudios :</i> Bachiller en secretariado o carreras a fines</p> <p><i>Experiencia :</i> Mínimo 1 año en cargos similares</p> <p><i>Género :</i> Indistinto</p> <p><i>Habilidades :</i> proactiva autoestima positiva, trabajo en equipo, flexibilidad</p>					
Elaboró: Janeth Espinoza		Revisó: Ing. Marcelo Gallardo		Autorizó: Sr. Marco Tituaña	

Gráfico 38. Manual de Funciones Jefe Financiero

	Calzado Joshep`s Marc	Fecha: 15 junio 2016			
		Página:	3	De	9
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página:		De	
	De Fecha:				
Identificación del puesto <i>Nombre del área :</i> Jefe Financiero <i>Ubicación :</i> Nivel Administrativo <i>Numero de plaza :</i> 1					
Relación de autoridad <i>Autoridad inmediata:</i> Gerente <i>Subordinados directos:</i> Ninguno Función Principal: Dirigir y realizar todas las actividades contables proporcionando de manera clara y confiable reportes que muestren la situación económica de la empresa.					
Funciones Secundarias: <ul style="list-style-type: none"> ✚ Clasificar, interpretar, analizar y realizar registros contables de las transacciones realizadas en la empresa. ✚ Proporcionar la información financiera de tal manera que proporciones datos e información necesaria para la toma de decisiones. ✚ Mantener los saldos de bancos, clientes y proveedores actualizados. ✚ Proveer de la documentación contable necesaria para el buen funcionamiento de la empresa, así como también revisar la secuencia cronológica de facturas, notas de pedido, retenciones, cheques, etc. ✚ Realizar los pagos requeridos a los proveedores. ✚ Revisar los movimientos realizados en la empresa así como las facturas emitidas, los pagos efectuados, etc. ✚ Realizar las declaraciones mensuales, del impuesto a la renta, roles de pago. ✚ Realizar y efectuar los pagos de impuestos en el SRI, además de realizar los trámites necesarios en el IESS. 					
Perfil del puesto: <i>Conocimientos :</i> Manejo paginas IESS y SRI, NIIF, Word y Excel avanzado. <i>Estudios :</i> Título de tercer nivel en contabilidad y auditoría. <i>Experiencia :</i> Mínimo 1 año en cargos similares <i>Edad y Genero :</i> Indistinto <i>Habilidades :</i> Responsable, proactivo, dispuesta a trabajar bajo presión, honrado, orientación al logro de resultados.					
Elaboró: Janeth Espinoza		Revisó: Ing. Marcelo Gallardo		Autorizó: Sr. Marco Tituaña	

Gráfico 39. Manual de Funciones Jefe de Producción

	Calzado Joshep's Marc	Fecha: 15 junio 2016			
		Página:	4	De	9
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página:		De	
De Fecha:					
<u>Identificación del puesto</u> <i>Nombre del área :</i> Jefe de Producción <i>Ubicación :</i> Nivel Operativo <i>Numero de plaza:</i> 1					
<u>Relación de autoridad</u> <i>Autoridad inmediata:</i> Gerente <i>Subordinados directos:</i> Operarios					
<u>Función Principal:</u> Comprar los materiales y coordinar la producción de calzado de calidad, supervisando el proceso de transferencia de la materia prima.					
<u>Funciones Secundarias:</u> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Coordinar las tareas del personal. ✚ Organizar y planificar la producción de la empresa ✚ Velar por el adecuado funcionamiento de la maquinaria y equipos. ✚ Verificar la existencia necesaria de materia prima, materiales para la producción requerida. ✚ Realizar el proceso de selección de materia prima e insumos, constatando que cumplan con los estándares de calidad oportunos con la finalidad de obtener un producto de calidad. ✚ Buscar proformas de los materiales que son requeridos para la producción, las mismas que nos permitan establecer quienes será nuestros proveedores. ✚ Realizar el pedido de materia prima e insumos requeridos para la producción. ✚ Entrenar y supervisar a cada subordinado encargado de algún proceso de producción. ✚ Observar y analizar las fallas e imprevistos durante todo el proceso de producción, para posteriormente dar una oportuna solución. ✚ Velar por la calidad de todos y cada uno de los productos elaborados. ✚ Controlar la higiene, orden y limpieza de la fábrica. ✚ Atender solicitudes y quejas de los subordinados ✚ Realizar el reporte diario de las actividades realizadas para ser entregado al gerente. ✚ Vigilar que el proceso de producción se cumpla tal y como se estableció. ✚ Velar por la seguridad de los trabajadores 					
<u>Perfil del puesto:</u> <i>Conocimientos :</i> el proceso de producción de calzado, de costos y presupuestos, office avanzado. <i>Estudios :</i> Estudios superiores Tecnológico industrial <i>Experiencia :</i> Mínimo 1 año en cargos similares <i>Edad y Genero :</i> Indistinto <i>Habilidades :</i> Trabajar en equipo, calidad de trabajo, liderazgo					
Elaboró: Janeth Espinoza		Revisó: Ing. Marcelo Gallardo		Autorizó: Sr. Marco Tituaña	

Gráfico 40. Manual de Funciones Jefe de Ventas

	Fecha: 15 junio 2016				
	Calzado Joshep's Marc	Página:	5	De	9
	Sustituye a				
	Manual de Funciones	Página:		De	
	De Fecha:				
<p><u>Identificación del puesto</u></p> <p><i>Nombre del área :</i> Jefe Ventas</p> <p><i>Ubicación :</i> Nivel Administrativo</p> <p><i>Numero de plaza:</i> 1</p>					
<p><u>Relación de autoridad</u></p> <p><i>Autoridad inmediata:</i> Gerente</p> <p><i>Subordinados directo:</i> Ninguna</p>					
<p><u>Función Principal:</u></p> <p>Gestionar las ventas de la empresa, así como las estrategias de comercialización.</p>					
<p><u>Funciones Secundarias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> + Investigar y establecer las promociones y estrategias para incrementar las ventas y por ende las estabilidad económica de la empresa. + Dar la bienvenida al cliente de manera atenta y cordial. + Atender y tomar el pedido realizados por parte del cliente. + Establecer políticas de ventas que ayuden a la fuerza de ventas a cerrar a venta. + Identificar nichos de mercado creciente y rentable. + Atender al cliente de forma cordial y atenta, ofertando toda la variedad de productos que se dispone en stock. + Llevar un correcto control de las ventas y un análisis de las mismas. + Mantener un stock variados dando lugar al cliente a elegir un calzado que vaya de acuerdo a su personalidad y estilo. 					
<p><u>Perfil del puesto:</u></p> <p><i>Conocimiento s:</i> atención al clientes, técnicas de ventas</p> <p><i>Estudios :</i> Título Universitario en Marketing y Gestión de Negocios o carreras a fines</p> <p><i>Experiencia :</i> Mínimo 1 año en cargos similares</p> <p><i>Edad y Genero :</i> Indistinto</p> <p><i>Habilidades :</i> Iniciativa Propia, Proactivo, Facilidad de Palabra, capacidad de trabajar en equipo.</p>					
Elaboró: Janeth Espinoza		Revisó: Ing. Marcelo Gallardo		Autorizó: Sr. Marco Tituaña	

Gráfico 41. Manual de Funciones Cortador

	Calzado Joshep`s	Fecha: 15 junio 2016			
		Página:	6	De	9
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página:		De	
		De Fecha:			
<p><u>Identificación del puesto</u> <i>Nombre del área</i> : Cortador <i>Ubicación</i> : Nivel Operativo <i>Numero de plaza</i> : 1</p>					
<p><u>Relación de autoridad</u> <i>Autoridad inmediata</i>: Jefe de Producción <i>Subordinados directos</i>: Ninguno</p>					
<p><u>Función Principal:</u> Realizar el corte de las piezas de acuerdo a cada modelo de calzado, aprovechando al máximo los</p>					
<p><u>Funciones Secundarias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> + Responsabilizarse de todas las herramientas e implementos que sean asignados a cada uno para cada puesto de trabajo. + Realizar los Cortes de materia prima de tal manera que no se desperdicie los materiales. + Marcar las piezas y separarlos de acuerdo a los requerimientos + Desbastar las piezas de acuerdo al modelo + Limpiar periódicamente el lugar de trabajo garantizando el orden y limpieza de la empresa 					
<p><u>Perfil del puesto:</u></p> <p><i>Conocimientos</i> : Procedimiento para la elaboración del calzado <i>Estudios</i> : Título Bachiller artesano en calzado <i>Experiencia</i> : Mínimo 1 año en cargos similares <i>Edad y Genero</i> : Indistinto <i>Habilidades</i> : Responsable, proactivo, memorizar modelos, dispuesta a trabajar bajo presión, honrado, sentido de orden el trabajo.</p>					
<p>Elaboró: Janeth Espinoza</p>		<p>Revisó: Ing. Marcelo Gallardo</p>		<p>Autorizó: Sr. Marco Tituaña</p>	

Gráfico 42. Manual de Funciones Aparador

	Calzado Joshep`s	Fecha: 15 junio 2016			
		Página:	7	De	9
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página:		De	
		De Fecha:			
<p><u>Identificación del puesto</u> <i>Nombre del área</i> : Aparador <i>Ubicación</i> : Nivel Operativo <i>Numero de plaza</i> : 2</p>					
<p><u>Relación de autoridad</u> <i>Autoridad inmediata</i>: Jefe de Producción <i>Subordinados directos</i>: Ninguno</p>					
<p><u>Función Principal:</u> Unir las piezas de un modelo determinado logrando dar forma al modelo de calzado Verificar que los materiales y piezas estén completas y separar por color, modelo dependiendo el Agregar pegamento en las piezas y realizar la perfecta unión de los cortes dando forma al calzado. Implementar las hebillas ojales de acuerdo al modelo Verificar la calidad de su trabajo</p>					
<p><u>Perfil del puesto:</u> <i>Conocimientos</i> : Procedimiento para la elaboración del calzado <i>Estudios</i> : Título Bachiller artesano en calzado <i>Experiencia</i> : Mínimo 1 año en cargos similares <i>Edad y Genero</i> : Indistinto <i>Habilidades</i> : Responsable, proactivo, memorizar modelos, dispuesta a trabajar bajo presión, honrado,</p>					
<p>Elaboró: Janeth Espinoza</p>		<p>Revisó: Ing. Marcelo Gallardo</p>		<p>Autorizó: Sr. Marco Tituaña</p>	

Gráfico 43. Manual de Funciones Plantador

	Calzado Joshep`s	Fecha: 15 junio 2016			
		Página:	8	De	9
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página:		De	
De Fecha:					
<p><u>Identificación del puesto</u> <i>Nombre del área : Plantador</i> <i>Ubicación : Nivel Operativo</i> <i>Numero de plaza : 2</i></p>					
<p><u>Relación de autoridad</u> <i>Autoridad inmediata: Jefe de Producción</i> <i>Subordinados directos: Ninguno</i></p>					
<p><u>Función Principal:</u> Armar y pegar las plantas obtenido como resultado un producto terminado</p>					
<p><u>Funciones Secundarias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Preparación de los materiales necesarios para el armado Cortar plantillas de cartón, puntas, dentros, emplantillar, recortar, colocando puntas y dentros. Dejar secar, colocar en la maquina armadora y proceder al armado Llevar el corte para el cardado, aplicar los liquidos y pegas, colocar en el horno y prececer a pegar. Verificarla calidad del trabajo 					
<p><u>Perfil del puesto:</u></p> <p><i>Conocimientos : Procedimiento para la elaboración del calzado</i> <i>Estudios : Titulo Bachiller artesano en calzado</i> <i>Experiencia : Mínimo 1 año en cargos similares</i> <i>Edad y Genero : Indistinto</i> <i>Habilidades : Responsable, proactivo, memorizar modelos, dispuesta a trabajar bajo presión, honrado,</i></p>					
<p>Elaboró: Janeth Espinoza</p>		<p>Revisó: Ing. Marcelo Gallardo</p>		<p>Autorizó: Sr. Marco Tituaña</p>	

Gráfico 44. Manual de Funciones Terminador

	Calzado Joshep`s	Fecha: 15 junio 2016			
		Página:	9	De	9
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página:		De	
	De Fecha:				
<p><u>Identificación del puesto</u> <i>Nombre del área :</i> Terminador <i>Ubicación :</i> Nivel Operativo <i>Numero de plaza :</i> 1</p>					
<p><u>Relación de autoridad</u> <i>Autoridad inmediata:</i> Jefe de Producción <i>Subordinados directos:</i> Ninguno</p>					
<p><u>Función Principal:</u> Dar los acabados del calzado para posterior puedan, ser distribuidos.</p>					
<p><u>Funciones Secundarias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar que calzado no tenga imperfecciones ✓ Colocar la talla de los zapatos y marcar las cajas. ✓ Limpiar el calzado, introducir la plantilla, marcas y el cartón dentro para evitar deformaciones. ✓ Empacar y pasar a bodega de productos terminados 					
<p><u>Perfil del puesto:</u></p> <p><i>Conocimientos :</i> Procedimiento para la elaboración del calzado <i>Estudios :</i> Título Bachiller artesano en calzado <i>Experiencia :</i> Mínimo 1 año en cargos similares <i>Edad y Genero :</i> Indistinto <i>Habilidades :</i> Responsable, proactivo, memorizar modelos, dispuesta a trabajar bajo presión, honrado,</p>					
Elaboró: Janeth Espinoza		Revisó: Ing. Marcelo Gallardo		Autorizó: Sr. Marco Tituaña	

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1.OBJETIVOS

6.1.1. Objetivo General

Demostrar la factibilidad financiera de la creación de calzado casual masculino de la empresa Joshep`s Marc.

6.1.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar la inversión para la creación de calzado casual masculino de la empresa Joshep`s Marc.
- ✓ Establecer el presupuesto de gastos e Ingresos.
- ✓ Analizar los distintos indicadores para conocer la situación presente y futura del proyecto.

6.2.INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Los activos fijos tangibles o también denominados "*como propiedades, planta y equipo*" son considerados como aquellos bienes u objetos de naturaleza material que tiene una persona ya sea natural o jurídica (Lopez, 2014). Mientras que para (Horngren, 2003) son activos tangibles que perduran en el tiempo mismo que son utilizados en el desarrollo de las "*operaciones de la empresa y no están sujetas a la venta*".

Para el correcto desarrollo del proyecto es fundamental contar con activos que faciliten el proceso productivo, es así que contaremos con los siguientes:

Tabla 42. Activos Fijos Tangibles

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE ACTIVO	VALOR UNITARIO	VALOR MONETARIO	VALOR DE APOORTE 20%
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES				
EQUIPO COMPUTO		999,00	1500,00	300,00
2	<i>Equipo de computo LG</i>	501,00	1002,00	200,40
1	<i>Convertible Laptop Toshiba</i>	498,00	498,00	99,60
MAQUINARIA		33200,00	33200,00	7965,00
1	<i>Destalladora Fa</i>	100,00	100,00	20,00
1	<i>Máquina de Aparar Ivomaq</i>	320,00	320,00	64,00
1	<i>Máquina de Aparar doble</i>	480,00	480,00	96,00
1	<i>Máquina de Aparar</i>	350,00	350,00	70,00
1	<i>Troqueladora A</i>	450,00	450,00	90,00
1	<i>Comprensor y Prensadora</i>	8000,00	8000,00	1600,00
1	<i>Abrillantadora marca</i>	1500,00	1500,00	300,00
1	<i>Motor doble rodillo marca</i>	500,00	500,00	100,00
1	<i>Horno una puerta</i>	1000,00	1000,00	200,00
1	<i>Vaporizador</i>	500,00	500,00	100,00
1	<i>Armadora de puntas marca</i>	20000,00	20000,00	4000,00
1	<i>Herramientas</i>	1325,00	1325,00	1325,00
EDIFICIO		70000,00	70000,00	14000,00
1	<i>Galpon</i>	70000,00	70000,00	14000,00
MUEBLES Y ENSERES		3500,00	3500,00	700,00
1	<i>Muebles de enseres</i>	3500,00	3500,00	700,00
TOTAL		107699,00	108200,00	22965,00

Fuente: Elaboración Propia

Actualmente en la empresa cuenta con ciertos activos fijos, sin embargo es necesario adquirir determinados activos tales como equipo de cómputo pues los que existen se encuentran desactualizados, al igual que la nueva línea de calzado asuma un 20% de los activos existentes.

6.3. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES

Activos intangibles no se los puede ver ni tocar son de derecho o beneficios económicos requeridos para el correcto funcionamiento de la empresa, (Elliott, 2000, pág. 327). A si mismo también se considera como aquel valor que reside en los derechos que posee la empresa, (Lopez, 2014).

Tabla 43. Activos Fijos Intangibles

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE ACTIVO	VALOR MONETARIO
<i>1</i>	<i>Software Contable</i>	<i>200,00</i>
<i>1</i>	<i>Publicidad y Promoción</i>	<i>8034,74</i>
Suman		8234,74

Fuente: Elaboración Propia

La empresa actualmente se encuentra en funcionamiento produciendo calzado para el segmento femenino razón por la cual no es necesario incurrir en gastos de constitución, permisos legales ni patentes, es así que para la implementación del proyecto tan solo se requiere adquirir un software contable.

6.4. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se refiere a la inversión de dinero realizada en la empresa u organización para lleva acabo la gestión económica es decir la capacidad que tienen la empresa para el desarrollo de sus actividades económicas, (Ynfante, 2009). Por su parte el capital de trabajo depende del volumen de activos que disponga la empresa. Por su parte el capital de trabajo es igual activo circulante menos el pasivo circulante, (Baca Urbina, 2010, pág. 146).

Activo circulante son todos aquellos activos de los cuales se espera que se "*conviertan en efectivo, se vendan o se consuman en el transcurso de un año*", (Bravo Santillan, 2010,

pág. 199). Además son importantes para todas las empresas pues dichos activos permiten las organizaciones puedan operar. Pasivo corriente forma parte del pasivo el mismo que contiene las deudas u obligaciones a corto plazo de las empresas, (Economipedia, 2015).

Formula:

Activos Circulante o Corrientes – Pasivos Corrientes o Circulantes

Tabla 44. Activo Circulante

CUENTA	VALOR
Caja – Bancos	500,00
Inventario	5976,10
Cuentas por Cobrar	8151,95
TOTAL	14628,05

Fuente: Elaboración Propia

El valor de Caja - Bancos es de 500 dólares que se determina para el presente proyecto, mismos que será la caja chica de la empresa, es decir que dicho valor que utilizara para cancela gastos pequeños que se incurra en el desarrollo de actividades cotidianas de la empresa.

➤ *Inventario*

Los inventarios son activos corrientes debido a que las mercaderías deben venderse de forma inmediata.

$$LE = \frac{\sqrt{2 \times F \times U}}{C \times P}$$

Donde:

LE: Cantidad óptima que se requiere de Materia Prima cada vez que se adquiera

2: Constante de la Formula

F: Costos fijos de colocar y recibir una orden de compra.

U: Consumo anual en unidades en materia prima

C: Tasa de interés vigente en el país. Según datos (Banco Central de Ecuador, 2016) la tasa pasiva de interés es 6.01%, tasa recomienda utilizar como referencia, pues es el rendimiento que produciría el dinero en alguna inversión.

P: Precio de Materia Prima

❖ **Materia prima**

$$LE = \frac{\sqrt{2 \times 7 \times 14883}}{0,0601 \times 1,60}$$

$$LE = \frac{\sqrt{208362}}{0.0962}$$

$$LE = 1472u$$

$$LE = 1472u \times 1,60 = \$2355,20$$

Cuando calzado Joshep`s Marc compre inventario, tendrá que comprar en cuanto se refiere al cuero 1472 pies, obteniendo como inversión inicial \$ 2355,20.

❖ **Forro mástil**

$$LE = \frac{\sqrt{2 \times 7 \times 8930}}{0,0601 \times 1,20}$$

$$LE = \frac{\sqrt{125020}}{0.07212}$$

$$LE = 1317u$$

$$LE = 1317u \times 1,20 = \$1580,40$$

Cuando calzado Joshep`s Marc compre inventario, tendrá que comprar en cuanto se refiere al forro mástil 1317 pies, obteniendo como inversión inicial \$ 1580,40.

❖ **Plantas**

$$LE = \frac{\sqrt{2 \times 6 \times 5953}}{0,0601 \times 3,50}$$

$$LE = \frac{\sqrt{71436}}{0.2104}$$

$$LE = 583u$$

$$LE = 583u \times 3,50 = \$2040,50$$

Cuando calzado Joshep`s Marc compre inventario, tendrá que comprar en cuanto se refiere a plantas 583 pares, obteniendo como inversión inicial \$ 2040,50.

Tabla 45. Inventario

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD EN UNIDADES	VALOR MONETARIO
Cuero plena flor	1472	2355,2
Forros mástil	1317	1580,4
Plantas	583	2040,5
Total	3372	5976,1

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Cuentas por cobrar*

Las cuentas por cobrar son obligaciones que terceras personas tienen con la empresa es decir que adeudan por la compra de productos o servicios que ofertan las empresas a crédito, (Meza Vargas, 2007, pág. 64).

$$CXC = \frac{Ventas}{360} \times ppr$$

Dónde:

Ventas: Ingresos Brutos de primer año comercial

Ppr: Período promedio de recuperación.

Calculo de Periodo

La empresa actualmente se encuentra con la siguiente política de crédito 8, 15, y 30, por lo cual también se pretende aplicar las mismas políticas en la nueva línea de calzado casual.

$$PPR = \frac{8 + 15 + 30}{3}$$

$$PPR = 18 \text{ días}$$

$$CXC = \frac{163038,90}{360} \times 18$$

$$CXC = 8151,95$$

La inversión necesaria como consecuencia de vender a crédito será de 8151,95.

$$\text{Activo Circulante} = \text{Caja} + \text{Inventario} + \text{Cuentas por cobrar}$$

$$\text{Activo Circulante} = 500 + 5976,10 + 8151,95$$

$$\text{Activo Circulante} = 14628,05$$

➤ *Pasivo Corriente*

$$TC = \frac{AC}{PC}$$

Donde:

PC: Pasivo Corriente

AC: Activo Corriente

TC: Tasa Circulante 2,5 es un valor referencial que el banco central obtiene con la información emitida por las entidades financieras, con la finalidad que operen sin generar ganancia ni pérdida.

$$2,5 = \frac{14628,5}{PC}$$

$$PC = \frac{14628,50}{2,5}$$

$$PC = 5851,22$$

➤ *Capital de Trabajo*

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Total Activo Circulante} - \text{Total Pasivo Corriente}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 14628,05 - 5851,22$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 8776,83$$

6.5. RESUMEN DE LAS INVERSIONES.

Básicamente la inversión es son los recursos que se aportan para fines productivos para obtener una ganancia, a continuación se detalla la totalidad de inversión requerida para el presente proyecto. Así mismo comprende la compra de activos fijos tangibles e intangibles "necesarios para iniciar el desarrollo de las operaciones dentro la empresa", (Baca Urbina, 2010, pág. 143).

Tabla 46. Inversión Total

CUENTA	VALOR	PORCENTAJE
<i>Activo Fijo Tangible</i>	<i>22875,00</i>	<i>57,35%</i>
<i>Activo Diferido</i>	<i>8234,74</i>	<i>20,65%</i>
<i>Capital Trabajo</i>	<i>8776,83</i>	<i>22,00%</i>
TOTAL	39886,57	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

La inversión requerida para la implementación de la nueva línea de calzado es de 39886,57 dólares de los cuales 22875,00 dólares que representa el 57.35% serán destinados para los activo fijos, mientras que 8234.74 dólares que representa el 20,65% serán invertidos en los activos diferidos, finalmente 8776.83 dólares que representa el 22% será el capital de trabajo.

6.6.FINANCIAMIENTO.

Se considera que una empresa está financiada cuando ha "*requerido capital a través de préstamo para cubrir determinada necesidad económica adquirida*", (Baca Urbina, 2010, pág. 153). Para realizar el análisis que permita determinar la institución financiera que mejor beneficios ofrece para el crédito de 15225 dólares, se obtiene información de 5 instituciones financieras.

Tabla 47. Instituciones Financieras

INSTITUCIÓN FINANCIERA	MONTO	PLAZO MESES	INTERÉS ACTIVA	MOVIMIENTO CTA	SEGURO DESGRAVAMEN	GARANTIA	FRECUENCIA DE PAGO
Cooperativa Ambato	15225	60	15,00%	NO	SI	2 garantes	Mensual
Produbanco	15225	60	10,78%	NO	SI	1 garantes	Mensual
Pichincha	15225	48	15,19%	NO	SI	2 garantes	Mensual
Pacífico	15225	42	16,06%	NO	SI	2 garantes	Mensual
Coop San Francisco	15225	36	16,30%	NO	SI	1 Garante	Mensual

Fuente: Elaboración Propia

La Cooperativa Ambato ofrece una tasa de interés activa de 15% mientras que el banco

pichincha ofrecen una tasa de interés activa de 15.19% seguido por el banco pacifico con un interés del 16.06%, finalmente la cooperativa san fránico ofrece una tasa de interés del 16.30% siendo esta la más alta del mercado financiero, mientras que la tasa más baja es del Banco Produbanco 10,78%.

Así también en cuanto a garantías todas las instituciones financieras requiere de 1 o 2 garantes dependiendo de las políticas de cada institución, en lo referente al movimiento de la cuenta la única institución que solicita es el banco produbanco, todas las instituciones tienen el seguro de desgravamen.

Finalmente luego de análisis respectivo se decide que el crédito de 15225 dólares se lo realizada en el Banco Produbanco pues es la institución que presenta menor interés y otorga un plazo de 60 meses.

Tabla 48. Financiamiento

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
<i>Recursos Propio</i>	<i>24661,57</i>	<i>61,83%</i>
TOTAL INVERSIÓN		
<i>Institución Financiera</i>	<i>15225</i>	<i>38,17%</i>
TOTAL INVERSIÓN	39886,57	100%

Fuente: Elaboración Propia

La inversión requerida para el proyecto es de 39886,57 dólares americanos de los cuales la empresa cuenta con un capital propio de 24661.57 que representa 61,83% para cubrir la diferencia de 15225 USD se realizara un préstamo en el Banco Produbanco cuyo valor representa el 38.17 % de la inversión de la nueva línea de calzado casual.

6.7.PLAN DE INVERSIONES.

Como se mencionó anteriormente la totalidad de la inversión será cubierta por financiamiento de instituciones financieras y capital propio, el plan de inversión necesario para el desarrollo del emprendimiento se detalla a continuación:

Tabla 49. Plan de Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Activos Fijos Tangibles	
<i>Equipo Computo</i>	<i>300,00</i>
<i>Maquinaria</i>	<i>7875,00</i>
<i>Edificio (Galpón 20%)</i>	<i>14000,00</i>
<i>Muebles Y Enseres</i>	<i>700,00</i>
Activos Diferidos	
<i>Software Contable</i>	<i>200</i>
<i>Publicidad y Promoción</i>	<i>8034,74</i>
Capital de Trabajo	
<i>Capital de Trabajo</i>	<i>8776,83</i>
TOTAL INVERSIÓN	39886,57

Fuente: Elaboración Propia

6.8.PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

Los costos son considerados como el desembolso en efectivo o en especies realizadas, presente o futuro. De hecho los costos "presentes se los denomina inversión mientras que los costos futuros nos sirve para realizar un estado de resultados pro-forma o proyectado en determina evaluación", (Baca Urbina, 2010, pág. 139).

6.8.1. Costos de Producción

En los costos de producción únicamente se refleja los requerimientos del estudio técnico, sabiendo que dichos costos son los bienes y esfuerzos en los cuales es necesario incurrir para la obtención de un producto terminando para posterior ser ofertado en el mercado, tales costos se pueden considerar la materia prima, insumos, mano de obra directa e indirecta, mantenimiento de maquinaria, cargos de depreciación y amortización (Gerencie, Costos Producción, 2008).

➤ *Materia prima*

Tabla 50. Costo de Materia Prima

Descripción	Unidad de Medida	Consumo Anual	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cuero de res	Pies	14883	1,6	23812,00
Forro Mástil	Pies	8930	1,2	10715,40
Plantas	Pares	5953	3,5	20835,50
Total		29765		55362,90

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Mano de Obra Directa*

Tabla 51. Costo de Mano de Obra Directa

Características	Consumo Anual	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO POR PAR	Sueldo ANUAL
Cortador (a)	1	5953	0,31	1845,43
Aparador(a)	1	5953	1,26	7500,78
Armador	1	5953	1,01	6012,53
Plantador	1	5953	1,01	6012,53
Terminado	1	5953	0,26	1547,78
Total				22919,05

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Mano de Obra Indirecta*

Tabla 52. Costo Mano de Obra Indirecta

Características	Consumo Anual	Sueldo MENSUAL	Sueldo ANUAL
Jefe de Producción	1	374,56	4494,72

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Insumos*

Tabla 53. Costo de Insumos

Descripción	Unidad de Medina	CONSUMO ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Conos de Hilos costura	Unidades	35,4	10,45	370,29
Hilo de Trama	Unidades	35,4	4,40	155,91
Pega Amarilla Mas	Litros	496,1	2,28	1131,07
Pega Blanca kisafix	Litros	248,0	3,88	962,40
Vulcanizador Prof 120	Unidades	35,4	3,74	132,53
Alcohol Industrial	Litros	49,6	2,00	99,22
Plantillas de Cartón	Unidades	198,4	2,77	549,66
Puntera T-65 ORT	Unidades	297,7	2,25	669,71
Punteras T-65 TEX	Unidades	297,7	2,42	720,31
Plantillas mástil	Pies	2976,5	0,80	2381,20
Cambrela Cruz de 100gr	Metros	248,0	0,80	198,43
Etiquetas ADH	Par	496,1	0,56	277,81
Hebillas	Par	496,1	2,50	1240,21
Cordones	Par	496,1	1,00	496,08
Elástico Colombiano 6cm	Metros	496,1	1,50	744,13
Grapas	Caja	41,3	2,50	103,35
Activador I-333	Galón	35,4	19,25	682,11
Lija Fina	Metros	12,4	4,50	55,81
Mina	Unidades	3,3	2,00	6,64
Esponja	Metros	198,4	2,00	396,87
Total				11373,74

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Materiales Indirectos*

Tabla 54. Costo Materiales Indirectos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Fundas con logo y colores corporativos (Biodegradables)	Unidad	5953	0,10	595,30
Cajas Zapato Hombre un Cuerpo	Unidades	5953	0,50	2976,50
Caja de Grande	Unidades	136	3,64	495,04
Total				4066,84

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Mantenimiento de Maquinaria*

Tabla 55. Costo Mantenimiento de Maquinaria

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Destalladora Fav AV1	Unidad	1	30	30
Máquina de Aparar Triple Transporte Ivomaq	Unidad	1	40	40
Máquina de Aparar sencilla Ivomaq	Unidad	1	40	40
Máquina de Aparar doble aguja Ivomaq	Unidad	1	40	40
Troqueladora Atom 120 CE	Unidad	1	30	30
Compresor y Prensadora Pasanqui T 72 TLC	Unidad	1	50	50
Abrillantadora marca Intermeca	Unidad	1	30	30
Motor doble rodillo marca Intermeca	Unidad	1	20	20
Horno una puerta pequeño Andino	Unidad	1	20	20
Vaporizador	Unidad	1	20	20
Armadora de puntas marca Basicmac	Unidad	1	75	75
TOTAL				395

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Cargo Depreciación*

La depreciación se refiere básicamente al desgaste que sufren los activos por el uso, para realizar el cálculo de la depreciación se utiliza por realiza a través del método de línea recta mismos que consiste en restar el valor del bien menos el valor residual, luego de divide para el número de años de vida útil del activo y se obtiene el valor de

la depreciación. Se establece que n será 5 años pues se pretende recuperar la inversión en los primeros años de vida útil del proyecto.

Formula

$$D = \frac{V_o - V_r}{n}$$

Donde

D: Depreciación

Vo: Valor Original

Vr: Valor residual

N: Tiempo en año vida útil

Tabla 56 Costo Depreciación

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE ACTIVO	VALOR UNITARIO	VALOR MONETARIO	VALOR DE APOORTE 20%	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL	DEPRCIACIÓN
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES								
EQUIPO COMPUTO		999,00	1500,00	300,00	60,00	240,00		48,00
2	Equipo de computo LG pantalla plana	501,00	1002,00	200,40	40,08	160,32	5	32,06
1	Convertible Laptop Toshiba convertible Táctil 500gb +4gb	498,00	498,00	99,60	19,92	79,68	5	15,94
MAQUINARIA		32750,00	32750,00	7875,00				1256,80
1	Destalladora Fav AV1	100,00	100,00	20,00	0,00	0,00	5	0,00
1	Máquina de Aparar Ivomaq	320,00	320,00	64,00	12,80	51,20	5	10,24
1	Máquina de Aparar doble aguja Ivomaq	480,00	480,00	96,00	19,20	76,80	5	15,36
1	Máquina de Aparar sencilla Ivomaq	350,00	350,00	70,00	14,00	56,00	5	11,20
1	Compresor y Prensadora Pasanqui T 72 TLC	8000,00	8000,00	1600,00	320,00	1280,00	5	256,00
1	Abrillantadora marca Intermeca	1500,00	1500,00	300,00	60,00	240,00	5	48,00
1	Motor doble rodillo marca Intermeca	500,00	500,00	100,00	20,00	80,00	5	16,00
1	Horno una puerta pequeño Andino	1000,00	1000,00	200,00	40,00	160,00	5	32,00
1	Vaporizador	500,00	500,00	100,00	20,00	80,00	5	16,00
1	Armadora de puntas marca Brasicmac	20000,00	20000,00	4000,00	800,00	3200,00	5	640,00
1	Herramientas	1325,00	1325,00	1325,00	265,00	1060,00	5	212,00
EDIFICIO		70000,00	70000,00	14000,00				2240,00
1	Galpon	70000,00	70000,00	14000,00	2800,00	11200,00	5	2240,00
MUEBLES Y ENSERES		3500,00	3500,00	700,00				112,00
1	Muebles de enseres	3500,00	3500,00	700,00	140,00	560,00	5	112,00
TOTAL		107249,00	107750,00	22875,00		18284,00		3656,80

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Cargo Amortización*

Tabla 57. Costo Amortización

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE ACTIVO	VALOR MONETARIO	AMORTIZACIÓN	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN
1	Software Contable	200,00	10%	5,00	40,00
12	Publicidad y Promoción	8034,74	10%	5,00	1606,95
Suman		8234,74			1646,95

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Tabla Resumen*

Tabla 58. Resumen de Costos Producción

DESCRIPCIÓN	COSTOS TOTAL
Materia Prima	55362,90
Mano de Obra Directa	22919,05
Mano de Obra Indirecta	4494,72
Insumos	11373,74
Mantenimientos Maquinaria	395,00
Materiales Indirectos	4066,84
Depreciación Y Amortización	5303,75
TOTAL	103916,00

Fuente: Elaboración Propia

6.8.2. Gastos administrativos

Son costos los mismos que son necesarios realizarlos para el correcto desarrollo de las funciones netamente administrativas es decir relacionas con la dirección y manejo de la operaciones generales de la organización, dichos costos pueden ser servicios básicos, suministros de oficina, de aseo, sueldos y salarios (Baca Urbina, 2010, pág. 142).

➤ *Servicios Básicos*

Tabla 59. Gastos Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Luz	KW/h	1280	0,2	256
Agua	m³	100	0,5	50
Teléfono	m	1620	0,2	324
Internet	MB	24	10	240
Total				870

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Suministros de oficina*

Tabla 60 Gastos Suministros de Oficina

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Esferos de Colores	Cajas	2	2,5	5
Carpetas de Cartón 25	Paquete	1	5	5
Archivadores Granda	Unidades	24	2,25	54
Cuadernos de Apuntes	Unidades	6	2	12
Archivadores Pequeños	Unidades	24	1,75	42
Total				118

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Suministros de limpieza*

Tabla 61. Gastos Suministros de Limpieza

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Trapeador	Unidades	3	2,5	7,5
Desinfectantes	Litro	10	2	20
Jabón Liquido	Litro	5	1,75	8,75
Cloro	Litro	10	1,55	15,5
Total				51,75

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Sueldos y Salarios*

Tabla 62 Gasto Sueldos y Salarios

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente	1	383,09	4597,08
Secretaria	1	366,00	4392,00
Total			8989,08

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Honorarios*

Tabla 63. Gastos Honorarios

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Contadora	1	100,00	1200,00
Total			1200,00

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Tabla Resumen*

Tabla 64. Resumen Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	VALOR
Servicios Básicos	870,00
Suministros Oficina	118,00
Suministros Aseo	51,75
Sueldos y Salarios	8.989,08
Honorarios	1.200,00
TOTAL C. ADMINISTRATIVOS	11.228,83

Fuente: Elaboración Propia

6.8.3. Gastos financieros

Se refieren a los costos que se originan por la utilización de recursos ajenos, que requiere la empresa para facilitar su funcionamiento, tales como los intereses generados por la obtención de préstamo así como también los costos de la entrega de chequera, (Thompson, 2008).

Tabla 65. Gastos Financieros

Descripción	Consumo Anual	Valor Anual
<i>Interés</i>	<i>1</i>	<i>1523,57</i>
TOTAL		1523,57

Elaborado: Janeth Espinoza

Fuente: Empresa

6.8.4. Gasto de venta

Son costos relacionados con la comercialización de los productos es decir costos que se realizan en el área encarada de llevar el producto ofertado al consumidor, estos costos pueden ser los sueldos y salarios que se paga al personal encardo en dicha área, (Thompson, 2008).

➤ *Sueldos y Salarios*

Tabla 66. Gastos Sueldo y Salarios

Características	Consumo Anual	Sueldo MENSUAL	Sueldo ANUAL
Vendedor	1	375,77	4509,24

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 67. Transporte de materias

Descripción	Consumo Anual	Valor Mensual	Valor Anual
<i>Transporte de Materia Prima</i>	4	20,00	80,00
TOTAL		20	

Fuente: Elaboración Propia

6.9.SITUACIÓN FINANCIERA ACTUAL

Balance General también denominado como estado de situación financiera, el mismo que es encargado de presentar la situación financiera de la empresa en un determinado periodo es decir los recursos que posee y la forma en que estos están siendo financiados con la finalidad que ayude a la toma de decisiones , además es el encargado de presentar los activos que dispone la empresa y a su vez el origen de los mismos mediante el pasivo y el capital contable, mostrando derechos, bienes y obligaciones que tiene la empresa en determinado periodo, (Bravo Santillan, 2010, pág. 197). Los balances tienen como finalidad determinar cada año cual es el "*valor real de la empresa ene determinado periodo, es ahí donde surge la revaluación de los activos en base a la inflación permitiendo tener un valor más real de la organización*", (Baca Urbina, 2010, pág. 156).

Activos son básicamente todos los bienes y derechos que tiene la empresa, esperando obtener un beneficio en el futuro. *Pasivo* no circulante es aquellos recursos que fueron financiados por fuentes externas a la misma. Constituyendo a un conjunto de obligaciones que ocasionará que la empresa entregue efectivo u otro tipo de activos, (Bravo Santillan, 2010, pág. 207). *Capital* es considerado como el derecho de los propietarios los activos de la empresa, es decir representa la parte residual de los activos que fueron financiados por los accionistas, (Bravo Santillan, 2010, pág. 209).

CALZADO JOSHEP'S MARC

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL PROFORMA

ACTIVO		PASIVO	
Caja - Bancos	500,00	Cuentas por Pagar	5851,22
Inventario	5976,10	TOTAL PASIVO CIRCULANTE	5851,22
Cuentas por Cobrar	8151,95	LARGO PLAZO	
TOTAL ACTIVO	14628,05	Préstamo Bancario	15225,00
ACTIVO TANGIBLE		TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	15225,00
Equipo de Computo	300,00	TOTAL PASIVO	21076,22
Maquinaria	7875,00		
Edificio	14000,00	PATRIMONIO	
Muebles y Enseres	700,00	Capital	19357,82
Depreciación Acumulada	3656,80	TOTAL PATRIMONIO	19357,82
TOTAL ACTIVO TANGIBLE	19218,20		
ACTIVOS INTANGIBLE			
Software	200,00		
Publicidad y Propaganda	8034,74		
Amortización Acumulada	1646,95		
TOTAL INTANGIBLE	6587,79		
TOTAL ACTIVO	40434,04	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	40434,04

GERENTE

CONTADOR

Fuente: Elaboración Propia

6.9.1. Situación financiera proyectada

Para la proyección de la situación financiera se calcula con la inflación anual que según (Banco Central del Ecuador, 2016) el porcentaje anual es de 3,09%.

CALZADO JOSHEP'S MARC
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL PROFORMA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 23	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
Caja - Bancos	500,00	515,45	531,38	547,80	564,72
Inventario	5976,10	6160,76	6351,13	6547,38	6749,69
Cuentas por Cobrar	8151,95	8403,85	8663,52	8931,23	9207,20
TOTAL ACTIVO	14628,05	15080,06	15546,03	16026,40	16521,62
ACTIVO TANGIBLE					
Equipo de Computo	300,00	309,27	330,92	354,08	378,87
Maquinaria	7875,00	8118,34	8686,62	9294,68	9945,31
Edificio	14000,00	14432,60	15442,88	16523,88	17680,56
Muebles y Enseres	700,00	721,63	772,14	826,19	884,03
Depreciación Acumula	3656,80	3656,80	3656,80	3656,80	3656,80
TOTAL ACTIVO TANGIBLE	19218,20	19925,04	21575,77	23342,05	25231,96
ACTIVOS INTANGIBLE					
Software	200,00	206,18	212,55	219,12	225,89
Publicidad y Propaganda	8034,74	8283,01	8538,96	8802,81	9074,82
Amortización Acumulada	1646,95	1646,95	1646,95	1646,95	1646,95
TOTAL INTANGIBLE	6587,79	6842,25	7104,56	7374,98	7653,76
TOTAL ACTIVO	40434,04	41847,34	44226,36	46743,43	49407,34
PASIVO					
Cuentas por Pagar	5851,22	6032,02	6218,41	6410,56	6608,65
TOTAL PASIVO CIRCULANTE	5851,22	6032,02	6218,41	6410,56	6608,65
LARGO PLAZO					
Préstamo Bancario	15225,00	12796,25	10092,34	7082,52	3731,26
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	15225,00	12796,25	10092,34	7082,52	3731,26
TOTAL PASIVO	21076,22	18828,27	16310,75	13493,08	10339,91
PATRIMONIO					
Capital	19357,82	23019,07	27915,61	33250,35	39067,44
TOTAL PATRIMONIO	19357,82	23019,07	27915,61	33250,35	39067,44
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	40434,04	41847,34	44226,36	46743,43	49407,34

GERENTE

CONTADOR

Fuente: Elaboración Propia

6.10. PRESUPUESTO DE INGRESOS

➤ *Calculo*

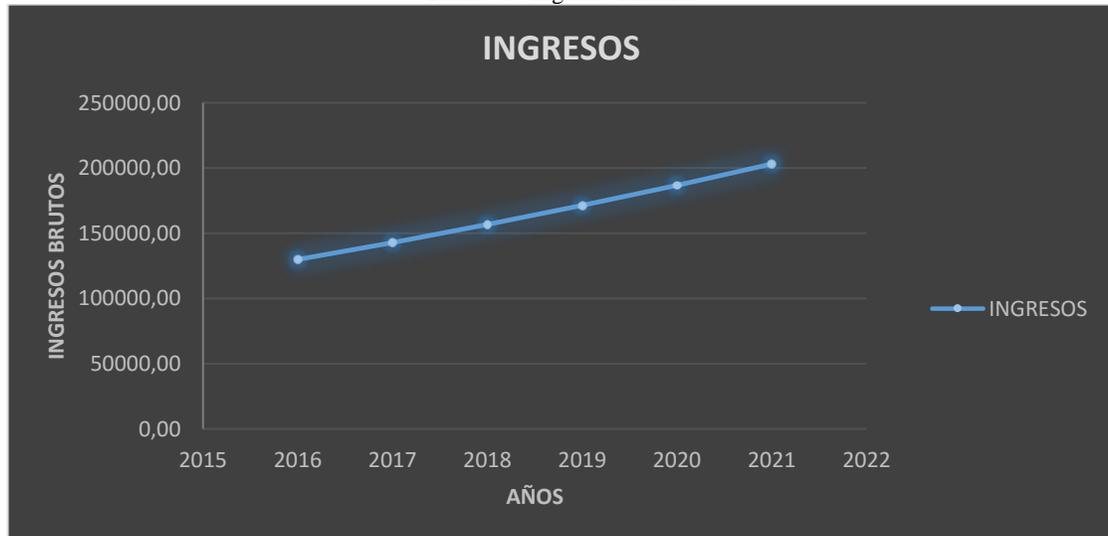
Tabla 68. Ingresos Anuales

AÑO	DPIR	PRECIO	INGRESOS BRUTOS
2016	5953	26,50	157754,50
2017	5968	27,32	163038,90
2018	5984	28,16	168527,41
2019	6003	29,03	174286,54
2020	6023	29,93	180270,60
2021	6045	30,86	186519,77

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Grafica*

Tabla 69. Ingresos Anuales



Fuente: Elaboración Propia

Análisis

El cálculo de los ingresos se lo realiza con la Demanda Potencial Insatisfecha Real multiplicando por el precio de venta al público, obteniendo como resultado los ingresos brutos que para el año 2016 uno los ingresos serán de \$ 163038.90 anuales, mientras que para el año 2017 los ingresos son de 163038,90.

6.11. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

Es considerado como un estado financiero básico el mismo que presenta información importante acerca de las operaciones desarrolladas por las empresas u organizaciones en un determinado periodo en los cuales se reflejan tanto los ingresos como los gastos del periodo y a su vez da como resultado la utilidad o a pérdida del ejercicio, es decir que dicho estado nos permite evaluar la rentabilidad (capacidad de generar utilidad) de las empresas, (Bravo Santillan, 2010, pág. 151).

La finalidad de dicho estado es determinar la utilidad o perdida es decir el beneficio real de la operación de la empresa en un determinado periodo, valor que se obtiene luego de restar de los ingresos los costos incurridos por la empresa así como los impuestos correspondientes, (Baca Urbina, 2010, pág. 150).

CALZADO JOSHEP'S MARC

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL PROFORMA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	163038,90	168527,41	174286,54	180270,60	186519,77
Ventas	163038,90	168527,41	174286,54	180270,60	186519,77
(-) Costos Producción	106963,12	110104,39	113342,73	116681,14	120122,70
(-) Materia Prima	57073,61	58837,19	60655,26	62529,50	64461,67
(-) Mano de Obra Directa	23627,25	24357,33	25109,97	25885,87	26685,74
(-) Mano de Obra Indirecta	4633,61	4776,79	4924,39	5076,55	5233,42
(-) Insumos	11725,19	12087,50	12461,00	12846,05	13242,99
(-) Mantenimiento Maquinaria	407,21	419,79	432,76	446,13	459,92
(-) Materiales Indirectos	4192,51	4322,05	4455,61	4593,28	4735,22
(-) Depreciacion y Amortizacion	5303,75	5303,75	5303,75	5303,75	5303,75
(=) UTILIDAD BRUTA	56075,78	58423,02	60943,80	63589,46	66397,08
(-) Costos Administrativos	11575,80	11933,49	12302,24	12682,38	13074,26
(-) Servicios Basico	896,88	924,60	953,17	982,62	1012,98
(-) Suministros de Oficina	121,65	125,41	129,28	133,27	137,39
(-) Suministros de Limpieza	53,35	55,00	56,70	58,45	60,25
(-) Sueldos y Salarios	9266,84	9553,19	9848,38	10152,70	10466,41
(-) Honorarios	1237,08	1275,31	1314,71	1355,34	1397,22
(-) Costos Financieros	1523,57	1296,34	942,110	564,93	221,43
(-) Interés	1523,57	1296,34	942,11	564,93	221,43
(-) Costos de Venta	4669,19	4813,47	4962,21	5115,54	5273,61
(-) Sueldos y Salarios	4648,58	4792,22	4940,30	5092,95	5250,32
(-) Transporte de Materia Prima	20,62	21,26	21,91	22,59	23,29
(=) UTILIDAD ANTES DEL REPARTO	38307,22	40379,71	42737,25	45226,61	47827,77
(-) 15%Reparto Trabajadores	5746,08	6056,96	6410,59	6783,99	7174,17
(=) UTILIDAD DESPUES DEL REPARTO	32561,13	34322,75	36326,66	38442,62	40653,61
(-) Impuesto la Renta 15%	2616,67	2880,10	3181,05	3498,89	3830,54
(=) UTILIDAD NETA	29944,46	31442,65	33145,61	34943,73	36823,07

GERENTE

CONTADOR

Fuente: Elaboración Propia

6.12. FLUJO DE NETO DE EFECTIVO

Flujo Neto de Efectivo es el estado financiero que permite conocer las necesidades de efectivo que requiere el proyecto medir la rentabilidad de la empresa siendo resultado de obtener un valor mayor en dichos flujos, (Baca Urbina, 2010, pág. 151). Para el Flujo Neto de Efectivo es el estado que proporciona información de las *entradas y salidas de efectivo* dentro de una empresa en un periodo determinado, (James, 2002, pág. 177).

CALZADO JOSHEP'S MARC
FLUJO DE NETO DE EFECTIVO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	39886,57	163038,90	168527,41	174286,54	180270,60	186519,77
Recursos Propios	24661,57					
Recursos Terceros	15225					
EGRESOS OPERACIONALES		123208,11	126851,36	130607,18	134479,05	138470,57
Costos Producción		106963,12	110104,39	113342,73	116681,14	120122,70
Costos Administrativos		11575,80	11933,49	12302,24	12682,38	13074,26
Costos de Venta		4669,19	4813,47	4962,21	5115,54	5273,61
FLUJO OPERACIONAL		39830,79	41676,05	43679,36	45791,54	48049,20
INGRESOS NO OPERACIONALES						
EGRESOS NO OPERACIONALES		1523,57	1296,34	942,11	564,93	221,43
Costos Financieros		1523,57	1296,34	942,11	564,93	221,43
FLUJO NO OPERACIONAL		38307,22	40379,71	42737,25	45226,61	47827,77
15%Reparto Trabajadores		5746,08	6056,96	6410,59	6783,99	7174,17
FLUJO DESPUES DEL REPARTO		32561,13	34322,75	36326,66	38442,62	40653,61
Impuesto la Renta 15%		2616,67	2880,10	3181,05	3498,89	3830,54
FLUJO NETO		29944,46	31442,65	33145,61	34943,73	36823,07
Cargo Depreciación y Amortización		5303,75	5303,75	5303,75	5303,75	5303,75
Pago a Principales (Prestamo)		2428,75	2703,91	3009,82	3351,26	3731,26
FLUJO NETO DE CAJA	39886,57	32819,46	34042,49	35439,54	36896,22	38395,55

GERENTE

CONTADOR

Fuente: Elaboración Propia

6.13. PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es un método en la cual se determina la cantidad de productos vendidos, en la cual el valor total de los ingresos es igual al valor total de los costos, obteniendo como utilidad valor cero. Por lo mismo se prefiere que el punto de equilibrio con el objetivo principal que la empresa no tenga perdida, (Foster, 2007, pág. 64). Así mismo para (Gonzalez, 2000, pág. 67) considera al punto de equilibrio como el volumen de ingresos equivalente a los gastos totales dicho cálculo se recomienda realizar para productos nuevos o para valorar el rendimiento de los ya existentes determinando cual el nivel de ventas que se debe realizar. Para (Baca Urbina, 2010, pág. 148) dice que es una técnica que permite "relacionar los costos fijos, variables y los ingresos, determinando que el nivel de producción, siendo los ingresos igual los costos fijos y variables".

Tabla 70. Costos Fijos y Variables

	COSTOS FIJOS	VALOR	COSTOS VARIABLES	VALOR
COSTOS OPERATIVOS	Depreciación y Amortización	5303,75	Materia Prima	55362,90
	Mantenimiento Maquinaria	395,00	Insumos	11373,74
	Mano de Obra Directa	22919,05	Materiales Indirectos	4066,84
	Mano de Obra Indirecta	4494,72		
	Sueldos Y Salarios	8989,08		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	Honorarios	1200,00		
	Suministros de Oficina	118		
	Suministros de Limpieza	51,75		
	Servicios Básicos	870		
GASTOS FINANCIEROS	Interés	1523,57		
GASTOS DE VENTA				
	Sueldos y Salarios	4509,24	Transporte de materiales	80,00
GASTOS Y COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	50374,16	COSTOS VARIABLES	70883,48

Fuente: Elaboración Propia

➤ *Calculo*

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{50374,16}{1 - \frac{70883,48}{163038,90}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{50374,16}{0.565235}$$

Punto de Equilibrio = USD 89120,61 anuales 3363 pares

Punto de Equilibrio = USD7426.71 mensuales 280 pares

Luego de realizar el análisis se obtiene que se deberá producir 3363 pares anuales lo cual representara un ingreso total de 89120,61 dólares, con una producción mensual de 280 pares cuyo ingreso seria 7426,71 dólares para cubrir los costos generados y en la empresa y no exista utilidad ni perdida.

6.14. TASA DE DESCUENTO Y CRITERIOS ALTERNATIVOS PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

6.14.1. Tasa mínima aceptable de Rendimiento (Tmar)

Es importante analizar la inversión inicial del proyecto pues el capital puede provenir de diferentes fuentes ya sean por parte de los inversionistas, instituciones financieras o una mezcla de las dos fuentes y tendrá un nuevo costo de capital. Tmar es lo que requerirá un inversor, (Baca Urbina, 2010, pág. 152).

Sin Financiamiento

$$Tmar1 = i + f$$

Donde:

Tmar: Tasa mínima aceptable de rendimiento

i: *Riesgo País.* Según (Banco Central del Ecuador, 2016) es de 877 puntos 8,77% al 31 de julio de 2016.

f.: *Inflación* es de 3,09% según (Banco Central, 2016).

$$Tmar1 = 8,77 + 3,09$$

$$Tmar1 = 11.86\%$$

Análisis

Se obtuvo que el presente proyecto tiene un rendimiento de 11.86% es decir representa la tasa a la cual se ofertaran las acciones de la empresa además el rendimiento tiene una tasa superior a la tasa de interés activa que según Banco Central de Ecuador es de 8,67% hasta

julio 2016.

$$T_{mar2} = i + 2f$$

$$T_{mar2} = 8,77 + 2(3,09)$$

$$T_{mar2} = 14,95\%$$

6.14.2. Tasa mínima aceptable de Rendimiento (Tmar1)

➤ *Con financiamiento*

Tabla 71. Tmar₁

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	VALOR	% APOORTE	Tmar	PONDERACIÓN
Capital Propio	24661,57	0,62	0,1186	0,0733
Institución Financiera	15225	0,38	0,1078	0,0411
TOTAL	39886,57	100%		0,1145
Tmar Global Mixto				11,45%

Fuente: Elaboración Propia

6.14.3. Tasa mínima aceptable de Rendimiento (Tmar2)

Tabla 72. Tmar₂

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	VALOR	% APOORTE	Tmar	PONDERACIÓN
Capital Propio	24661,57	0,62	0,1495	0,0924
Institución Financiera	15225	0,38	0,1078	0,0411
TOTAL	39886,57	1,00		0,1336
Tmar Global Mixto				13,36%

Fuente: Elaboración Propia

6.15. VALOR PRESENTE NETO (VAN)

El VAN tiene como función evaluar los flujos netos de efectivo dentro de un determinado

periodo del proyecto para posterior restar la inversión inicial y ver si nos queda utilidad lo cual indicaría si un proyecto es viable, (Suarez, 2014). A continuación se realiza el cálculo, sabiendo que:

VAN > 0 = Genera beneficio

VAN = 0 = No hay beneficio ni perdidas

VAN < 0 = Existe perdida

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

$$VAN = -39886,57 + \frac{32819,46}{(1+0,1145)^1} + \frac{34042,49}{(1+0,1145)^2} + \frac{35439,54}{(1+0,1145)^3} + \frac{36896,22}{(1+0,1145)^4} + \frac{38395,55}{(1+0,1145)^5}$$

$$VAN = -39886,57 + \frac{32819,46}{1,1145} + \frac{34042,49}{1,2421} + \frac{35439,54}{1,3843} + \frac{36896,22}{1,5428} + \frac{38395,55}{1,7195}$$

$$VAN = -39886,57 + 29447,70 + 27407,21 + 25601,05 + 23915,10 + 22329,49$$

$$VAN = -39886,57 + 128700,55$$

$$VAN = 88813,98$$

Al obtener un Valor Actual Neto de 88813,98 positivo que es mayor a cero se puede determinar que la creación de calzado casual masculino en la empresa Joshep`s Marc es factible y económicamente rentable durante los 5 años de vida útil del proyecto es decir que además de recuperar la inversión se obtendrá utilidad.

$$VAN_2 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -39886,57 + \frac{32819,46}{(1+0,1336)^1} + \frac{34042,49}{(1+0,1336)^2} + \frac{35439,54}{(1+0,1336)^3} + \frac{36896,22}{(1+0,1336)^4} + \frac{38395,55}{(1+0,1336)^5}$$

$$VAN = -39886,57 + \frac{32819,46}{1.1336} + \frac{34042,49}{1.2850} + \frac{35439,54}{1.4567} + \frac{36896,22}{1.6513} + \frac{38395,55}{1.8719}$$

$$VAN_2 = -39886,57 + 28951,53 + 26492,21 + 24328,65 + 22343,74 + 20511,54$$

$$VAN_2 = -39886,57 + 122627,67$$

$$VAN_2 = 82741,10$$

El cálculo de VAN_2 servirá para posterior realizar el cálculo de la Tasa de Interna de Retorno (TIR).

6.16. INDICADORES FINANCIEROS

Es una técnica diseñada para evaluar el comportamiento operativo, es decir la capacidad de asumir las obligaciones, se dividen en cuatro grandes grupos el indicador de liquidez, solvencia, actividad y endeudamiento.

6.16.1. Indicadores de Liquidez

Dicho indicador financiero es el encargado de calcular la capacidad que tienen las empresas para cancelar las obligaciones adquiridas a corto plazo, en decir evalúa su capacidad de pago inmediato, (Super de Companias, 2014).

➤ *Razón Circulante*

$$RC = \frac{\textit{Activo Circulate}}{\textit{Pasivo Circulate}}$$

$$RC = \frac{14628,05}{5851,22}$$

$$RC = 2.50$$

Calzado Joshep`s Marc cuenta con \$2.50 para cancelar cada dólar de deuda a corto plazo, la empresa tiene capacidad de por ser un valor mayor a \$1.00.

➤ *Prueba Acida o Pago Inmediato*

$$PA = \frac{\text{Activo Circulate} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulate}}$$

$$PA = \frac{14628,05 - 5976,10}{5851,22}$$

$$PA = \frac{8651,95}{9511,73}$$

$$PA = 1,47$$

Refleja la estructura del activo corriente el cual indica que por cada dólar que adeuda a corto plazo tiene \$1,47 sin contar con el inventario. Indica la capacidad que tiene a empresa para atender las necesidades de pago de las deudas adquiridas.

➤ *Capital de trabajo*

Indica el valor que tiene la empresa luego de pagar las obligaciones inmediatas

$$CT = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$CT = 14628,05 - 5851,22$$

$$CT = 8776,83$$

Calzado Joshep`s Marc cuenta con capital suficiente para cancelar sus pasivos pues cuenta con un capital de trabajo de 8776,83.

6.16.2. Indicadores de Actividad

Son los encargado de la velocidad con lo que las diferentes cuentas que se convierte en efectivo, (Gerencie, 2014).

➤ *Rotación cuentas por cobrar*

$$RCxC = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

$$RCxC = \frac{163038,90}{8151,95}$$

$$RCxC = 20$$

$$RCxP = \frac{360}{20} = 18 \text{ días}$$

Las cuentas por cobrar de Joshep`s Marc tendrá rotación de 20 veces, es decir que se convertirá sus cuentas por cobrar en caja en un plazo promedio de 18 días teniendo un grado de financiamiento efectivo para el cobro de las cuentas pendientes.

➤ *Rotación cuentas por Pagar*

$$RCxP = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Cuentas por pagar}}$$

$$RCxP = \frac{163038,90}{5851,22}$$

$$RCxP = 27,86$$

$$RCxP = \frac{360}{27,86} = 13 \text{ días}$$

Joshep`s Marc tendrá una rotación de las cuentas por pagar de 28 veces al año obteniendo crédito con los proveedores por un tiempo promedio de 13 días, con lo cual se demuestra que dicho plazo obtenido es el más óptimo pues se tiene un plazo mayor menor para cancelar las deudas adquiridas por la empresa.

6.16.3. Indicadores de endeudamiento

Es el indicador encargado de medir el grado y de qué manera actúan los acreedores dentro del financiamiento de la organización, de igual son los encargados de establecer el riesgo que corren los acreedores y accionistas, (Instituto Nacional de Contadores, 2014).

➤ *Apalancamiento a Corto Plazo*

$$AF = \frac{\text{Pasivo Circulante}}{\text{Activo Total}} \times 100$$

$$AF = \frac{5851,22}{40434,04} \times 100$$

$$AF = 14,47$$

Joshep`s Marc está financiada sus activos en un periodo menor a un año en un 14,47%.

➤ *Endeudamiento*

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

$$\text{Endeudamiento} = \frac{21076,22}{40434,04} \times 100$$

$$PA = 52,12\%$$

Refleja que Joshep`s Marc tiene endeudamiento del 52,125% con respecto al total de sus activos.

➤ *Financiamiento Propio*

$$FP = \frac{\text{Patrimonio Neto}}{\text{Activo Total}} \times 100$$

$$FP = \frac{19357,2}{40434,04} \times 100\%$$

$$FP = 47,88$$

Significa que el 47,88% del total de los activos son financiados por recursos propios es decir por el aporte del propietario.

6.16.4. Indicadores de Rentabilidad

Miden la efectividad de la administración de la empresa, es decir la capacidad de generar ingresos, (Urribe, 2015). Su importancia radica "*la manera de cual genera el retorno de la cantidad invertido*", (Super de Companias, 2014).

➤ *Margen de Utilidad Neta*

Mide el porcentaje de cada dólar de ventas que quedas después de haber pagado las deudas.

$$MUN = \frac{\text{Utilid Neta}}{\text{Ventas}} * 100$$

$$MUN = \frac{29944,46}{163038,90} * 100$$

$$MUN = 18,37\%$$

Por cada dólar de ventas de obtiene una utilidad del 18,37%

➤ *Rendimiento sobre los Activos Totales*

$$ROA = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

$$ROA = \frac{29944,46}{40434,04}$$

$$ROA = 74,05\%$$

En el primer año Joshep`s Marc obtendrá una rentabilidad del 74,05% por sus activos totales.

➤ *Retorno Sobre el Capital Propio (ROE)*

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Neto}}$$

$$ROA = \frac{29944,46}{19357,82}$$

$$ROA = 1,55\%$$

En el primer año Joshep`s Marc tendrá una rentabilidad del 1,55% por su patrimonio

6.17. TASA BENEFICIO – COSTO

Es una herramienta que mide los costos e ingresos del proyecto de inversión, con el propósito de evaluar la rentabilidad, (Bastidas, 2012).

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costo Total del Proyecto}}$$

$$B/C = \frac{872643,21}{658164,65}$$

$$B/C = 1.33$$

El proyecto es factible pues se obtuvo como resultado que la relación beneficio costo es \$1.33 mayor a 1. Es decir que por cada dólar que cuesta el proyecto se tiene un beneficio de \$1.33.

Tabla 73. Costos y Gastos Totales

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Producción	106963,12	110104,39	113342,73	116681,14	120122,70
Costos Administrativos	11575,80	11933,49	12302,24	12682,38	13074,26
Costos Financieros	1523,57	1296,34	942,11	564,93	221,43
Costos de Venta	4669,19	4813,47	4962,21	5115,54	5273,61
TOTAL	124731,68	128147,70	131549,29	135043,98	138692,00
COSTO TOTAL	658164,65				

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 74. Ingresos totales

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	163038,90	168527,41	174286,54	180270,60	186519,77
TOTAL	163038,90	168527,41	174286,54	180270,60	186519,77

Fuente: Elaboración Propia

6.18. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

El periodo de recuperación es una herramienta que facilitar conocer el plazo de tiempo

que un proyecto recuperara la inversión, (Ruiz, 2010).

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum \text{Flujo Neto Efectivo}}{\text{Años Vida Util}}}$$

$$PRI = \frac{39886,57}{\frac{177593,27}{5}}$$

$$PRI = \frac{3988,57}{35518,65}$$

$$PRI = 1.12$$

$$I = \text{años}$$

$$0.12 * 12 = 1 \text{ meses}$$

$$0.44 * 30 = 13 \text{ días}$$

$$0.20 * 24 = 4 \text{ horas}$$

$$0.80 * 60 = 48 \text{ minutos}$$

PRI ≤ 5

La inversión inicial del presente proyecto se recuperara en un plazo inferior a los 5 años de vida útil es decir en 1 años, 1 meses, 13 días, 4 horas, 48 minutos.

Tabla 75. Sumatoria de Flujo Neto de Efectivo

F.N.E	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	32819,46	34042,49	35439,54	36896,22	38395,55
FNE TOTAL	177593,27				

Fuente: Elaboración Propia

6.19. TASA INTERNA DE RETORNO.

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0.1145 + (0.1336 - 0.1145) \left(\frac{88813,98}{88813,98 - 82741,10} \right)$$

$$TIR = 0.1145 + (0.0191) \left(\frac{88813,98}{6072,88} \right)$$

$$TIR = 0.1145 + (0.0204)(14,2)$$

$$TIR = 0.1145 + 0.27122$$

$$TIR = 0.3857 \times 100 = 38,57\%$$

La Tasa Interna de Retorno al cabo de los 5 años de vida útil del presente proyecto obtendrá un rendimiento del 38,5% siendo rentable realizar la inversión pues además el TIR es mayor que el Tmar.

6.20. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Es quien se encarga de analizar cuanto afectara a la TIR ante los cambios en diferentes variables, (Baca Urbina, 2010, pág. 191). Es decir mide el grado de reacción de los resultados obtenidos antes las variaciones en determinados parámetros, la importancia radica en que las variables utilizadas para el análisis en su mayoría son incontrolables por la empresa, afectando al porcentaje del TIR y VAN, (Koch, 2010).

El análisis de sensibilidad se lo realiza mediante el pronóstico del Escenario Real con datos del año base, Escenario Optimista con un incremento del +10% tanto en los ingresos como en los costos y en el escenario pesimista se disminuyó el -10% en los ingresos y costos.

6.20.1. Flujo Neto de Efectivo en Escenario Pesimista

ESCENARIO PESIMISTA -10%

CALZADO JOSHEP'S MARC

FLUJO DE EFECTIVO DE EFECTIVO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	39886,57	146735,01	151674,67	156857,88	162243,54	167867,80
Recursos Propios	24661,57					
Recursos Terceros	15225					
EGRESOS OPERACIONALES		123208,11	126851,36	130607,18	134479,05	138470,57
Costos Producción		106963,12	110104,39	113342,73	116681,14	120122,70
Costos Administrativos		11575,80	11933,49	12302,24	12682,38	13074,26
Costos de Venta		4669,19	4813,47	4962,21	5115,54	5273,61
FLUJO OPERACIONAL		23526,90	24823,31	26250,70	27764,48	29397,23
INGRESOS NO OPERACIONALES						
EGRESOS NO OPERACIONALES		1523,57	1296,34	942,11	564,93	221,43
Costos Financieros		1523,57	1296,34	942,11	564,93	221,43
FLUJO NO OPERACIONAL		22003,33	23526,97	25308,59	27199,55	29175,80
15% Reparto Trabajadores		3300,50	3529,05	3796,29	4079,93	4376,37
FLUJO DESPUES DEL REPARTO		18702,83	19997,92	21512,31	23119,62	24799,43
Impuesto la Renta 15%		617,34	772,75	961,30	1202,39	1454,36
FLUJO NETO		18085,49	19225,17	20551,01	21917,23	23345,06
Cargo Depreciación y Amortización		5303,75	5303,75	5303,75	5303,75	5303,75
Pago a Principales (Prestamo)		2428,75	2703,91	3009,82	3351,26	3731,26
FLUJO NETO DE EFECTIVO	39886,57	20960,49	21825,01	22844,94	23869,72	24917,55

GERENTE

CONTADOR

Fuente: Elaboración Propia

6.20.1.1. Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

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

$$VAN = -39886,57 + \frac{20960,49}{(1+0,1145)^1} + \frac{21825,01}{(1+0,1145)^2} + \frac{22844,94}{(1+0,1145)^3} + \frac{23869,72}{(1+0,1345)^4}$$

$$+ \frac{24917,55}{(1+0,1145)^5}$$

$$VAN = -39886,57 + 82843,02$$

$$VAN = 42956,45$$

El Valor Actual Neto en un escenario pesimista es de 42956,45 valor positivo que es mayor a cero se puede determinar que la creación de calzado casual masculino en la empresa Joshep`s Marc es factible y económicamente rentable durante los 5 años de vida útil del proyecto es decir que además de recuperar la inversión se obtendrá utilidad.

$$VAN_2 = -Inversión\ Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -39886,57 + \frac{20960,49}{(1+0,1336)^1} + \frac{21825,01}{(1+0,1336)^2} + \frac{22844,94}{(1+0,1336)^3} + \frac{23869,72}{(1+0,1336)^4}$$

$$+ \frac{24917,55}{(1+0,1336)^5}$$

$$VAN_2 = -39886,57 + 64046,07$$

$$VAN_2 = 24153,50$$

El cálculo de VAN_2 servirá para posterior realizar el cálculo de la Tasa de Interna de Retorno (TIR).

6.20.1.2. Tasa Beneficio – Costo

$$B/C = \frac{\sum Ingresos\ Brutos}{\sum Costo\ Total\ del\ Proyecto}$$

$$B/C = \frac{658164,65}{785378,89}$$

$$B/C = 1.19$$

En el escenario pesimista el presente proyecto es factible pues se obtuvo como resultado que la relación beneficio costo es \$1.19 mayor a 1. Es decir que por cada dólar que cuesta el proyecto se tiene un beneficio de \$1.19

Tabla 76. Costo Total Pesimista

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Producción	106963,12	110104,39	113342,73	116681,14	120122,70
Costos Administrativos	11575,80	11933,49	12302,24	12682,38	13074,26
Costos Financieros	1523,57	1296,34	942,11	564,93	221,43
Costos de Venta	4669,19	4813,47	4962,21	5115,54	5273,61
TOTAL	124731,68	128147,70	131549,29	135043,98	138692,00
COSTO TOTAL	658164,65				

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 77. Ingreso Total Pesimista

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	146735,01	151674,67	156857,88	162243,54	167867,80
TOTAL	146735,01	151674,67	156857,88	162243,54	167867,80
INGRESOS TOTALES	785378,89				

Fuente: Elaboración Propia

6.20.1.3. *Periodo de Recuperación de la Inversión.*

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum \text{Flujo Neto Efectivo}}{\text{Años Vida Útil}}}$$

$$PRI = \frac{39886,57}{\frac{114417,70}{5}}$$

$$PRI = \frac{37551,63}{22883,54}$$

$$PRI = 1,74$$

$$I = \text{años}$$

$$0.74 * 12 = 8 \text{ meses}$$

$$0.88 * 30 = 26 \text{ días}$$

$$0.40 * 24 = 9 \text{ horas}$$

$$0.60 * 60 = 36 \text{ minutos}$$

PRI ≤ 5

En el escenario pesimista la inversión inicial del presente proyecto se recuperara en un plazo inferior a los 5 años de vida útil es decir en 1 años, 8 meses, 26 días, 9 horas y 36 minutos.

Tabla 78. Sumatoria Flujo Neto de Efectivo Pesimista

F.N.E	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
F.N.E	20960,49	21825,01	22844,94	23869,72	24917,55
TOTAL	20960,49	21825,01	22844,94	23869,72	24917,55
FNE TOTAL	114417,70				

Fuente: Elaboración Propia

6.20.1.4. Tasa Interna de Retorno.

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0.1145 + (0.1336 - 0.1145) \left(\frac{4295,45}{4295,45 - 24153,50} \right)$$

$$TIR = 0.1145 + (0.02481) \left(\frac{4295,45}{18802.95} \right)$$

$$TIR = 0.1145 + (0.2481)(0,2284)$$

$$TIR = 0.1145 + 0.056666$$

$$TIR = 0.1712 \times 100 = 17,12\%$$

Después de analizar el escenario pesimista la Tasa Interna de Retorno al cabo de los 5 años de vida útil del presente proyecto se obtendrá un rendimiento del 1712% siendo rentable realizar la inversión pues además el TIR es mayor que el Tmar.

6.20.2. Flujo Neto de Efectivo en Escenario Optimista

ESCENARIO OPTIMISTA +10%
CALZADO JOSHEP'S MARC
FLUJO DE NETO DE EFECTIVO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	39886,57	179342,79	185380,15	191715,19	198297,66	205171,75
Recursos Propios	24661,57					
Recursos Terceros	15225					
EGRESOS OPERACIONALES		123208,11	126851,36	130607,18	134479,05	138470,57
Costos Producción		106963,12	110104,39	113342,73	116681,14	120122,70
Costos Administrativos		11575,80	11933,49	12302,24	12682,38	13074,26
Costos de Venta		4669,19	4813,47	4962,21	5115,54	5273,61
FLUJO OPERACIONAL		56134,68	58528,79	61108,01	63818,60	66701,18
INGRESOS NO OPERACIONALES						
EGRESOS NO OPERACIONALES		1523,57	1296,34	942,11	564,93	221,43
Costos Financieros		1523,57	1296,34	942,11	564,93	221,43
FLUJO NO OPERACIONAL		54611,11	57232,45	60165,90	63253,67	66479,75
15% Reparto Trabajadores		8191,67	8584,87	9024,89	9488,05	9971,96
FLUJO DESPUES DEL REPARTO		46419,44	48647,58	51141,02	53765,62	56507,79
Impuesto la Renta 20%		4878,89	5324,52	5823,20	6348,12	6896,56
FLUJO NETO		41540,55	43323,07	45317,81	47417,50	49611,23
Cargo Depreciación y Amortización		5303,75	5303,75	5303,75	5303,75	5303,75
Pago a Principales (Prestamo)		2428,75	2703,91	3009,82	3351,26	3731,26
FLUJO NETO DE EFECTIVO	39886,57	44415,55	45922,91	47611,74	49369,99	51183,72

GERENTE

CONTADOR

Fuente: Elaboración Propia

6.20.2.1. Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN)

$$\begin{aligned}
 VAN_1 &= -\text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} \\
 VAN &= -39886,57 + \frac{44415,55}{(1+0,1145)^1} + \frac{45922,1}{(1+0,1145)^2} + \frac{47611,74}{(1+0,1145)^3} + \frac{49369,99}{(1+0,1145)^4} \\
 &\quad + \frac{51183,72}{(1+0,1145)^5} \\
 VAN &= -39886,57 + 172983,65 \\
 VAN &= 133097,08
 \end{aligned}$$

El Valor Actual Neto en un escenario optimista es de 133097,08 valor positivo que es mayor a cero se puede determinar que la creación de calzado casual masculino en la empresa Joshep`s Marc es factible y económicamente rentable durante los 5 años de vida útil del proyecto es decir que además de recuperar la inversión se obtendrá utilidad.

$$\begin{aligned}
 VAN_2 &= -\text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} \\
 VAN &= -39886,57 + \frac{44415,55}{(1+0,1336)^1} + \frac{45922,1}{(1+0,1336)^2} + \frac{47611,74}{(1+0,1336)^3} + \frac{49369,99}{(1+0,1336)^4} \\
 &\quad + \frac{51183,72}{(1+0,1336)^5} \\
 VAN &= -39886,57 + 164839,56 \\
 VAN_2 &= 124953
 \end{aligned}$$

El cálculo de VAN_2 servirá para posterior realizar el cálculo de la Tasa de Interna de Retorno (TIR)

6.20.2.2. Tasa Beneficio – Costo

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costo Total del Proyecto}}$$

$$B/C = \frac{959907,53}{658164,65}$$

$$B/C = 1.46$$

En el escenario optimista el proyecto es factible pues se obtuvo como resultado que la relación beneficio costo es \$1.46 mayor a 1. Es decir que por cada dólar que cuesta el proyecto se tiene un beneficio de \$1.46.

Tabla 79. Costo Gastos Total Optimista

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Producción	106963,12	110104,39	113342,73	116681,14	120122,70
Costos Administrativos	11575,80	11933,49	12302,24	12682,38	13074,26
Costos Financieros	1523,57	1296,34	942,11	564,93	221,43
Costos de Venta	4669,19	4813,47	4962,21	5115,54	5273,61
TOTAL	124731,68	128147,70	131549,29	135043,98	138692,00
COSTO TOTAL	658164,65				

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 80. Ingreso Total Optimista

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	179342,79	185380,15	191715,19	198297,66	205171,75
TOTAL	179342,79	185380,15	191715,19	198297,66	205171,75
INGRESOS TOTALES	959907,53				

Fuente: Elaboración Propia

6.20.2.3. *Periodo de Recuperación de la Inversión.*

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum \text{Flujo Neto Efectivo}}{\text{Años Vida Útil}}}$$

$$PRI = \frac{39886,57}{\frac{238503,9}{5}}$$

$$PRI = \frac{39886,57}{47700,78}$$

$$PRI = 0,8362$$

$$0 = \text{años}$$

$$0,84 * 12 = 10 \text{ meses}$$

$$0.08 * 30 = 2 \text{ días}$$

$$0,49 * 24 = 9 \text{ horas}$$

$$0.60 * 60 = 36 \text{ minutos}$$

$$RI \leq 5$$

La inversión inicial del presente proyecto en el escenario optimista se recuperara en un plazo inferior a los 5 años de vida útil es decir en, 10 meses, 2 días, 9 horas y 36 minutos..

Tabla 81. Sumatoria de Flujo Neto de Efectivo Optimista

F.N.E	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
F.N.E	44415,55	45922,91	47611,74	49369,99	51183,72
TOTAL	44415,55	45922,91	47611,74	49369,99	51183,72
FNE TOTAL	238503,90				

Fuente: Elaboración Propia

6.20.2.4. Tasa Interna de Retorno.

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0.1145 + (0.1336 - 0.1145) \left(\frac{133097.08}{133097.08 - 124953} \right)$$

$$TIR = 0.1145 + (0.02481) \left(\frac{133097.08}{8144,08} \right)$$

$$TIR = 0.1145 + (0.2481)(16,34)$$

$$TIR = 0.1145 + 4.0540$$

$$TIR = 4,17 \times 100 = 417,4\%$$

La Tasa Interna de Retorno al cabo de los 5 años de vida útil del presente proyecto en el escenario optimista se obtendrá un rendimiento del 417,4% siendo rentable realizar la inversión pues además el TIR es mayor que el Tmar.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.Conclusiones

- La creación de una nueva línea de calzado casual para hombres en la empresa Joshep`s Marc ayudara a que la empresa logre posicionarse en el mercado pues tendrá variedad de calzado pudiendo el clientes encontrar todo lo que buscaban en un solo lugar, después de realizar el análisis correspondiente se determina que el presente proyecto es viable y factible.
- Se pudo determinar el mercado meta de 143534 personas con la respectiva muestra de 374 personas a quienes se aplicó la encuesta donde se conoció la aceptación del producto y el precio (\$26.50) que es similar al del mercado, a su vez también se logró determinar la oferta y demanda del producto dando como resultado que la Demanda Potencial Insatisfecha es de 21261 pares de calzado, además se estableció un canal corto y canal detallista para la distribución así como también las estrategias a aplicarse.
- La inversión total para el presente proyecto es de 39886,57 dólares de los cuales el 61,83% está financiada con capital propio, mientras que el 38,17% es capital de terceros, los ingresos para el primer año es de 163038,90 y gastos de 124731.68, luego de cubrir sus obligaciones se tiene un flujo neto de efectivo de 29944,46.

- A través del análisis de los criterios alternativos para la evaluación del proyecto es posible determinar que el emprendimiento es factible y rentable, pues los indicadores financieros tuvieron resultados positivos hasta en tiempo de crisis, el VAN demuestra que el proyecto es rentable en tiempo futuro se obtuvo un beneficio de 88813.98 dólares, dentro de los 5 años de vida útil, con un Rendimiento de 38.57% siendo una tasa superior a la del mercado financiero, pues según el banco central es de 8,67%.
- La inversión inicial se recuperara en un plazo inferior a los 5 años de vida útil es decir en 1 años, 1 meses, 13 días, 4 horas, 48 minutos.

7.2.Recomendaciones

- Se recomienda a Joshep's Marc implementar a su gama de productos la línea de calzado casual masculino, después de haber demostrado que el proyecto es factible y rentable mediante el desarrollo del mismo.
- Se recomienda involucrarse y aplicar de manera detallada, concisa la selección del mercado meta pues de ello depende la continuidad del proyecto, a más de adoptar el precio que se ha determinado, ha igual que las estrategias establecidas para asegurar el existo de la nueva línea de calzado.
- Se recomienda que para obtener efectividad y eficiencia de la planta es importante que la maquinaria, materia prima, insumos mano de obra directa e indirecta, cumplan a cabalidad con los requisitos establecidos en el presente proyecto.
- En importante recomendar que para obtener un desarrollo eficiente del proyecto se debe realizar todas las inversiones planteadas, así como analizar de forma minuciosa los estados financieros mediante los indicadores financieros presentes y futuros que son los que nos permitirán tomar decisiones oportunas en cuanto a

la factibilidad del proyecto.

- Finalmente se recomienda a Joshep`s Marc que antes de crear e implementar alguna línea de nueva de producto es necesario que se realice un estudio previo para poder saber la aceptabilidad del producto en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andes. (20 de Enero de 2016). *Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramerica*. Recuperado el 28 de Marzo de 2016, de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-empieza-produccion-calzado-industrial-sustituira-60-millones-importaciones.html>
- Andes. (21 de Julio de 2016). *Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramerica*. Recuperado el 31 de Julio de 2016, de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/salvaguardias-adoptadas-gobierno-ecuatoriano-beneficiaron-sector-calzado.html>
- Assets. (10 de Enero de 2013). *Mheducation*. Recuperado el 20 de Julio de 2016, de <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta edición ed., Vol. VI). Mexico: McGRAW-HILL.
- Banco Central del Ecuador. (29 de Junio de 2016). *BCE*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- Banco Central, d. E. (01 de Junio de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Bastidas, J. C. (4 de 18 de 2012). *Crecenegocios*. Recuperado el 6 de Julio de 2016, de <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/>
- Borja, R. (1 de Diciembre de 2014). *Enciclopedia de la Politica*. Recuperado el 5 de Julio de 2016, de <http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=m&idind=957&termino=>
- Bravo Santillan, M. (2010). *Introduccion a las Finanzas* (Vol. IV). (G. Dominguez, Ed.) México: Pearson Educacion.

- Caltu*. (30 de Julio de 2010). Obtenido de <http://www.calzadecuador.com/noticias/2-produccion-de-calzado-ecuatoriano-avanza>
- Colombia, U. N. (4 de Enero de 2012). *Bdigital*. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/12101/1/ricardorojasmedina.2014.pdf>
- Diego, J. (2000). *Direccion de Marketing y Ventas* (Primera ed., Vol. I). Madrid: Cultural.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Mrketing* (Primera ed., Vol. I). Mexico: Managent.
- Economipedia. (15 de Enero de 2015). *Economipedia*. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de <http://economipedia.com/definiciones/pasivo-corriente.html>
- Ecuador, B. C. (30 de Junio de 2016). *Banco Central de Ecuador*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa
- Ecured. (2014). *Ecured Calzado*. Recuperado el 6 de junio de 2016, de <http://www.ecured.cu/Calzado>
- Elliott, O. A. (2000). Activos Intangibles. En *Introduccion a la Contabilidad Financiera* (Septima ed., Vol. VII). Pearson Edición. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=-BJyun6IDP8C&pg=PA278&dq=que+son+activos+fijos&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20son%20activos%20fijos&f=false
- EPMAPAP. (Julio de 2016). *EPMAPAP*. Obtenido de http://www.epmapap.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=116:productos&catid=40:productos&Itemid=193
- Foster, G. (2007). *Contabilidad de Costos* (Vol. XII). Mexico: Pearson Edicion. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=zDCb9fDzNgC&pg=PA65&dq=punto+de+equilibrio&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=punto%20de%20equilibrio&f=false

- Freund, J. (2000). *Estadística Elemental* (Octava ed.). Mexico. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=iBJstvwFrYC&pg=PA3&dq=libro+estadística+elemental&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjxycfci8rOAhWDsh4KHd_fAqUQ6AEIGjAA#v=onepage&q=Y%3Da%2Bbx&f=false
- GAD Municipal de Cevallos. (5 de Enero de 2016). Recuperado el 5 de Enero de 2016, de GAD Municipal de Cevallos: <http://www.cevallos.gob.ec/>
- Garcia, R. (2002). *Marketing Internacional* (Vol. Cuarta). España: ESIC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=uS9QbFna1jIC&pg=PA34&dq=mercados+globales&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj3n479nbdLAhWFXR4KHUnyC40Q6AEINTAG#v=onepage&q=mercados%20globales&f=false>
- Gerencie. (10 de Septiembre de 2008). *Gerencie.com*. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de <http://www.gerencie.com/los-costos-de-produccion.html>
- Gerencie. (30 de Enero de 2014). *UNAD*. Recuperado el 6 de Julio de 2016, de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102038/EXE_2013-1/ACTIVIDAD_4/indicadores_financieros.html
- Gonzalez, A. C. (2000). *Administración de Operaciones* (Vol. V). Mexico: Pearson Edición. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=B6LAqCoPSeoC&pg=PA67&dq=PUNTO+EQUILIBRIO&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=PUNTO%20EQUILIBRIO&f=false
- Graue, A. (2014). *Introducción a la Economía* (Vol. Primera). Mexico: Pearson Education.
- Guaman, D. (25 de Mayo de 2011). *Slide Share*. Recuperado el 24 de Mayo de 2016, de <http://es.slideshare.net/luxa87/organigrama-tipos-jerarquias>

- Heraldo, E. (5 de Agosto de 2015). *El Herald*. Obtenido de http://www.elheraldo.com.ec/index.php?fecha=2015-08-05&seccion=Varios¬icia=n&id_varios=2361
- Horngren, C. T. (2003). *Activos Tangibles*. En *Contabilidad*. Mexico: Pearson Educación. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=mRx5DafOaE8C&pg=PT418&dq=que+son+activos+fijos&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y
- INEC. (2010). *Censo 2010*. Recuperado el 28 de 10 de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- Instituto Nacional de Contadores. (2 de Agosto de 2014). *INCP*. Recuperado el 5 de Julio de 2016, de <http://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>
- James, C. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera* (Unidecima ed., Vol. XI). Mexico. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=ziiCVbfGK3UC&pg=PA177&dq=flujos+neto+de+efectivo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiIt_v_pvbNAhXD2B4KHRxaBsUQ6AEIjAB#v=onepage&q=flujos%20neto%20de%20efectivo&f=false
- Koch, J. (2010). *Manual del exito emmpresarial* (Vol. II). Mexico: Pearson Editotial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=SqFKNjAD7y4C&pg=PA120&dq=analisis+de+sensibilidad+de+un+proyecto+concepto&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiV3r6h2_jNAhXJXh4KHXRXBfcQ6AEIIDAB#v=onepage&q=analisis%20de%20sensibilidad%20de%20un%20proyecto%20concepto&f=false
- Kotler, P. (2004). *Los 10 pecados capitales del marketing*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2007). *Introduccion al Marketing* (Vol. III). España: Pearson.

- Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Vol. Decimoprimer edición). Mexico: Pearson Education.
- Lopez, R. (7 de Agosto de 2014). *WordPress*. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de <https://compartirigual.wordpress.com/2014/08/07/activos-operacionales-tangibles-e-intangibles-contabilidad/>
- Medina, A. (2010). *Gestión por Procesos* (Primera ed.). Santo Domingo, Santo Domingo: Editorial Buho. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=7wiHn_kmWvkC&pg=PA184&dq=FLUJOGRAMA+SEG%C3%9AN+LA+NORMA+ASME&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOhofA-5_QAhUFziYKHxbpDE0Q6AEIITAA#v=onepage&q=FLUJOGRAMA%20SEG%C3%9AN%20LA%20NORMA%20ASME&f=false
- Meza Vargas, C. (2007). *Contabilidad Analisis de Cuentas* (Vol. XI). Costa Rica: EUNED. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=FdcD5qOwcMcC&pg=PA63&dq=cuentas+por+cobrar&hl=es-419&sa=X&sqi=2&redir_esc=y#v=onepage&q=cuentas%20por%20cobrar&f=false
- MIPRO. (23 de Enero de 2015). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/bp-126-el-mipro-promueve-la-innovacion-del-calzado-en-el-austro-ecuadoriano/>
- Olivera, J. A. (30 de octubre de 2015). *Calzados y Zapatos*. Recuperado el 02 de febrero de 2016, de <http://www.calzadosyzapatos.com/tipos/zapato-casual.html>
- Parreño, J. (2008). En L. I. Marketing. España: Club Universitario. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=vgJliuEEonkC&pg=PA97&dq=precio+concepto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiG5qasltfPAhUD7B4KHbeaCQAQ6AEIMTAE#v=onepage&q=precio%20concepto&f=false>
- Perez, E. (2013). *Mercadotecnia* (Primera ed., Vol. I). Riobamba: Editex.

Porter, M. (2007). *Analisis de competitividad* (Vol. Primera). Mexico: Editorial Gracico.

PUCESI. (3 de Abril de 2016). *Ediciones Legales*. Recuperado el 1 de Octubre de 2016, de <http://www.pucesi.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Constituci%C3%B3n-de-la-Republica-2008..pdf>

pueblo, D. d. (27 de Octubre de 2012). *Defensorioa del pueblo.gob*. Obtenido de <http://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/ReglamentoLeyOrganicadelConsumidor.pdf>

Rojas, D. (2013). *La Biblioteca del Marqueting* (Vol. Primera). España: Lexus Editores.

Rosales, P. R. (2007). *LA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Costa Rica: Universidad Estatal. Obtenido de https://books.google.es/books?id=4Q1xH-UdSAMC&pg=PA95&dq=que+es+la+demanda+potencial+insatisfecha&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjoh9OcxZ_QAhVjqlQKHTv3AeUQ6AEIHjAB#v=onepage&q=que%20es%20la%20demanda%20potencial%20insatisfecha&f=false

Rueda, M. (23 de Marzo de 2015). *Blogger*. Recuperado el 8 de Enero de 2016, de <http://www.lavanguardia.com/salud/podologia/20150323/54428374050/uso-calzado-adecuado-evitar-problemas-fisicos.html>

Ruiz, E. (9 de Noviembre de 2010). *Scribd.com*. Recuperado el 4 de Julio de 2016, de <https://es.scribd.com/doc/42547595/Flujo-Neto-de-Efectivo>

Sanchez, C. (6 de Marzo de 2014). *Segob*. Obtenido de <http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/GuiaEstudioMercado.pdf>

Sanchez, D. (16 de Mayo de 2010). *PUCE*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1370/6/CAPITULO%205.pdf>

Senplades. (29 de Diciembre de 2013 - 2017). *Senplades*. Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

- Senplades. (2 de Junio de 2014). *Secretaria Nacional Planificacion y Desarrollo*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2015, de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/10/Agenda-zona-3.pdf>
- Solarte, P. (15 de junio de 2013). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/49294985/Manual-de-funciones>
- Stanton, W. (2000). *Fundamentos de Marketing* (Vol. X). México: MCMXCVII Mc Graw Hill.
- Stanton, W. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Decimocuata ed., Vol. XIV). México: Mc Graw Hill.
- Suarez, V. (7 de Julio de 2014). *Crecenegocios.com*. Recuperado el 02 de Junio de 2016, de <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
- Super de Companias. (5 de Agosto de 2014). *Supercias.gob*. Recuperado el 5 de Julio de 2016, de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf
- Thompson, L. (Abril de 2008). *Promonegocios.net*. Recuperado el 1 de Julio de 2016, de <http://www.promonegocios.net/costos/tipos-costos.html>
- Urbina, B. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Vol. VI). Mexico: Mc Graw Hil.
- Urribe, M. (24 de Mayo de 2015). *Blogspot.com*. Obtenido de <http://nandis21.blogspot.com/p/indicadores-de-rentabilidad.html>
- Valbuena, R. (2007). *Evaluacion de Proyectos* . Mexico. Recuperado el 2 de 10 de 2016, de https://books.google.com.ec/books?id=D09hZj1aRk0C&pg=PA250&dq=distribucion+del+espacio+por+proceso&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj1y_fEnpXQAhUI5oMKHdt3Bk8Q6AEIJTAC#v=onepage&q=distribucion%20del%20espacio%20por%20proceso&f=false

Velandia, L. (2014). *Icono Masculino*. Recuperado el 2 de Febrero de 2016, de <http://iconomasculino.com/guia-de-zapatos-para-hombre-paso-a-paso/>

Ynfante, R. e. (27 de Enero de 2009). *Gestipoles*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/capital-de-trabajo/>

Zambrano, R. (2015). *El Universo*. Recuperado el 5 de Enero de 2016, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/07/19/nota/5024746/innovacion-diseno-son-aun-desafio-zapato-local>

ANEXOS

Anexo No. 1. Préstamo Banco Pichincha

Datos Financiamiento	Valores	Periodicidad	Explicación
Monto Financiado (USD)	14567		Monto del crédito solicitado
Monto liquido (USD)	14494.16		Monto acreditado en la cuenta
Cuota Financiera (USD)	406.21	Mensual	Valor correspondiente al capital e interés
Cuota Total (USD)	412.31	Mensual	Valor cuota financiera
Plazo / Número de cuotas	48	Mensual	Número de cuotas a pagar por el cliente en todo el plazo del crédito
Tasa Interés Nominal (%)	15.19	Anual	Es la tasa de interés anual que iguala el valor presente de los flujos de los desembolsos con el valor presente de los flujos de servicio de crédito.
Tasa de Interés activa efectiva referencial para el segmento (%)	15.78	Anual	Es la tasa de interés anual que iguala el valor presente de los flujos de los desembolsos con el valor presente de los flujos de servicio del crédito del segmento
Tasa Interés efectiva anual (%)	16,29	Anual	(TEA) Es igual al interés anual efectivo, dividido para el capital inicial. Las tasas de interés nominal y efectiva difieren cuando el período de capitalización es distinto de un año. La tasa de interés efectiva es más alta mientras más corto es el periodo de capitalización
Suma de Cuotas (USD)	20100.27		Sumatoria de cuotas que paga el cliente
Carga Financiera (USD)	5362.09		Sumatoria de intereses y primas
Relación entre el valor total y monto de capital solicitado	1,38		Relación entre la suma de cuotas y el monto financiado.
Tasa efectiva anual del costo del financiamiento	16,85		Es la tasa efectiva anual de interés más los valores correspondientes a impuestos de ley, seguros obligatorios (desgravamen e incendios) y gastos directos e indirectos.

Anexo No. 2. Préstamo Banco Produbanco

PRODUBANCO Grupo Pramerica

Crédito de Consumo | Crédito Hipotecario | Crédito Automotriz | Créditos No residencial | Crédito Comercial

Simulador Crédito Hipotecario

Valor del Crédito: 15,225

Plazo (meses): 60

Sistema de Pago Elegido: Cuota fija (Francesa) Capital fijo (Alemana)

Tasa: 10.78%

Primera Cuota (mensual): \$ 329.36

Calcular | Borrar | Imprimir

# Cuota	Saldo	Interes	Capital	Cuota Mensual
0	15225			
1	15032.41	136.77	192.59	329.36
2	14838.09	135.04	194.32	329.36
3	14642.03	133.30	196.06	329.36
4	14444.20	131.53	197.83	329.36
5	14244.60	129.76	199.60	329.36
6	14043.20	127.96	201.40	329.36
7	13840.00	126.15	203.21	329.36
8	13634.96	124.33	205.03	329.36
9	13428.09	122.49	206.87	329.36
10	13219.36	120.63	208.73	329.36
11	13008.75	118.75	210.61	329.36
12	12796.25	116.86	212.50	329.36
13	12581.85	114.95	214.41	329.36
14	12365.51	113.03	216.33	329.36
15	12147.24	111.08	218.28	329.36
16	11927.00	109.12	220.24	329.36
17	11704.78	107.14	222.22	329.36
18	11480.57	105.15	224.21	329.36
19	11254.34	103.13	226.23	329.36
20	11026.08	101.10	228.26	329.36
21	10795.78	99.05	230.31	329.36

BANCO PRODUBANCO

# Cuota	Saldo	Interes	Capital	Cuota Mensual
0	15225			
1	15032.41	136,77	192,59	329.36
2	14838.09	135,04	194,32	329.36
3	14642.03	133,3	196,06	329.36
4	14444.20	131,53	197,83	329.36
5	14244.60	129,76	199,60	329.36
6	14043.20	127,96	201,40	329.36
7	13840.00	126,15	203,21	329.36
8	13634.96	124,33	205,03	329.36
9	13428.09	122,49	206,87	329.36
10	13219.36	120,63	208,73	329.36
11	13008.75	118,75	210,61	329.36
12	12796.25	116,86	212,50	329.36
13	12581.85	114,95	214,41	329.36
14	12365.51	113,03	216,33	329.36
15	12147.24	111,08	218,28	329.36
16	11927.00	109,12	220,24	329.36
17	11704.78	107,14	222,22	329.36
18	11480.57	105,15	224,21	329.36
19	11254.34	103,13	226,23	329.36
20	11026.08	101,1	228,26	329.36
21	10795.78	99,05	230,31	329.36
22	10563.40	96,98	232,38	329.36
23	10328.93	94,89	234,47	329.36
24	10092.36	92,79	236,57	329.36
25	9853.66	90,66	238,70	329.36
26	9612.82	88,52	240,84	329.36
27	9369.81	86,36	243,01	329.36
28	9124.63	84,17	245,19	329.36
29	8877.24	81,97	247,39	329.36
30	8627.62	79,75	249,61	329.36
31	8375.77	77,5	251,86	329.36
32	8121.65	75,24	254,12	329.36
33	7865.25	72,96	256,00	329.36
34	7606.54	70,66	258,70	329.36
35	7345.52	68,33	261,03	329.36
36	7082.14	65,99	263,37	329.36
37	6816.40	63,62	265,74	329.36
38	6548.28	61,23	268,13	329.36
39	6277.74	58,83	270,54	329.36
40	6004.78	56,4	272,97	329.36
41	5729.36	53,94	275,42	329.36
42	5451.47	51,47	277,89	329.36
43	5171.08	48,97	280,39	329.36
44	4888.17	46,45	282,91	329.36
45	4602.72	43,91	285,45	329.36
46	4314.71	41,35	288,01	329.36
47	4024.11	38,76	290,60	329.36
48	3730.90	36,15	293,21	329.36
49	3435.06	33,52	295,84	329.36
50	3136.55	30,86	298,50	329.36
51	2835.37	28,18	301,18	329.36
52	2531.48	25,47	303,89	329.36
53	2224.86	22,74	306,62	329.36
54	1915.49	19,99	309,37	329.36
55	1603.33	17,21	312,55	329.36
56	1288.38	14,4	314,93	329.36
57	970.59	11,57	317,79	329.36
58	649.95	8,72	320,64	329.36
59	326.43	5,84	323,52	329.36
60	0.00	2,93	326,43	329.36
TOTAL		4536,60	15225.00	19761.62

Anexo No, 4. Tabla para el Cálculo del Impuesto a la Renta

Año 2016 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
0	11.170	0	0%
11.170	14.240	0	5%
14.240	17.800	153	10%
17.800	21.370	509	12%
21.370	42.740	938	15%
42.740	64.090	4.143	20%
64.090	85.470	8.413	25%
85.470	113.940	13.758	30%
113.940	En adelante	22.299	35%

NAC –DGRCGC15-00003195 publicada en el S.R.O. 657 de 28/12/2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

**ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DEL CALZADO ELABORADO
EN EL CANTÓN CEVALLOS**

OBJETIVO: Estudiar la factibilidad de la creación de calzado casual masculino en la Empresa Joshep`s Marc en el cantón Cevallos.

INSTRUCCIONES: Marque con una x la respuesta correcta. La encuesta es anónima procure ser sincero y veraz, ya que es muy importante para nosotros su opinión.

CUESTIONARIO

1. **¿Ha adquirido usted calzado casual?**
 - 1.1. Si
 - 1.2. No
2. **¿Cuál fue el material del calzado que usted adquirió?**
 - 2.1. Cuero
 - 2.2. Sintético
 - 2.3. Plástico
3. **¿Ha adquirido calzado que le brinde total satisfacción a precios accesibles?**
 - 3.1. Si
 - 3.2. No
4. **¿Le gustaría adquirir calzado casual 100% de cuero que le brinde comodidad a sus pies?**
 - 4.1. Si
 - 4.2. No
5. **¿Anualmente cuantos pares de calzado casual adquiere usted?**
 - 5.1. De 1 a 2
 - 5.2. De 3 a 4
 - 5.3. Más de 4
6. **¿Cuál de las siguientes características influyen al momento de adquirir calzado casual?**
 - 6.1. Calidad
 - 6.2. Precio
 - 6.3. Confort
 - 6.4. Diseño

6.5. Otros

¿Cuál?.....

7. ¿Qué colores de calzado casual le gustaría adquirir?

7.1. Negro

7.2. Café

7.3. Miel

7.4. Wiski

7.5. Otros

8. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar al adquirir un par de calzado casual?

8.1. Menos de \$21

8.2. Entre \$22 y \$31

8.3. Entre \$32 y \$41

8.4. Entre \$42 y \$510

8.5. Más de \$52

9. ¿Dónde preferiría adquirir el calzado?

9.1. Centro Comercial

9.2. Almacén

9.3. Ferias

10. ¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría conocer de la oferta de calzado casual?

10.1. Televisión

10.2. Radio

10.3. Internet (Redes sociales)

10.4. Otros

¿Cuál?.....

11. ¿Cuál sería el tipo de empaque ideal para nuestros productos?

11.1. Fundas Personalizadas

11.2. Cajas de cartón

11.3. Bolso de uso diario

12. ¿Qué le gustaría recibir por la compra de nuestros productos?

12.1. Obsequios

12.2. Descuentos

12.3. Facilidades de pago

13. ¿Conoce usted alguna otra marca que oferte calzado casual 100% de cuero?

13.1. Si

¿Cuál?.....

13.2. No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo No. 6. Depreciación

ecuador
ama la vida

SRI
...Le hace bien al país



Inicio | El SRI | Rendición de cuentas 2015 | Información | Servicios en línea | Capacitaciones | Casaca Tributaria Digital | Normativa Tributaria

Aplicaciones / Matriz Incentivos Beneficios Fiscales / 28.6 c) Depreciación acelerada de activos fijos

NOTICIAS DESTACADAS

Julio 15 | MÁS DE 100 MIL

DEVOLUCIONES DEL IVA POR EL USO
DE MEDIOS ELECTRÓNICOS DE PAGO

Julio 25 | LAS FACTURAS ELECTRÓNICAS

YA NO SE REGISTRAN EN EL ANEXO
TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO (ATS)

Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno

Art. 28.- Gastos generales deducibles

Bajo las condiciones descritas en el artículo precedente y siempre que no hubieron sido aplicados al costo de producción, son deducibles los gastos previstos por la Ley de Régimen Tributario Interno, en los términos señalados en ella y en este reglamento, tales como:

(...)

6. Depreciación de activos fijos.

c) En casos de obsolescencia, utilización intensiva, deterioro acelerado u otras razones debidamente justificadas, el respectivo Director Regional del Servicio de Rentas Internas podrá autorizar depreciaciones en porcentajes anuales mayores a los indicados, los que serán fijados en la resolución que dictará para el efecto. Para ello, tendrá en cuenta las Normas Ecuatorianas de Contabilidad y los parámetros técnicos de cada industria y del respectivo bien. Podrá considerarse la depreciación acelerada exclusivamente en el caso de bienes nuevos, y con una vida útil de al menos cinco años, por tanto, no procederá para el caso de bienes usados adquiridos por el contribuyente. Tampoco procederá depreciación acelerada en el caso de bienes que hayan ingresado al país bajo regímenes suspensivos de tributos, ni en aquellos activos utilizados por las empresas de construcción que apliquen para efectos de sus registros contables y declaración del impuesto el sistema de "obra terminada", previsto en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Mediante este régimen, la depreciación no podrá exceder del doble de los porcentajes señalados en (b) a).

(a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 2% anual.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

(IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

En caso de que los porcentajes establecidos como máximos en este Reglamento sean superiores a los calculados de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil o la técnica contable, se aplicarán estos últimos.

b) Cuando el contribuyente haya adquirido requestos destinados exclusivamente al mantenimiento de un activo fijo podrá, a su criterio, cargar directamente al gasto el valor de cada requesto utilizado o depreciar todos los requestos adquiridos, al margen de su utilización efectiva, en función a la vida útil restante del activo fijo para el cual están destinados, pero nunca en menos de cinco años. Si el contribuyente vendiere tales requestos, se registrará como ingreso gravable el valor de la venta y, como costo, el valor que tiene por depreciar. Una vez adrogado un sistema, el contribuyente solo podrá cambiarlo con la autorización previa del respectivo Director Regional del Servicio de Rentas Internas;

Anexo No. 7. Información de la empresa


INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL
 TITUAÑA AGUAGUIÑA MARCO VINICIO
 TITUAÑA AGUAGUIÑA MARCO VINICIO
 mayo 09 del 2016 14:37
DETALLE DE COMPROBANTE DE PAGO (PERIODOS)
 No. Comprobante: 000000080642417

Concepto:	PAGO DE PLANILLAS - NORMALES,		
No. RUC / REGISTRO:	1709494155001 - 0001	Emitido en:	2016-05-03
Nombre / Razón Social / Organización:	TITUAÑA AGUAGUIÑA MARCO VINICIO - TITUAÑA AGUAGUIÑA MARCO VINICIO		
Fecha de Vigencia de Pago:	2016-05-16		
Periodo de Pago:	2016 - 04		
Forma de pago:	Fondos propios		
Observación:			

PERIODO	TIPO	RT	TP	REG.	SUELDO	VALOR	TIEMPO PARCIAL
2016 - 4	M	06	A	3	1133.42	244.83	0.00
2016 - 4	M	14	A	1	366.00	75.40	0.00
2016 - 4	M	16	A	6	1049.20	226.69	50.57
					2548.62	546.92	50.57

Valor	
Intereses por mora (+)	546.92
Seguro Salud Tiempo Parcial (+)	0.00
Honorarios Abogado (+)	50.57
Gastos Administrativos (+)	0.00
Subtotal (=)	0.00
Notas de Crédito (-)	546.92
Total (=)	0.00
	597.49

Señor Empleador

Usted puede pagar sus obligaciones patronales en línea en cualquier agencia de los bancos: Pichincha, Bolivariano, Guayaquil, Austro, Pacífico, Oficinas de Western Union Red Activa, Ventanillas Coop. de Ahorro y Crédito El Sagrario; o, en cualquier agencia de Servipagos.

Cuando realiza los pagos en bancos, el estado inicial del comprobante es DEPOSITADO y luego de la conciliación se registrará como CANCELADO.

La cancelación de planillas de obligaciones patronales a través de débito bancario no requiere generación previa del comprobante. En cuanto a GLOSAS, obligatoriamente debe generarlos para brindarle el servicio.

Bajo ningún concepto puede transferir directamente a ninguna cuenta del IESS valores para el pago de obligaciones patronales.

Los comprobantes de pago con remisión de intereses por conceptos de: Planillas, Glosas, Títulos de Crédito, Acuerdos Pagos Parciales o Convenios de Purga de Mora que no fueron cancelados hasta la fecha de su vencimiento, seguirán las acciones de cobro previstas en la normativa vigente. **LOS APORTES CANCELADOS CON REMISIÓN DE INTERESES SI OCASIONARÁN RESPONSABILIDAD PATRONAL.**

Anexo No. 8. Proformas

Núñez Cáceres Patricio Fernando

MIKROCARTON
CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO Y MICROCORRUGADO

MIKROCARTON
AUTORIZACION S.R.L. 1117146549
DIRECCION
La Esperanza Ramon Salazar s/n y Julio Zaldumbide
Huachi Chico / Telf.: (03) 2 585 655 -
2 585 877 - 0992 719 815
Ambato - Ecuador

R.U.C. 1801939164001
FACTURA
N° 001-001 **0050298**

ARTÍCULO	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
MC1224 ADIDDS AZUL CAJA ZAPATO	20	0.495	9.90
CR1002 CAJA REGULAR GRANDE 700-550-580	1	3.25	3.25
			0.00
Total Gravado con I.V.A. Tarifa 0%			13.15
Total Gravado con I.V.A. Tarifa 12%			1.58
Importe del I.V.A.			1.58
Transporte			14.73
TOTAL DE LA FACTURA \$			

He recibido la mercadería detallada en la presente Factura. Por lo tanto el valor indicado DEBO y PAGARE a la orden de Patricio Fernando Núñez Cáceres. En caso de juicio me sujeto a los jueces competentes y a la acción ejecutiva para lo cual renuncio fuero y domicilio. En caso de pago de esta factura en fecha posterior a la del vencimiento se aplicará intereses de mora a la tasa legal vigente

SON: CATORCE, 73/100 dólares.

Núñez Cáceres Patricio Fernando

MIKROCARTON
CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO Y MICROCORRUGADO

MIKROCARTON
AUTORIZACION S.R.L. 1115756685
DIRECCION
La Esperanza Ramon Salazar s/n y Julio Zaldumbide
Huachi Chico / Telf.: (03) 2 585 655 -
2 585 877 - 0992 719 815
Ambato - Ecuador

R.U.C. 1801939164001
FACTURA
N° 001-001 **0046586**

ARTÍCULO	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
MC1070 ZAPATO HOMBRE UN CUERPO	75	0.45	33.75
			0.00
Total Gravado con I.V.A. Tarifa 0%			33.75
Total Gravado con I.V.A. Tarifa 12%			4.05
Importe del I.V.A.			4.05
Transporte			37.80
TOTAL DE LA FACTURA \$			

He recibido la mercadería detallada en la presente Factura. Por lo tanto el valor indicado DEBO y PAGARE a la orden de Patricio Fernando Núñez Cáceres. En caso de juicio me sujeto a los jueces competentes y a la acción ejecutiva para lo cual renuncio fuero y domicilio. En caso de pago de esta factura en fecha posterior a la del vencimiento se aplicará intereses de mora a la tasa legal vigente

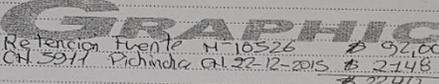
SON: TREINTA Y SIETE, 80/100 dólares.

Anexo No.9. Proforma de Publicidad



Saltos Terán Diego Daniel
 Direc. Matriz y Estables: Bolívar y Bayaca / Telf.: 062985-888
 Frente al Mercado Central - (Alameda Rega-Itina)
 Cel. 098735550 / TULCÁN - ECUADOR
 dsaltosbicgraphic@yahoo.es
 dsaltosbicgraphic@gmail.com

FACTURA
 RUC. 1803765138001
 Aut. SRI. 1117976659
 002-001 N° 000707

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
4.000	Retard Stic blanco/rojo2 colores	0,50	2.000,00
 Retencion Frente N-10526 \$ 92,00 CH 5977 Pichincha 01-22-2015 \$ 2.148 \$ 2240			
4.000	TOTAL PRODUCTO ENTREGADO		
KHUMO		SUB-TOTAL	2.000,00
Cliente		DESCUENTO	240,00
Firma Autorizada		IVA -12%	240,00
		TOTAL USD.	2.720,00



CAICEDO ALVAREZ FREDY FRANCISCO
RADIO BANDIDA
 R.U.C. 0501047906001
 003: Manuel Garcés s/n y Miguel Albornoz, esq.
 (03) 285 1369 / 240 1590
 Ambato - Ecuador
 Matriz: Av. Roosevelt s/n y Av. Atahualpa, Latacunga

AUT. SRI.: 1117844213
FACTURA 003 - 001
 0001719
 Documento
 Categorizado: No
WWW.RADIOBANDIDA.COM

"Obligado a llevar contabilidad"

CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
	PUBLICIDAD CONTRATADA 0001557 DEL 20 DE OCTUBRE AL 19 DE NOVIEMBRE DEL 2		400,00
10	ANUNCIOS DE LUNES A VIERNES		
5	ANUNCIOS DE BONIFICACION SABADOS		
4	BONIFICACIONES DOMINGO		
		COM. AGENCIA	400,00
		SUB-TOTAL	400,00
		12 % IVA	48,00
		TOTAL	448,00

MUNDIGRAF / Lascano Mayorga Milton Fernando / Aut. 3789 / RUC.: 1600279218001 / Telf. 2423661
 No. 1701 al 1900 / Fecha de Aut. 06 - Nov. - 2015 / Válido hasta: 06 - Noviembre - 2016



 RADIO BANDIDA
 WEDIN CUSUMBO

Anexo No.10. Diseños de Calzado



Casual Novo cordón