



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INSTITUTO DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE
LAS PYMES

TÍTULO DE INFORME DE INVESTIGACIÓN
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME
ORIENTADA A LA MANUFACTURA Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO
EN PLAYAS

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE
LAS PYMES

AUTORA:

Ing. MITE MEJÍA CARMEN ISABEL

TUTOR:

PhD. SÁNCHEZ CHÓEZ NAPOLEÓN GUILLERMO

Santa Elena - Ecuador

2023- 2024

Dedicatoria

DEDICO ESTE TRABAJO A

Dios, por fortificar mi corazón e iluminar mi mente por regalarme un poquito de su inteligencia. A mi madre, quien es la persona que ha velado por mí y me ha acompañado durante este arduo camino tanto en el proyecto de vida, profesional y de nivel de estudios avanzados.

A mi esposo que durante este tiempo me ha dado todo su soporte a través de sus consejos, ánimos y sonrisas en todo momento. A mi hija por quien lucho cada día y es el motor de mi vida. A mi familia en general por el apoyo incondicional.

Carmen

Agradecimiento

Mi agradecimiento al personal académico asignado durante el periodo de la maestría, por el tiempo, el apoyo y a sus conocimientos y sabidurías que me han transmitido en el transcurso de mi formación.

A mi tutor PhD. Napoleón Sánchez, por su apoyo incondicional, paciencia y los consejos para mejorar esta investigación.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por la formación académica acertada.

Certificación del tutor

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación “Estudio de factibilidad para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas”, bajo la modalidad de titulación Informe de Investigación, elaborado por la maestranda Ing. Carmen Isabel Mite Mejía, de la **Maestría en Administración de Empresas mención Gestión de las PYMES de la Universidad Estatal Península de Santa Elena** previo a la obtención del Título de Magíster en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

TUTOR

PhD. Napoleón G. Sánchez Chóez

Tribunal de grado

Mgr. Herman Zúñiga Muñoz
COORDINADOR DEL PROGRAMA

Mgr. Sabina Villón Perero
PROFESOR ESPECIALISTA 1

Mgr. Soraya Linzán Rodríguez
PROFESOR ESPECIALISTA 2

PhD. Napoleón Sánchez Chóez
DOCENTE TUTOR

Ab. María Rivera González, Mgr.
SECRETARIA GENERAL



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
INSTITUTO DE POSTGRADO

Declaratoria de responsabilidad

El presente trabajo de Titulación: “Estudio de factibilidad para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en playas” y elaborado por Carmen Isabel Mite Mejía, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa.

Transferencia de derechos autorales.

"El contenido del presente Trabajo de Titulación es de mi responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena".

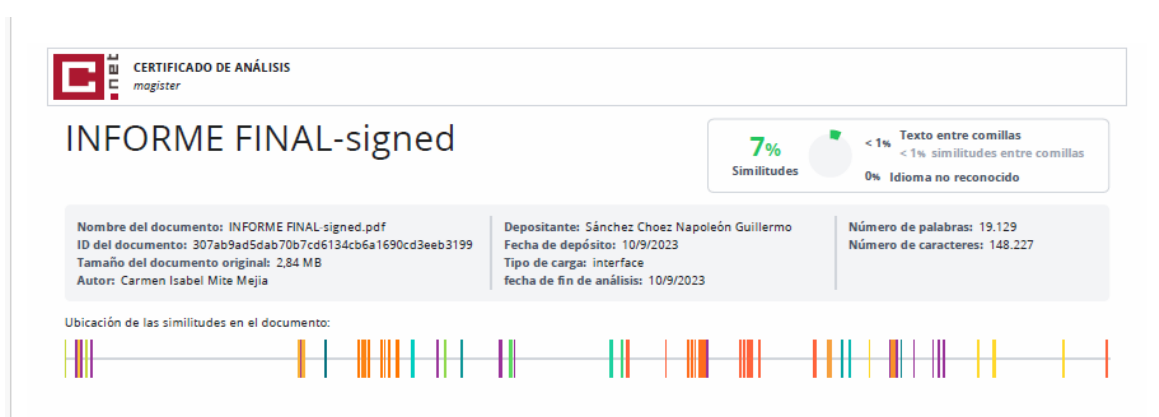
Carmen Isabel Mite Mejía
AUTOR
CI:0929463826



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
INSTITUTO DE POSTGRADO

Certificación de anti-plagio

En calidad de tutor del informe de investigación “**Estudio de factibilidad para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en playas**”, elaborado por la maestrante ING. CARMEN ISABEL MITE MEJÍA egresada de la Maestría de administración de empresas mención gestión de las PYMES, de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención de título Magíster en administración de empresas mención gestión de las PYMES, me permito a declarar que una vez analizado anti-plagio COMPILATIO, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración, el presente proyecto ejecutado, se encuentra con el 7% de la estimación permitida, por lo consiguiente se procede a emitir el presente informe. Adjunto reporte de similitud.



PhD. Napoleón Sánchez Chóez
tutor

Índice General

<i>Dedicatoria</i>	<i>I</i>
<i>Agradecimiento</i>	<i>II</i>
<i>Certificación del tutor</i>	<i>III</i>
<i>Tribunal de grado</i>	<i>IV</i>
<i>Declaratoria de responsabilidad</i>	<i>V</i>
<i>Certificación de anti-plagio</i>	<i>VI</i>
<i>Índice General</i>	<i>VII</i>
<i>Índice General</i>	<i>VIII</i>
<i>Índice General</i>	<i>IX</i>
<i>Índice de tablas</i>	<i>X</i>
<i>Lista de figuras</i>	<i>XI</i>
<i>Lista de ilustraciones</i>	<i>XI</i>
<i>Anexos</i>	<i>XII</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>XIII</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	<i>1</i>
<i>Situación problemática</i>	<i>3</i>
<i>Formulación del problema</i>	<i>4</i>
General	<i>4</i>
Específico	<i>4</i>
<i>Justificación del estudio</i>	<i>5</i>
<i>Justificación teórica</i>	<i>5</i>
<i>Justificación práctica</i>	<i>5</i>
<i>Objetivos</i>	<i>6</i>
Objetivo general	<i>6</i>
Objetivos específicos	<i>6</i>
<i>Planteamiento hipotético</i>	<i>6</i>
<i>Capítulo 1. Marco referencial</i>	<i>7</i>
Análisis de la situación actual	<i>8</i>
Tungurahua: las grandes empresas del calzado	<i>9</i>
Partes de un calzado	<i>12</i>
El calzado y sus tipos.....	<i>12</i>
<i>Bases teóricas y conceptuales</i>	<i>13</i>
Estudio de factibilidad	<i>13</i>
Estudio de mercado	<i>14</i>
Estudio técnico	<i>16</i>

Estudio financiero	22
Capítulo 2. Metodología	23
Tipos de investigación	23
Diseño de la investigación	24
Método de la investigación	24
Población y muestra	24
Población	24
Muestra	25
Procesamiento de los datos.....	26
Capítulo 3. Resultados y discusión	27
Capítulo 4. Estudio de factibilidad.....	35
Estudio del mercado	35
Diseño y característica del producto	35
Análisis de la demanda de calzados para mujeres	38
Análisis de los competidores existentes en el interior y alrededor del Cantón General Villamil Playas	40
Análisis de Precios	42
Estudio técnico	43
Localización del local Gisabel store	43
Aspectos técnicos	43
Disponibilidad de materia prima	45
Área Administrativa	46
Activos, maquinarias y mano de obra	46
Orden de producción.....	49
Sistema organizacional de la empresa.....	52
Permisos	55
Estudio financiero	57
Inversiones	57
Inversión fija tangible	57
Inversión fija intangible	60
Capital operativo	61
Inversión total en activos proyectados.....	61
Financiamiento	62
Costos y gastos	63
Costo de producción.....	63
Gastos administrativos	64
Gastos de ventas.....	64
Gastos financieros	64
Gastos operativos	64
Ingresos.....	65
Flujo neto de caja.....	69
Criterios de evaluación del Proyecto.....	69
Valor actual neto	69
Tasa interna de retorno	69
Período de recuperación de la inversión	70
Conclusiones.....	72

Recomendaciones.....	72
<i>Referencias</i>	73
<i>Apéndices</i>.....	76
Plan de acción.....	76
Datos financieros	77
Encuesta.....	85

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Población</i>	24
Tabla 2 <i>Población de mujeres del Cantón Playas</i>	39
Tabla 3 <i>Adquisición de calzados</i>	40
Tabla 4 <i>Principales competidores</i>	41
Tabla 5 <i>Precios</i>	42
Tabla 6 <i>Tiempo de producción</i>	47
Tabla 7 <i>Orden de producción</i>	50
Tabla 8 <i>Reporte semanal de una orden de producción</i>	50
Tabla 9 <i>Programa de producción vs producción real</i>	51
Tabla 10 <i>Cumplimiento de producción</i>	51
Tabla 11 <i>Costo proyectado del terreno</i>	57
Tabla 12 <i>Costo proyectado de edificio</i>	57
Tabla 13 <i>Costos proyectados de maquinaria y equipos</i>	58
Tabla 14 <i>Costos proyectados de equipos de computación</i>	59
Tabla 15 <i>Costos proyectados de muebles y enseres</i>	59
Tabla 16 <i>Costos proyectados de equipos de oficina</i>	59
Tabla 17 <i>Costo proyectado de Vehículo</i>	60
Tabla 18 <i>Inversión de activos diferidos</i>	60
Tabla 19 <i>Inversión inicial</i>	61
Tabla 20 <i>Proyección de activos fijos</i>	61
Tabla 21 <i>Estructura del capital</i>	63
Tabla 22 <i>Amortización</i>	63
Tabla 23 <i>Proyección de ingresos</i>	66
Tabla 24 <i>Proyección de estado de resultado</i>	68
Tabla 25 <i>Período de recuperación</i>	70

Lista de figuras

Figura 1 <i>Recaudaciones por ventas de calzados en Ecuador</i>	11
Figura 2 <i>Recaudaciones por ventas de calzados en Ecuador/ fabricación de partes de cuero</i>	11
Figura 3 <i>Población de Ecuador</i>	25
Figura 4 <i>Edad</i>	27
Figura 5 <i>Talla de calzados</i>	28
Figura 6 <i>Compras de calzados por marca</i>	28
Figura 7 <i>Atributos para considerar las compras de calzados</i>	29
Figura 8 <i>Calzados. - Sandalias- Balerinas</i>	30
Figura 9 <i>Calzados. - Tacones</i>	30
Figura 10 <i>Calzados. - Plataformas</i>	31
Figura 11 <i>Calzados Mocasines</i>	31
Figura 12 <i>Frecuencia para adquirir un par de calzados</i>	32
Figura 13 <i>Preferencias de locales para las compras de Calzados</i>	33
Figura 14 <i>Compras locales</i>	33
Figura 15 <i>Aspectos</i>	34
Figura 16 <i>Organigrama</i>	52

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 <i>Como realizar un estudio de mercado</i>	16
Ilustración 2 <i>Materiales</i>	19
Ilustración 3 <i>Balerinas y sandalias</i>	37
Ilustración 4 <i>Mocasines de diferentes colores</i>	37
Ilustración 5 <i>Calzado con tacones</i>	38
Ilustración 6 <i>Modelo de Plataforma</i>	38
Ilustración 7 <i>Localización</i>	43

Anexos

ANEXO 1 Plan de acción	76
ANEXO 2 Ventas aproximadas	77
ANEXO 3 Ventas proyectadas	78
ANEXO 4 Ingresos proyectados.....	78
ANEXO 5 Sueldos del personal	79
ANEXO 6 Proyección de sueldos con beneficio social.....	80
ANEXO 7 Gastos administrativos	81
ANEXO 8 Gastos de ventas.....	82
ANEXO 9 Gastos operativos.....	83
ANEXO 10 Proyección flujo de caja.....	84



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME ORIENTADA A LA MANUFACTURA Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO EN PLAYAS

AUTORA:

Ing. Carmen Isabel Mite Mejía

TUTOR:

PhD. Napoleón Guillermo Sánchez Chóez

RESUMEN

El proyecto tiene como problemática la falta de una PYME de calzado en General Villamil Playas, por lo que los productores y comerciantes locales ven dificultosa la competencia con países como Colombia y China donde los costos son bajos incluyendo la mano de obra y variedades de modelos, por eso que muchos comerciantes viajan más a Colombia a comprar los calzados para venderlos en diferentes parte de Ecuador a pesar de que tienen la fabricación de calzados en la sierra. El objetivo es crear una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas, la cual ofrecerá calzados exclusivos con amplia variedad de diseños, buena calidad y precios considerables para su adquisición; para ello se acompañará desde la creación de la empresa mencionada hasta la comercialización de sus productos. Para llevar a cabo esta investigación se planteó un objetivo general; analizar la factibilidad para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas. La metodología que se aplica es el método inductivo para poder llegar a conclusiones concretas con el tipo de investigación **descriptivo** para comprender la información mediante su análisis e interpretación del mercado por medio de encuesta para mujeres de Playas, dando como resultado que la mayor parte de la población femenina comprarían calzados en tiendas o PYMES locales siempre y cuando contando con precios flexibles y buena calidad de este.

Palabras claves: Estudio de factibilidad, manufactura, comercialización, PYME.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME ORIENTADA A LA MANUFACTURA Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO EN PLAYAS

AUTORA:

Ing. Carmen Isabel Mite Mejía

TUTOR:

PhD. Napoleón Guillermo Sánchez Chóez

ABSTRACT

The problem of the project is the lack of a footwear SME in General Villamil Playas, which is why local producers and merchants find it difficult to compete with countries like Colombia and China where costs are low, including labor and varieties of models. That is why many merchants travel more to Colombia to buy shoes to sell them in different parts of Ecuador, even though they manufacture shoes in the mountains. The objective is to create an-SME oriented to the manufacture and commercialization of footwear on beaches, which will offer exclusive footwear with a wide variety of designs, good quality and considerable prices for its acquisition; For this, it will be accompanied from the creation of the aforementioned company to the commercialization of its products. To carry out this research, a general objective was established; analyze the feasibility for the creation of an SME oriented to the manufacture and commercialization of footwear in Playas. The methodology that is applied is the inductive method to be able to reach specific conclusions with the type of descriptive investigation to understand the information through its analysis and interpretation of the market through a survey for women from Playas, resulting in the majority of the female population would buy footwear in local stores or SMEs as long as they have flexible prices and good quality.

Keywords: Feasibility study, manufacture, commercialization, SME.

INTRODUCCIÓN

Según estudio en el *Journal of Research in Personality*, añade que “la gente tiende a prestar atención a sus calzados y a los del resto que están a su alrededor. Hay gran variedad de estilos, marcas y funciones. Debido a esta diversidad, los zapatos contienen información de las diferencias individuales. ¿Realmente es así? Nosotros pensamos que sí” (Fajkowska & DeYoung, 2015).

El calzado no solo es un accesorio, sino una prenda clave para expresar la personalidad y más que todo la feminidad y la seducción, al mismo tiempo se marca la diferencia en la elegancia, calidad y modelo.

En la actualidad muchos de los productores, comerciantes o clientes buscan variedades de modelos, calidad y bajo precios de calzados por ende buscan productos importados. Se puede decir que el calzado para mujeres es una demanda muy importante en todas las regiones del país por su uso frecuentemente tanto para ir al trabajo, eventos sociales que se les presentan entre otros.

En Ecuador, hay provincias que cuentan con fábricas de calzados, una de ellas es la Sierra por ende muchas personas tienen que viajar o solicitar vía internet las compras de calzados, con el riesgo de que no sea el modelo, talla o color que desean por las variedades de modelos, calidad que se comercializan en Ecuador.

Una entidad comercializadora de calzado en General Villamil Playas lleva 8 años trabajando de manera Online en las ventas de calzados por tal razón, se realizará un estudio de factibilidad de la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzados; ofrecerá al Cantón Playas unos exclusivos calzados con amplia variedad cumpliendo con los más altos estándares de calidad y estilos con precios accesibles para su adquisición de esta forma creando un hito en la manufactura y comercialización del cantón.

Para el desarrollo se definieron etapas esenciales que se describen de la siguiente manera:

- Generalidades
- Estudio de mercado

- Estudio técnico
- Estudio financiero

En la parte del estudio de mercado nos ayudará a implementar estrategias de comercialización por el aumento de la demanda en ciertas épocas del año que se han presentado en el mercado.

El análisis técnico indica la localización, capacidad de la PYME, maquinarias y personal que contará la misma y finalmente con el estudio financiero se determinará si el negocio será viable o no.

Situación problemática

General Villamil, también conocida como Playas, es un Cantón ubicado en la costa ecuatoriana; cabecera cantonal del Cantón Playas, así como la octava urbe más grande y poblada de la provincia de Guayas, sus verdaderas actividades es la pesca y artesanía.

La finalidad de este proyecto es hacer la recopilación de información de cómo crear una PYME orientada en la manufactura y comercialización de calzado dirigida al sector femenino en Playas. En la actualidad en Ecuador no hay muchas empresas que fabrican calzados, por ende muchos comerciantes tienen que viajar a otros lugares para comprar los calzados, y así ofrecer a los clientes un servicio de calidad y más que todo a las mujeres que les gusta verse bien, por ende hacen compras de diferentes modelos de calzado, hay varios emprendimientos que buscan la forma de sobresalir en el mercado actual, ofreciendo varios productos, sin embargo, viven con la incertidumbre al no saber si su negocio es viable, por eso no se arriesgan a solicitar un préstamo considerable a las entidades bancarias.

Otros de los problemas es que el Cantón Playas no cuenta con una fábrica de calzados por eso solicitan pedidos en tiendas online internacional donde se tardan demasiado en llegar, así mismo otros comerciantes viajan a Guayaquil, Sierra o a Colombia a comprar calzados a por mayor arriesgándose a perderlo todo.

Otro punto como problema es que para tener una PYME se necesita una buena coordinación y estrategias de entrega del producto para que los clientes queden satisfechos. Se empezó la investigación para buscar alternativas y darles confiabilidad a los comerciantes de que, si pueden arriesgarse a extender sus PYMES, en el año 2018 en la actividad económica de fabricación tanto de productos textiles como en el cuero para calzados aportaron del Valor Agregado Bruto (VAB) un 0,9 %.

En la información del sistema SAIKU del Servicio de Rentas Internas (SRI), indica que las empresas dedicadas a la fabricación de calzado, botines, u otras partes de cuero para calzado y servicio de apoyo, registraron las ventas totales en el 2019 por un valor de \$138,4 millones 2019 a nivel nacional, unas de las provincias con mayor concentración de esta actividad económica es Tungurahua con el 54,4%, seguido de Pichincha con el 20,7%, Azuay 10,8% y Guayas 9,4%. En el periodo 2011 - 2019 las provincias mencionadas han

tenido un crecimiento anual que va de 1,4% a 4,3%, con excepción de Guayas que registró un decrecimiento de 2,1% (Sánchez, 2019).

Por todas estas razones se decidió realizar el estudio de factibilidad para la PYME, teniendo conocimiento que la industria manufacturera (excepto refinación de petróleo), se ubica en primer lugar dentro de las 18 industrias a nivel nacional, con un aporte de \$13.962,6 millones en 2019 (13% del PIB), con una tasa promedio anual de 6,1% entre 2009 y 2019, según datos del Banco Central del Ecuador (BCE). Las previsiones macroeconómicas del BCE calculan un aporte de \$14.046,3 millones para el año 2020, representando el 12,8% del PIB (Salazar, 2022).

El emprendimiento es importante para dar la oportunidad a muchas personas a impulsar su proyecto, crear su PYME para que crezca y que se transforme en mayores niveles de competitividad, diversificación y especialización.

Formulación del problema

General

¿En qué medida el estudio de factibilidad impacta en la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas?

Específico

¿Cuáles son las condiciones de mercado para realizar estudio de factibilidad para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas?

¿En qué impacta el estudio técnico para la creación de PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas?

¿De qué manera el estudio de factibilidad impacta en la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas?

Justificación del estudio

Justificación teórica

El sector de calzado se ve un poco afectado a la situación que está pasando el país, algunos han cerrado sus PYME, otras se incluyeron en el mercado Online por lo consiguiente se ve la necesidad de hacerlo físico por la demanda de pedidos que se ha incrementado por parte de los clientes, por ese motivo se está promoviendo la adquisición de equipos para ofrecer un amplio servicio y aumentar nuestra credibilidad ante nuestros clientes y futuros clientes.

El proyecto se desarrolla con el fin de realizar los estudios necesarios que definan la viabilidad de la creación de la PYME permitiendo en diferentes aspectos, relacionados principalmente con el desarrollo económico y el fortalecimiento de la industria de calzado. Adicionalmente, se plantea la utilización de herramientas tales como el marketing digital, la cual permite a las organizaciones alcanzar un mayor número de clientes y reducir sus costos.

Justificación práctica

Las estrategias para la creación de una PYME se deben basar en la investigación documentada de todos los aspectos relevantes en los últimos años a través de revistas, periódicos, actas de reuniones de entrevistas con propietarios de otras empresas de calzados, Además de técnicas basadas en encuestas o preguntas abiertas a usuarios y comerciantes sobre la problemática social.

El Cantón Playas, se lleva a cabo una idea de negocio de calzados para realizar un estudio de factibilidad del mercado para tener el conocimiento del sector al que se pretende posesionar y luego plantear estrategias que le permita a esta PYME ser competitiva en el Cantón, luego se va a realizar el análisis de los procesos productivos para la fabricación del calzado y diseñar la estructura organizacional y aplicar los aspectos legales para la creación de esta.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la factibilidad para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas.

Objetivos específicos

- Desarrollar un análisis de mercado para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas.
- Realizar un análisis económico financiero para la factibilidad de la creación de la empresa.
- Identificar como impacta la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas.

Planteamiento hipotético

El estudio de factibilidad para la creación de una PYME que permitirá comprobar si es viable o no la manufactura y la comercialización de calzado en Playas.

Capítulo 1. Marco referencial

El estudio de Lilia Villavicencio (2017) analiza respecto al gran número de empresas o fábricas que están integradas en la cámara Nacional de calzado Caltu, presidenta del gremio, se enfoca a las personas que cada vez se integran en el negocio de fabricación y ventas de calzados con el objetivo de capacitarlas con los mejores expositores internacionales para mejorar la confección de los calzados, esta feria de capacitación da la posibilidad de mostrar al usuario, negociantes, dueños de almacenes de insumos, entre otros, mostrar el potencial en la elaboración de todo tipo de calzados pero también se aprovecha para concretan vínculos comerciales entre productores locales y extranjeros.

Concluye que es importante que todos los años la presidente del gremio deberá de capacitar a los comerciantes por lo que las tendencias cambian y ellos deben de estar actualizados de acorde a las nuevas tendencias; además ellos aprovechan a cerrar negocios y tener nuevos clientes tanto nacional como internacional.

Salvarote Ferragamo en el año 1049 fue unos de los pioneros del calzado de moda siendo hoy por hoy una de las marcas de legado más importantes a nivel mundial. Los países como puntos de ventas exclusivos de moda del mundo son París, Londres y Milán son algunos aspectos que dieron vida y lujo en la industria del calzado, otros diseñadores importantes incluyen a Christian Louboutin, Manolo Blahnik y Roger Vivier. seguida de esto, grandes casas de moda como Chanel, Dior y Versace se colocaron como metas en crear sus propias líneas de calzado ya que antes solo fabricaban ropa (Jijón, 2013).

El estudio de Glantz, 2022 Analiza ándate con variaciones que a medida que pasa el tiempo se va olvidando la procedencia de los zapatos y su etimología, la palabra zapato es una palabra renacentista, más bien antes no existía la palabra zapato en castellano, se usaban otras palabras como calzas o calzados, escribió este libro con el propósito de hacer reconocer a varios diseñadores a través de sus historias (Glantz, 2022).

El estudio de Gómez, 2015 análisis de gusto y preferencia del consumidor- usuario de calzados, director administración de empresas indica que de acuerdo con la ocasión y el uso de tipo de calzados, la producción de esta se ha incrementado y especializado según su diseño

para la satisfacción de los clientes; el diseño tiene características específicas de acuerdo con la clase de calzado lo cual lo diferencia de la necesidad del usuario (Gómez, 2015).

El incremento de la demanda de la producción de calzado está sostenido en el requerimiento del consumidor ante la necesidad de disponer de una variedad de calzado que serán utilizados en diferentes ocasiones de acuerdo con la necesidad individual. Por eso los fabricantes de calzado se han especializado en la producción de un tipo de bien; esto es deportivo, trabajo, uso formal, entre otros; cada mujer para verse bien e ir presentable a su ocasión realizan cambio de calzado a cada momento.

Análisis de la situación actual

Durante los últimos años la producción de calzado ha tenido un incremento considerable en la industria del cuero nacional, esto se debe al volumen de producción que ha contribuido al desarrollo del sector logrando reducir la fabricación artesanal y proyectarse a la industrialización de los procesos de manufactura de calzado de cuero (Lino, 2023).

Actualmente Brasil es la principal competencia de calzados, pues nacionalmente se consumen 32 millones de pares de calzados, de los cuales están distribuidas de la siguiente manera: 16 millones son por importación de los países como Vietnam, China o Brasil. Sin embargo, esa cifra la imputan distintas fuentes a la producción previa a la pandemia. Los expertos indican que tal vez la producción pudo haber bajado a 20 millones en los años de la pandemia (Lino, 2023).

En el año de la pandemia de COVID-19 afectó a varias empresas de industrias, incluyendo al mercado del calzado, en todo el mundo, al ver esto algunos sectores comerciales tenían sus bodegas con un gran incremento de calzados por eso han planteado estrategias, unas de esas es la liquidación de calzados con bajos precios dando como resultados la reducción de inventario (Lino, 2023).

Por otro lado, algunas empresas dieron por finalizado sus negocios por la medida resultante del rápido deterioro de la situación económica, el carácter discrecional del calzado lo convirtió en uno de los negocios más afectados por la pandemia. Además, marcas como Adidas, Nike y Puma, entre otras, notaron una disminución en la demanda de calzado

deportivo por parte de los consumidores, ya que los consumidores redujeron o retrasaron el gasto discrecional en respuesta a los impactos de COVID-19, debido a un aumento en las tasas de desempleo y disminución de la confianza del consumidor (Mordor, 2021).

En la actualidad el avance tecnológico ha permitido alcanzar el incremento de la producción y a pesar de ello la demanda aún esta desabastecida en un importante segmento de la sociedad que exige calidad, variedad y diseños innovadores.

Tungurahua: las grandes empresas del calzado

La Facultad de Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato ha realizado un estudio donde indica que entre el 2015 y el 2019 las empresas que incrementaron sus ventas son las provincias Tungurahua, Pichincha, Guayas y Azuay, en ese orden. Pero realmente la provincia de Tungurahua es la provincia con mayores ventas.

La provincia de Tungurahua en el 2019 registró ventas por \$75'369.275 mientras que Pichincha vendió \$28'693.383, Guayas \$12'992.383 y Azuay \$14'962.147 (Periodismo PLAN V, 2023).

La Universidad de Ambato la Facultad de Auditoria indica que, en las exportaciones no petroleras, las manufacturas de plásticos, cueros y cauchos representan el quinto lugar en los sectores como el comercio, aceites vegetales, servicios digitales, aceites metales y enlatados (Periodismo PLAN V, 2023).

Según SRI hay 3.190 empresas de fabricación de calzado en actividad en el sector manufacturero que esto representó un 11% del PIB en el 2022 según la Superintendencia de Compañías. El PIB Nacional especifico que la industria del calzado no llega al 0,15% al menos que el 60% de la producción está en Tungurahua (Periodismo PLAN V, 2023).

Los principales destinos de exportaciones internacionales de calzados son Perú, Chile y Colombia el cual representan un promedio menor aproximadamente el 1% de las ventas, es una cifra pequeña comparada con las exportaciones del calzado en Colombia, que exporta alrededor del 5% de su producción; España y Brasil que exportan entre el 30% y el 50% de sus producciones (SENAE, 2022).

Cordero, 2022 asegura que, en estos países como China, Colombia, Brasil, Taiwán e Indonesia, es donde proviene gran parte de las importaciones de calzado ya que la mano de obra es más barata.

Ecuador en el sector manufacturero no puede competir de igual a igual, el motivo es por el salario básico nacional es uno de los más altos de la región sudamericana, una variable muy determinante en los costos de producción. Cordero analiza que poco a poco en la provincia de Tungurahua y Azuay el sector habitual de producción de calzado va desapareciendo, por eso las PYMES de productores locales debe de hacerles firme a las grandes empresas similares que importan productos terminados, por ejemplo, en el caso de Brasil, que cuenta con apertura arancelaria total; sin embargo, las grandes cadenas también consideran un porcentaje de sus adquisiciones en el mercado nacional (Cordero, 2023).

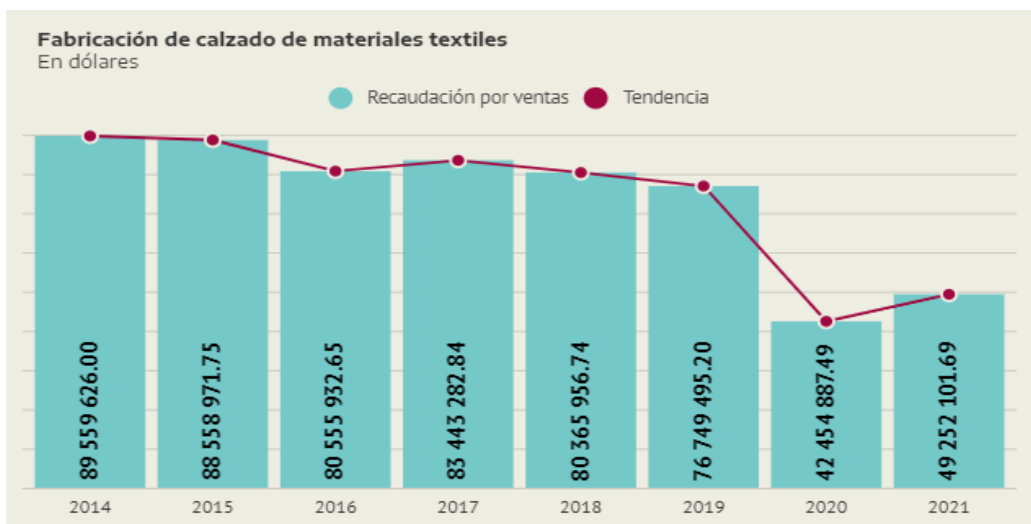
Las empresas de calzados emplean directamente a unas 50 mil personas que forman parte de empresas privadas, pero a la vez existen también mercado informal en el sector con diferente razón social, es decir hay empresas que venden calzados, pero están registrados como ventas de prendas de vestir entre otros, por lo que resulta difícil dar un número certero. Para sacar un aproximado se calcula cada empleado dependen cuatro familiares, estarían dentro del mismo círculo alrededor de cien mil personas, asegura el consultor Cordero, y agrega que el 60% de esa fuerza laboral está en Ambato.

Según el INEC las industrias manufactureras representan el 8% del sector económico, el porcentaje disminuyo comparando con el 44% de participación de servicios y 34% de comercio (INEC, 2021).

En los principales sectores en ventas en el 2021 fueron el combustible para autos, petróleos, alimentos, ventas de autos y telefonía móvil. Tenemos como ejemplo las ventas de petróleo que registró una venta de \$5.492.445,81, en el sector de telefonías móviles registraron ventas superiores de \$2.000.000.000. Estos valores que se van a representar son las ventas relacionadas al calzado como por ejemplo la fabricación de calzado de materiales textiles registró ventas por \$49.252.102, un 0,02% de las ventas del sector de la telefonía móvil (Periodismo PLAN V, 2023).

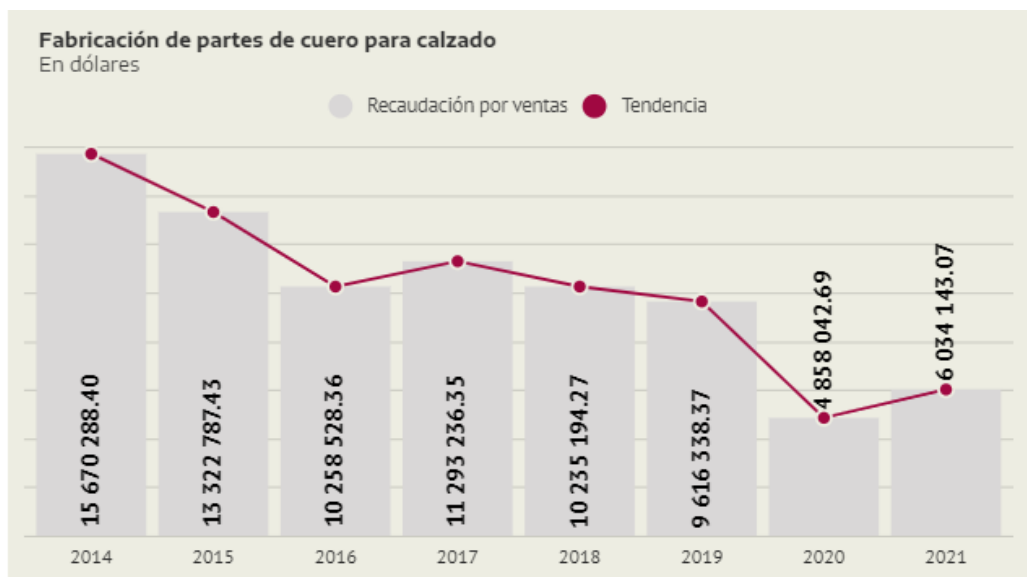
De los \$ 49 millones corresponden a la provincia de Tungurahua el 91% es decir \$ 44,8 millones, de las tres principales categorías que ofrece el SRI relacionadas a la producción de calzado, ninguna ha vuelto a los niveles prepandemia (SRI, 2022).

Figura 1
Recaudaciones por ventas de calzados en Ecuador



Fuente: (SAIKU, SRI)

Figura 2
Recaudaciones por ventas de calzados en Ecuador/ fabricación de partes de cuero



Fuente: (SAIKU, SRI)

Partes de un calzado

Las partes de un calzado son importantes, pero varían según sus modelos, las principales son las siguientes (Mendieta, 2019).

- **Plantilla.** - se coloca en la parte interior del calzado y separa al pie de la parte inferior del calzado, esto nos ayuda a proteger la zona interior del calzado.
- **Tacón.** – es la parte trasera que levanta al calzado, esto ayuda al talón del pie a mantener su equilibrio, el tacón suele incrementarse según las medidas de alto que solicitan las clientes.
- **Suela.** – es la parte que hace contacto con el suelo, ayuda a proteger la planta del pie con el suelo.
- **Laterales.** - son los lados que cubre al pie, su cubrimiento depende del modelo del calzado.

El calzado y sus tipos

Existen dos tipos de calzados según el género de la persona, puede ser hombre o mujer (Mendieta, 2019).

Calzados para hombres

- Las características del calzado de hombre es que en el empeine tiene una forma de “V”, los cordones con cosidos.
- Otro modelo es que los cordones están atados a dos piezas en el cuero.
- El hombre suele usar los mocasines con elásticos, con hebillas o Velcro.

Calzados para mujeres

- Las mujeres suelen usar más tacones altos por su elegancia, las medidas pueden ser a partir de los 5 centímetros de altura.
- Son diferentes modelos, con hebillas, sin agarre en la parte trasera del calzado.
- Usan los calzados según las ocasiones o estaciones del año

En este caso el proyecto tiene como enfoque en el calzado de mujeres con los tipos de sandalias, bailarinas, tacones y plataformas.

Bases teóricas y conceptuales

Estudio de factibilidad

Según Myriam Quiroa, 2020 indica que el tipo de estudio le permite a la empresa a conocer si el negocio o proyecto que quiere emprender le pueda resultar favorable o desfavorable, sus ventajas y desventajas. Les ayudará a crear el tipo de estrategias que se pueden efectuar para alcanzar el éxito (Quiroa, 2020).

En pocas palabras el estudio de factibilidad nos da la oportunidad de crear una PYME, tener conocimiento de las condiciones ideales para realizarlo y cómo podría solucionar las dificultades que se puedan presentar (Marañón, 2013).

Las mejores herramientas para poder evaluar el estudio de factibilidad son los estudios de mercado, estudio técnico y estudio financiero, debido a que el 64% los proyectos cumplen sus objetivos. Es importante que todo lo que implementes sea analizado para asegurar la idea y se pueda realizar (Yauli, 2020).

Si se está pensando llevar a cabo en una empresa o negocio, realmente es muy importante que conozcas que son los estudios de factibilidad, esto se puede realizar en cualquier etapa de tu proyecto, pero se recomienda realizarlo al inicio, así podemos saber si es viable la creación de una empresa o negocio.

Estructura del estudio de factibilidad

La estructura del estudio de factibilidad es la combinación de todos los elementos económicos y técnicos que permitirán analizar la inversión desde el punto de vista de cuantitativos y cualitativos (Mondragon, 2017).

- Información general del proceso de inversionista
- Identificación del mercado potencial

- Análisis de la demanda y la oferta
- Valoración de la competencia
- Especificaciones del proyecto de inversión
- Evaluación Económica Financiera
- Conclusiones de Factibilidad Económica
- Análisis de riesgo de la evaluación de Proyectos

Objetivos del estudio de factibilidad

- Saber si podemos producir algo
- Conocer si la gente comprará el producto
- Si el producto se puede vender
- Conocer el estado de resultado de la PYME
- Analizar si es viable o no
- Realizar una técnica de producción y comercialización
- Aprovechar todos los recursos
- Reforzar los puntos débiles de la empresa
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento
- Lograr el máximo en las ganancias

Estudio de mercado

El estudio de mercado ayudará a determinar la relación entre demanda y oferta de un producto o servicio así vamos a poder tomar una decisión si crear o no una empresa. Se va a recopilar información para identificar las características del mercado y cómo funciona (Mondragon, 2017).

Según Kotler, Bloom y Hayes, indican que el estudio de mercado "consiste en reunir, planear, estudiar y comunicar de manera sistemática los datos importantes para la situación de mercado que afronta una organización.

¿Como se realiza un estudio de mercado?

Paso 1: Se define el problema y objetivo

Consiste en identificar, establecer un problema y crear un objetivo de acuerdo con este problema. Se podría decir que este es el paso más importante para empezar a realizar un estudio de mercado (Alcázar, 2022).

Paso 2: Diseña la investigación

Este segundo paso es que el equipo *research* analizará y decidirá cuál será la mejor opción para recopilar información, se elegirá el tipo de metodología y analizar los datos del mercado objetivo (Alcázar, 2022).

Como método de investigación escogerían las entrevistas, mercados primarios y secundarios, el tamaño de muestra para el problema ya definido, y sobre todo realizar el presupuesto de la investigación (Alcázar, 2022).

Paso 3: Recopila información

Recopilar información a base de revistas, periódicos, se define la muestra que será parte del estudio de mercado. Se pueden recopilar datos de entrevistas individuales, enviar encuestas en línea u organizar grupos focales (Alcázar, 2022).

Paso 4: Analizar la información recopilada

Es donde se va a analizar los datos primarios y secundarios convirtiéndose en una información útil que puede resolver el problema que se ha definido y que se puede implementar en forma de estrategias. Esta información se puede presentar en forma de gráfico o tablas (Alcázar, 2022).

Paso 5: Crea un plan de acción

Después de analizar e interpretar la información recopilada se tomará la respectiva acción para el desarrollo del negocio o empresa. Esta información dará la solución al objetivo del estudio de mercado.

Por ejemplo, si la empresa de calzado manufacturera y de comercialización desea lanzar un nuevo modelo de calzado. El equipo de marketing debe realizar un estudio de mercado para saber los precios y competencia del mercado (Alcázar, 2022).

Ilustración 1

Como realizar un estudio de mercado



Fuente: Pilar Alcázar Moreno

Diseño y característica del producto

El producto de una empresa es un bien material, servicio o idea con características tangibles e intangibles que se obtiene al final del proceso de producción. Su fabricación se planifica estratégicamente para satisfacer las necesidades de un amplio número de clientes (Alcázar, 2022).

Análisis de la demanda

Involucra varias técnicas de investigación, entre herramientas a utilizar se menciona la encuesta o la entrevista con el objetivo de encontrar información vital para un plan de negocios. La demanda es muy utilizada en el mundo del negocio porque busca la manera de asignar recursos (Parra, 2016).

Análisis de la oferta

Se determina las empresas que ofrecen un servicio o producto similar al que ofertamos, conocer su estado y recursos que cuenta, esta información se puede obtener mediante encuestas, opinión de expertos entre otros.

Estudio técnico

Este estudio tiene como objetivo establecer en base a las estrategias planteadas futuros riesgos que impidan el desarrollo de la organización en la parte técnica, se podría decir que exista un incremento de ventas y producción no cuente con el equipo, maquinaria o infraestructura (Ionos, 2022).

En el estudio Técnico se analiza.

- Maquinarias y equipos
- Descripción de la operación
- Ubicación geográfica del negocio
- Flexibilidad del proceso productivo
- El entorno legal

Localización

Se hace referencia al lugar físico de la empresa o donde estará ubicado el negocio, claramente la ubicación se da dependiendo el negocio que se vaya a implementar puede ser comercial o de fabricación, en este caso sería para ambas (Martínez Argudo, 2022).

Los factores de la localización se definen por la cercanía de los clientes de esta manera ellos pueden llegar de una manera más rápida al local, cercanía para la materia prima que también es importante ya que de esta manera permite un acceso rápido para las materias primas y se reduce costos y tiempo (Martínez Argudo, 2022).

Características para elegir una buena ubicación para una empresa

Para tener una buena ubicación hay que considerar varios factores ya que juega un papel importante para la retención de mejores clientes (Schmidt & Hoppe, 2017).

Para ello, debes tener en cuenta las siguientes características:

- Que este cerca de los proveedores.
- Ubicación de la competencia.
- Lugar de influencia sobre clientes potenciales.
- La materia prima a la mano

Criterios para elaborar un proyecto de localización estratégica

Existen dos criterios esenciales para la localización de una empresa denominada como la macro localización y la micro localización definitiva. Estos criterios son los resultados del análisis para tener una buena localización (Schmidt & Hoppe, 2017).

Macro localización

Hace referencia a las áreas geográficas donde puede ir ubicado el negocio, una buena ubicación da como resultados buena economía, atracción al cliente y proximidad de las materias primas (Nájera, 2021).

Factores de la localización industrial

- Acceso a materias primas.
- Mano de obra cualificada.
- Ayudas o becas fiscales.
- Comunicación y transportes.
- Factores de localización comercial
- Costo del establecimiento.
- Local visible.
- Comunicaciones y facilidad de acceso.
- Actividades complementarias.
- Proximidad de la demanda.

Micro localización

Es donde se va a elegir una ubicación específica dentro del área geográfica, se debe tomar en cuenta que el estudio de micro localización no corregirá errores de la macro localización (Nájera, 2021).

Factores de la micro localización

- Área requerida.
- Vialidades.
- Servicios básicos (salud, agua, etc.).
- Contaminantes.
- Sistema de comercialización.

- Tipo de servicio o producto.
- Evaluar los terrenos.

Disponibilidad de materia prima

En primera instancia para la producción de la fábrica de calzado, se requiere como materia prima el cuero sintético sobre el que se van a plasmar las piezas de corte aparte se va a guarnecer, montar y rematar, darán como resultado final los zapatos que usamos con diferentes estilos (Gayón, 2019).

Para la disponibilidad de la materia prima se debe elaborar y controlar un inventario de manera semanal y visualizar los movimientos de cada materia prima según las ventas de calzados (Gayón, 2019).

Materiales que se debe disponer para la elaborar de un calzado:

Ilustración 2
Materiales



- ✓ Caucho.
- ✓ Plástico.
- ✓ Cuero sintético.
- ✓ Madera.
- ✓ Corcho.
- ✓ Almohadillas.
- ✓ Suelas.

- ✓ Tacos.
- ✓ Plataforma.
- ✓ Hormas.

Capacidad tamaño físico de la empresa

La capacidad de la empresa es uno de los factores de producción más conocidos, que nos ayuda al análisis de los recursos y aptitudes del individuo o empresa para determinar una tarea asignada (Rojas, 2017).

Según su tamaño:

Organizaciones pequeñas. Son aquellas que tienen entre 10 a 49 miembros.

Organizaciones medianas. Son aquellas que tienen entre 50 y 199 miembros.

Organizaciones grandes. Son aquellas que tienen entre 200 y 1000 miembros.

Área administrativa

El área administrativa es una parte fundamental para que la empresa se mantenga ordenada y exitosa, las funciones del área administrativa permiten orientar a largo plazo, pero un proyecto estable para el futuro, permitiendo controlar las materias primas, recursos que se necesita para que la empresa funcione efectivamente (Rojas, 2017).

Los puntos relevantes que se debe considerar en la parte administrativa es la planeación, organización, dirección y coordinar los temas administrativos relativos a la empresa. La gestión administrativa está a cargo de ejecutivos que tienen como función supervisar las actividades de la organización asegurando que los recursos sean utilizados de correcta manera.

La gestión administrativa tiene un carácter sistémico, al ser portadora de acciones coherentemente orientadas al logro de los objetivos a través del cumplimiento de las clásicas de la gestión en el proceso administrativo (Mendoza, 2017).

Activos, maquinarias, mano de obra

Son activos que tienen la empresa para uso en la producción de la fabricación de calzados, son equipos que intervienen de manera directa e indirecta en el funcionamiento de la empresa (Garrido, 2019).

Listado de equipos

- Máquina de coser.
- Máquina rebajadora.
- Máquina de doblado.
- Máquina suajadora.
- Máquina de montaje.
- Máquina ojalilladora.
- Máquina adhesivadora.
- Máquina termoadherente.

Máquina de coser

Su función es coser la suela a la plantilla por la parte interior del calzado con la finalidad de brindar seguridad a la suela.

Máquina rebajadora.

Esta máquina sirve para cortar, ahuecar en la parte de al frente y a los costados de la pieza de los calzados, también se utiliza para obtener el espesor que sea necesario para los bordes de la pieza de cuero.

Máquina de doblado.

La máquina de doblado sirve para el doble de las tiras del calzado.

Máquina suajadora.

Esta máquina ayudará hacer presión en el material de corte, esta máquina es más utilizada cuando se fábrica la plataforma.

Máquina de montaje.

Cose la parte del piso y suela ya montado, también termina de darle forma tridimensional, volumétrica final, al cuero (corte) que ya tenemos aparado.

Máquina ojalilladora.

Esta máquina automáticamente va haciendo los ojillos sin necesidad de agujerar la pieza del calzado.

Máquina adhesivadora.

Va colocando el adhesivo en los bordes de las piezas del calzado.

Máquina termoadherente.

La máquina termoadherente ayuda a controlar la temperatura del pegado de las piezas del calzado.

Estudio financiero

De acuerdo con Robles (2012), el uso de estados financieros es una actividad básica y esencial para las empresas, ya que implica una evaluación de la información financiera, la importancia de los estados financieros para su respectivo análisis no es solamente la aplicación de una fórmula y obtener un resultado, es interpretar adecuadamente los números y generar soluciones para mejorar o remediar ciertas situaciones que se presenten en la empresa (Rossillón, 2009).

El estudio financiero se lo utiliza para evaluar un proyecto mediante sus análisis como el presupuesto, libros diarios, estados financieros y una evaluación financiera se da a conocer si el proyecto tiene rentabilidad (Barreto, 2020).

Inversión

Para llevar a cabo este proyecto se requiere equipos y maquinarias, contar con una infraestructura adecuada tanto para la fabricación como la comercialización, vehículos, y otras herramientas a utilizar, son los activos fijos de la empresa que se utilizarán para la elaboración del calzado o activos fijos que serán de apoyo para la operación de la PYME (Aguilar, 2017).

Costos y gastos

Costos y gastos de la adquisición de bienes que no se lo define como consumo final, si no de bienes que sirven para producir más bienes (Merlo, 2013).

Fuentes de financiamiento

Son recursos financieros que cuenta el proyecto para la creación de una PYME orientada en la manufactura y comercialización de calzado, la única dueña y socia aportaría el 100% de la inversión (Bastías, 2016).

Valor Actual Neto (VAN)

Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual y presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta para determinar la viabilidad de un proyecto, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos y los egresos periódicos y para saber si queda una ganancia se descuenta la inversión inicial (Mete M., 2014).

Tasa interna de retorno (TIR)

Es la rentabilidad que ofrece la inversión, Andrés Servilla, 2020; indica que está muy relacionada con el Valor Actual Neto (VAN). De hecho, la TIR también se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado (Mete M., 2014).

Capítulo 2. Metodología

Tipos de investigación

Para el presente trabajo se ha propuesto el estudio de factibilidad para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas; se considera el tipo de investigación descriptivo con un diseño no experimental considerando también los aspectos cuantitativos y cualitativos.

El tipo de investigación **descriptivo** permite al investigador comprender la información mediante su análisis e interpretación del mercado actual con el fin de colocar una PYME diferente a las demás.

Diseño de la investigación

Para el presente tema de investigación se desarrolló un diseño no experimental, con el propósito de dar a conocer sobre las preferencias, gustos y comportamientos de las personas frente al mercado de calzados para damas, permitió ayudar a detallar de una manera más clara de cómo fue o cómo se esté presentando el producto y la manera de comunicación para el posicionamiento del producto.

Se aplica el enfoque cuantitativa y cualitativa permitió la recolección de datos numéricos, sobre cuantas personas requieren de algún tipo de especificación por su modelo o calidad, cada cuanto compran zapatos, que marca de calzado compran y otro tipo de información que será de base para la proyección de ventas y aceptación del producto.

Método de la investigación

En esta investigación se desarrolló el método deductivo, se utilizó datos de una encuesta generales para llegar a los resultados concretos, este método es unos de los más comunes por lo que se puede recolectar información respecto a la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzados.

Población y muestra

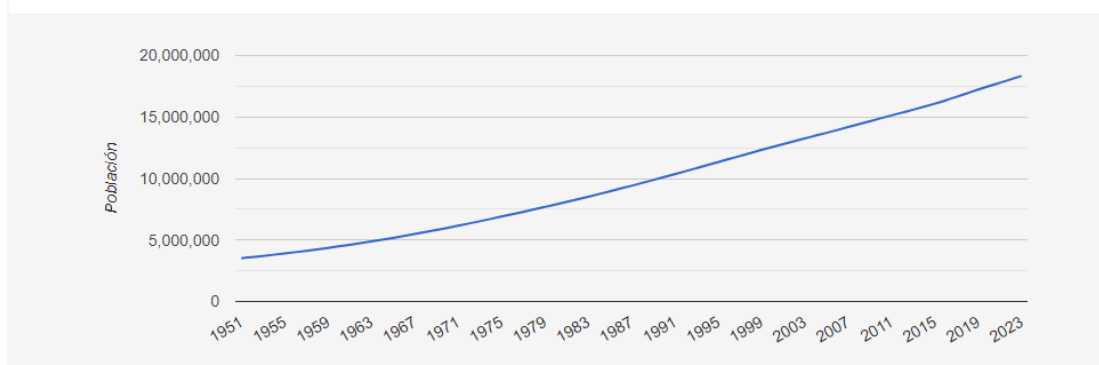
Población

La población con la que se realizará la encuesta es de General Villamil Playas, enfocadas a mujeres de un rango entre 20 a 50 años de edad, Playas tiene un aproximado de 66.493 habitantes de las cuales se consideró el 42%; rango de edad entre 20 a 50 años y como indica INEC, 2020 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) 50,4% son mujeres, la población de estudio sería 14.075 habitantes mujeres.

Tabla 1
Población

Nombre de cantón	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
PLAYAS	43.151	44.635	46.159	47.717	49.311	50.940	52.607	54.308	56.044	57.817	59.628	62.967	66.493

Figura 3
Población de Ecuador



Nota: (INEC, 2023).

Muestra

Esta investigación se realizó considerando la población de 14.075 aproximado de un total 66.493 habitantes, esta información se calculó un estimado del 2020; el rango de 20 años hasta los 50 años abarca solo el segmento de mujeres que le gustan usar tacones, sandalias, mocasines o plataformas y que active la economía de General Villamil Playas, esto es para enfocarse a la creación de una PYME dedicada a la manufactura y comercialización de calzado, para la cual se tomó una muestra de 374 encuestas utilizando la siguiente fórmula finita.

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

- ✚ N= tamaño de la población o el universo
- ✚ Z^2 = nivel de confianza $(1,96)^2$
- ✚ p =probabilidad de que ocurra (0,5)
- ✚ q = probabilidad que no ocurra (0,5)
- ✚ e^2 =error de estimación $(0,05)^2$

Se va a reemplazar valores:

$$n = \frac{14075 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 * (14075 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{14075 * 3,8416 * 0,50 * 0,50}{0,0025 * (14074) + 3,8416 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{13517,93}{36,1454}$$

$$n = 374$$

El tamaño de muestra es 374 de las personas que se obtendrán información.

Procesamiento de los datos

La encuesta está compuesta por 9 preguntas de selección múltiple, realizando a personas mayores de 20 años en el Cantón Playas. Se utiliza el muestreo con la fórmula finita.

Para el procesamiento de información de datos obtenidos mediante las técnicas e instrumentos de recolección de información, se usó el formulario Google forms, la aplicación es muy utilizada ya que ayuda a realizar análisis de la información obtenida por medio de la encuesta. Con Formularios de Google se puede crear encuestas o cuestionarios directamente desde el navegador web o móvil, sin tener que usar ningún software especial. Con este programa se puede realizar gráficos estadísticos para el análisis de los resultados al instante, en el momento en que se envían, y organizarlos en gráficos para consultarlos fácilmente

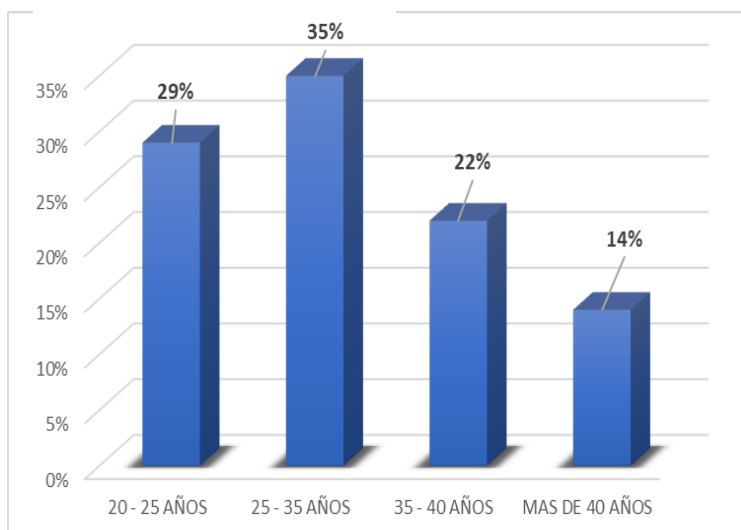
Capítulo 3. Resultados y discusión

Se realizó un estudio de mercado mediante las encuestas hacia las mujeres del Cantón General Villamil Playas en diferentes sectores para conocer las necesidades, gustos y preferencias para comprar un calzado. El proceso del resultado de la información obtenida se coloca un cuadro de frecuencia para poder tabular, después se las ordenara, y continuar con la interpretación en forma y gráfico.

Encuestas dirigidas a las mujeres del Cantón Playas.

Primera pregunta: Seleccione su edad

Figura 4
Edad

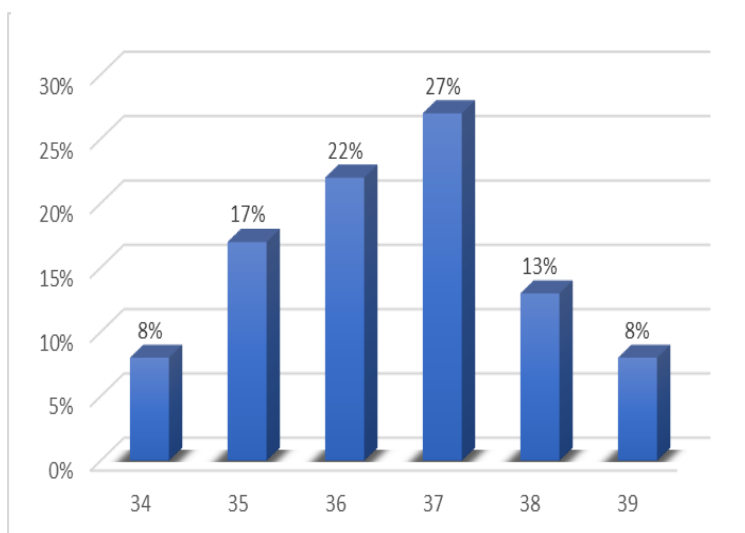


Fuente: Elaboración propia

La pregunta realizada antes de la encuesta referente al rango de edades fue aplicada a 374 mujeres de diferentes sectores del Cantón General Villamil Playas de las cuales el 35% están entre 25 – 35 años y el 14% más de 40 años.

Segunda pregunta: ¿Cuál es su talla de zapato?

Figura 5
Talla de calzados

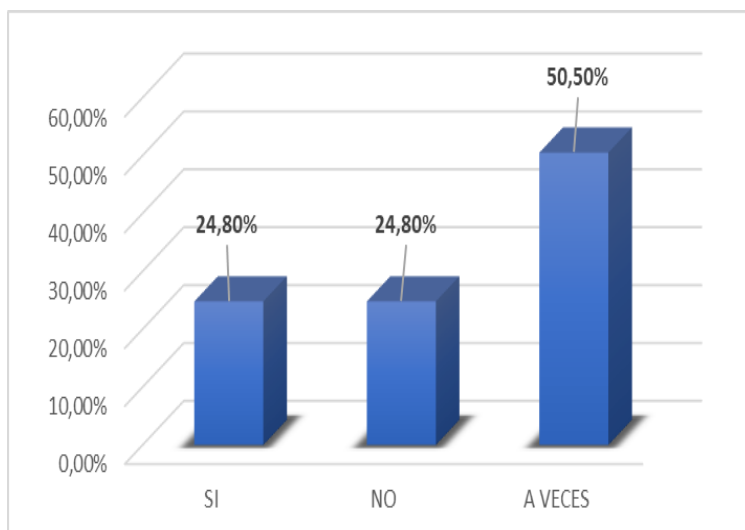


Fuente: Elaboración propia

Como resultados refleja que el 27% de las encuestadas son talla 37 y un 8% de mujeres con talla 34 y 39 de calzado, por ende, no se fabricaría por la menor demanda.

Tercera pregunta: ¿Sueles comprar tus zapatos por marca?

Figura 6
Compras de calzados por marca

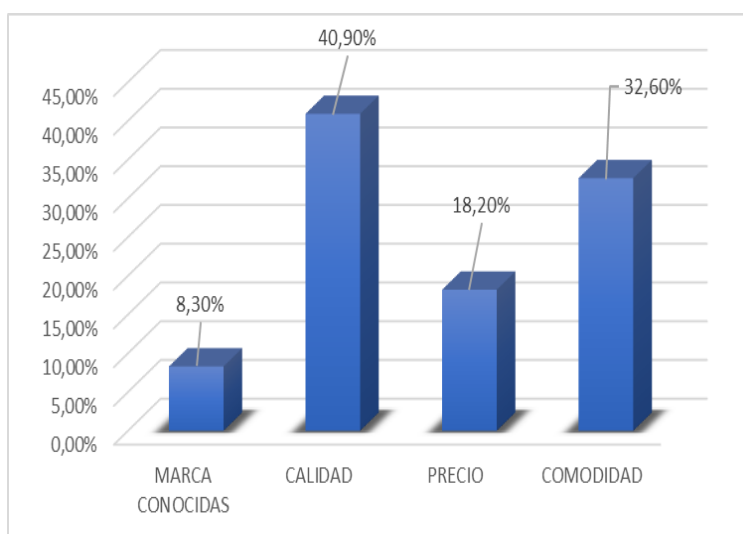


Fuente: Elaboración propia

Analizando el resultado se evidencia que el 50,50 % compran calzados de marca, pero se muestra una oportunidad para la empresa local el 24,80% de las mujeres por medio de estrategias para las ventas.

Cuarta pregunta: ¿Qué atributos consideras más importante para tomar la decisión de comprar un par de calzado?

Figura 7
Atributos para considerar las compras de calzados

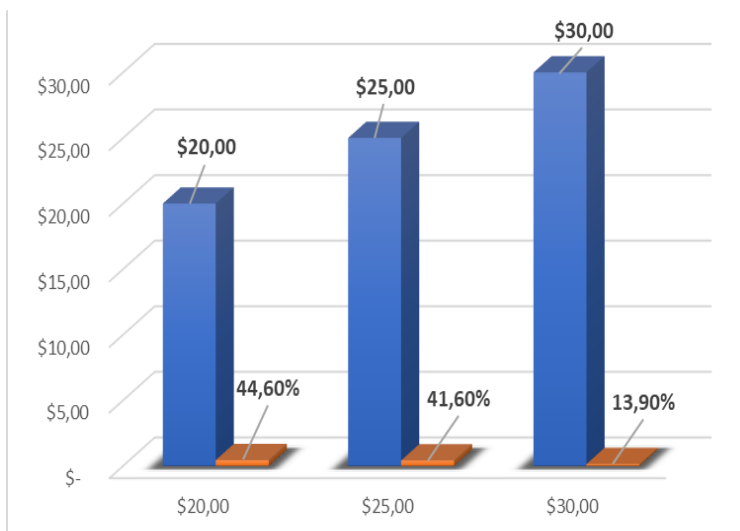


Fuente: Elaboración propia

En General Villamil Playas las mujeres prefieren la calidad de calzado como atributo importante para las compras de calzados con un 40%, y el 32,60% de las mujeres encuestadas prefieren la comodidad de calzados, el 18,20% de las mujeres se fijan por el precio, el 8,30% prefieren comprar por marcas conocidas.

Quinta pregunta: ¿cuánto está dispuesta en pagar por un calzado de:

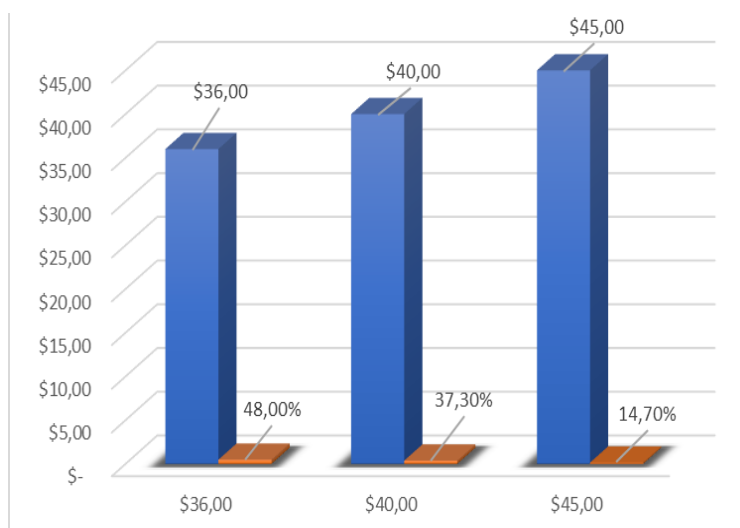
Figura 8
Calzados. - Sandalias- Balerinas



Fuente: Elaboración propia

En la figura 8 se aprecia que el 44,60% de preferencia es el precio de \$20 las sandalias y ballerinas, mientras que el 13,90% indican que el precio sea de \$30 por su calidad y estilo.

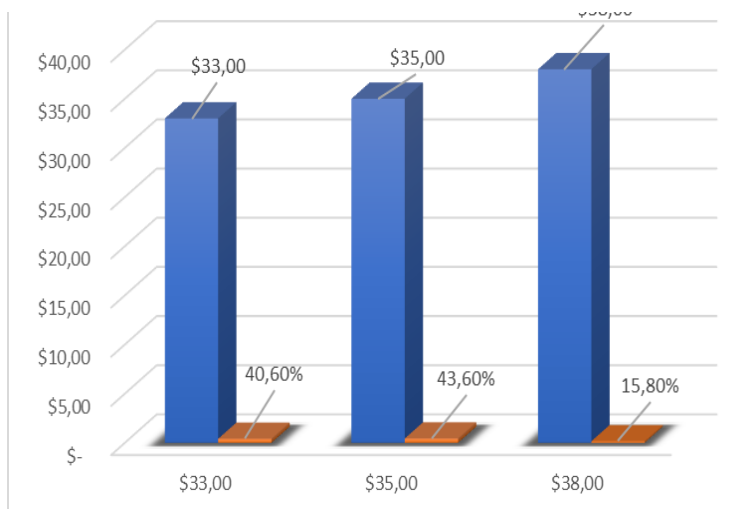
Figura 9
Calzados. - Tacones



Fuente: Elaboración propia

En el resultado de la encuesta se evidencia que el 48% de las encuestadas desean adquirir un calzado por el precio de \$36; el porcentaje más bajo fue en el precio de \$45 con un 14,70%.

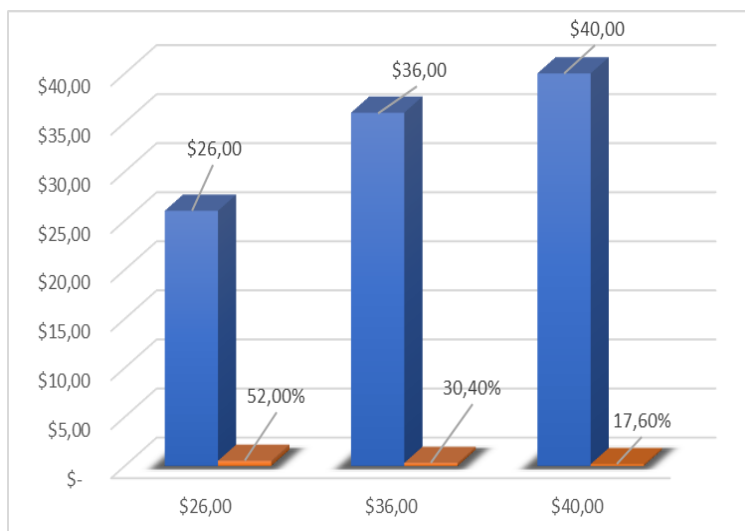
Figura 10
Calzados. - Plataformas



Fuente: Elaboración propia

Durante la encuesta se evidencia que el precio de unas plataformas debería de ser \$33 ya que el porcentaje fue el más alto 40,60%, el precio de \$38 obtuvo un resultado de 15,80%, están enfocadas más el producto mencionado.

Figura 11
Calzados Mocasines



Fuente: Elaboración propia

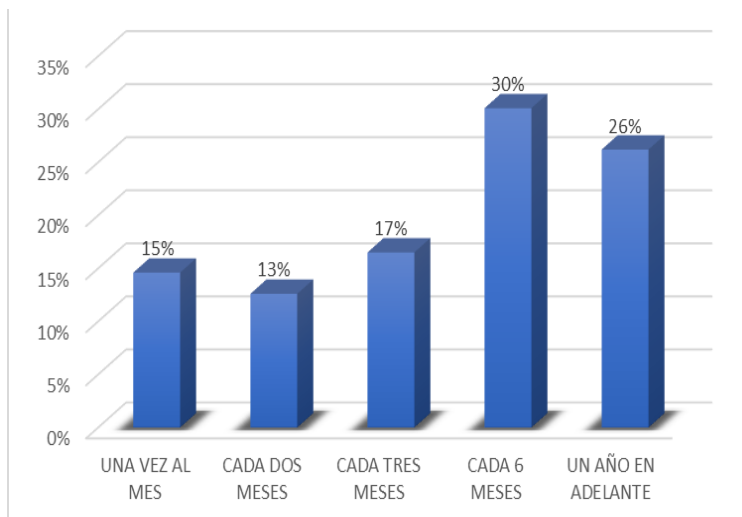
Según resultados de la encuesta por la compra de calzado en estilo mocasines, las encuestas optaron por el precio de \$26 con un 52%, sin embargo, el 17,60% de ellas

indicaron que prefieren adquirir un producto de buena calidad y cómodos por un precio de \$40.

Sexta pregunta: ¿con que frecuencia adquiere Ud. los calzados de cuero?

Figura 12

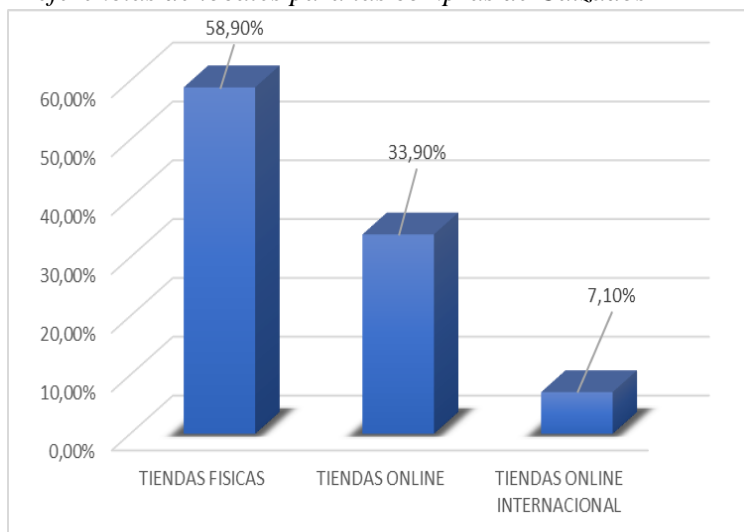
Frecuencia para adquirir un par de calzados



Fuente: Elaboración propia

La frecuencia con más porcentaje fue cada 6 meses con un porcentaje de 30%, de la misma forma las mujeres compran calzados una vez al mes, este obtuvo como resultado un 15%.

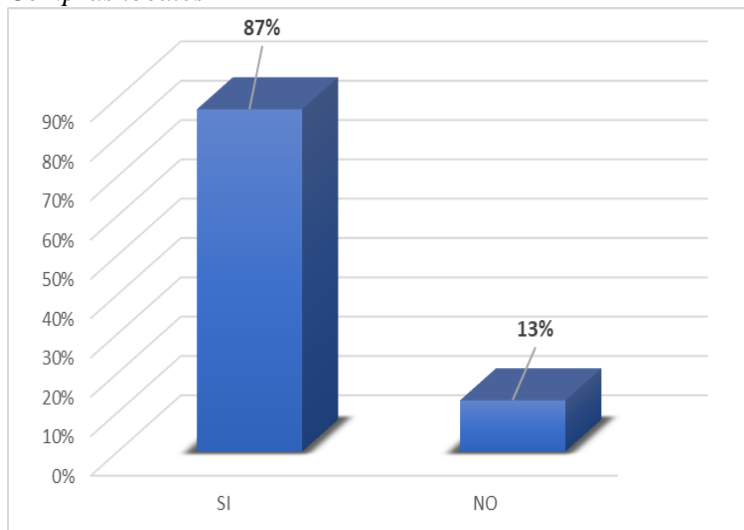
Séptima pregunta: ¿Dónde acostumbras a comprar tus calzados?

Figura 13*Preferencias de locales para las compras de Calzados*

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la compra escogida por el segmento, sobresale la tienda física que es ampliamente favorita por las mujeres interesadas en el producto ofrecido con un 58,90 % de favoritismo frente a otros lugares de compra como tiendas online con el 33,90%, que hicieron parte de la encuesta, y por último tenemos el 7,10% de las encuestadas que compran calzados en tiendas online internacional.

Octava pregunta: ¿Estaría Ud. dispuesta a adquirir sandalias de una fábrica establecida a nivel local?

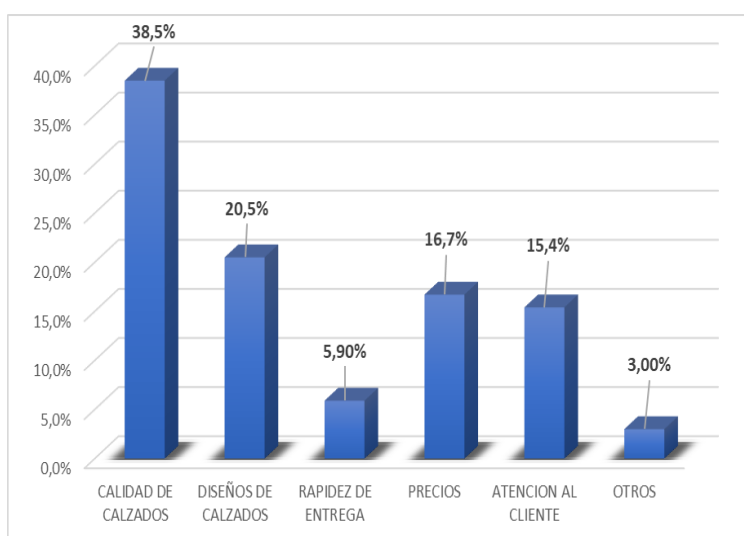
Figura 14*Compras locales*

Fuente: Elaboración propia

Las PYMES locales se convierte en una buena oportunidad para todas las mujeres que desean ahorrar e innovar en un par de calzado, donde se sienta cómoda y a gusto con precios accesibles; donde depositan toda su confianza en la empresa, el 87% están dispuestas a comprar productos locales.

Novena pregunta: ¿cuál de estos aspectos considera Ud. importante dentro de la empresa de calzado?

Figura 15
Aspectos



Fuente: Elaboración propia

El resultado de la encuesta de los aspectos a considerar para las compras de calzados el 38,5% de las mujeres requieren calidad del calzado, más sin embargo el 20,5% requieren la compra de calzados por sus diseños.

Discusión

La industria es el sector del calzado muy diversificada porque abarca gran cantidad de materiales, en este proyecto se va a enfocar en el cuero sintético por varios factores que es la comodidad de la cliente, precio y durabilidad del calzado, tanto en las balerinas- sandalias, tacones, plataformas y mocasines.

Las mujeres prefieren la calidad de calzado como atributo importante para las compras de este, el resultado de la encuesta fue el 40%, en si para una mujer un calzado es mágico y simbólico porque les gusta verse bien, estar siempre a la moda o por su estilo de vida. Las compras pueden ser una vez al año o según los eventos sociales que se les presenten.

Para finalizar unos de los resultados se evidencia que el 87% de las mujeres están dispuestas a comprar los productos en tiendas locales, quiere decir que tendrán la posibilidad de elegir su modelo, probarse su zapato en el momento según sus tallas o las hormas del calzado. Según este resultado también da mucha oportunidad laboral a las personas de la localidad.

Capítulo 4. Estudio de factibilidad

Estudio del mercado

Según el SRI, indica que hay 3.190 empresas de fabricación de calzado en actividad. En la Superintendencia de Compañías muestra que el sector manufacturero representó el 11% del PIB en 2022 y en la industria del calzado en específico no llega al 0,15% del PIB nacional (SRI, 2022).

Diseño y característica del producto

Nombre del producto

Gisabel store es el nombre comercial con que saldrá a la venta en la línea de calzados para mujeres, el nombre fue escogido porque se quiere conseguir posesionarse en el mercado, producto exclusivo que ayudara a resaltar a la mujer en su comodidad, elegancia al caminar.

Misión

Comercializar calzado moderno y de buena calidad, cumpliendo con modelos de calidad nacional para satisfacer las necesidades del mercado. En Gisabel store ofrecerá un buen ambiente laboral y trabajo en equipo, además dará nuevas oportunidades para mejorar.

la condición de vida de todos los colaboradores y consecuente de sus familias, así ayudar en el desarrollo del país.

Visión

Ser una PYME que distribuya calzado de moda, con calidad, eficiencia y competitividad, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes en el mercado nacional, mermando la afectación del medio ambiente y creando principios de responsabilidad social.

Etiqueta

Los calzados llevarán impreso en la almohadilla y en el empaque el logotipo y nombre, adicional se enviarán a fabricar fundas con el logotipo de la empresa.

Caja

Las cajas serán fabricadas por una empresa donde se encargará de imprimir todas las especificaciones del calzado como el color y talla.

Características y atributos

Hoy en día el calzado es una prenda importante para la vida cotidiana y más para las mujeres que lo usan para diferentes eventos sociales, sin embargo, encontrar un calzado con materiales de buena calidad no siempre es fácil y más aún si los precios son elevados.

Las principales características de los calzados para mujeres son las siguientes:

- Apliques
- Tacones
- Plataformas
- Hebillas
- Hormas
- Elaboradas a base de cuero sintético

Tipos de calzados para ofrecer

Ilustración 3

Balerinas y sandalias



Ilustración 4

Mocasines de diferentes colores



Ilustración 5
Calzado con tacones



Ilustración 6
Modelo de Plataforma



Análisis de la demanda de calzados para mujeres

Según INEC, 2020 refleja como resultado que hay 11.006 establecimientos con las actividades manufacturera, de los cuales el 8,2% a fabricación de calzado y el 9,5% a otras actividades de manufacturas. Sin embargo, en las actividades de servicios se registran 4.054 establecimientos, de los que el 56% se dedican a la reparación de calzado y artículos de cuero, y el 44% restante se dedica a la limpieza de productos textiles y de piel (INEC, Ecuador en cifras, 2020).

El objetivo es vender el producto en diferentes provincias del Ecuador, pero como primer mercado se quiere involucrar en el Cantón Playas.

Para realizar un análisis se consideró mujeres desde los 18 años hasta los 45 años, las personas de 45 años en adelante ya tienden a utilizar calzados ortopédicos para su comodidad.

Tabla 2
Población de mujeres del Cantón Playas

Datos	Edad	%	Consumidoras de calzados	Total
Mujeres del Cantón Playas				66.493
Consumidoras de calzados		42		14.075
	18 - 25 años	29	4.082	
	25 - 35 años	35	4.926	
	35 - 40 años	22	3.097	
	Más de 40 años	14	1.971	

Nota: Información obtenida de la encuesta

Tal y como se aprecia en la tabla 2 que el 42% de las mujeres son consumidoras de calzados, considerando que 66.493 corresponden al 100% se tiene la siguiente segmentación, el 29% es decir, 4.048 corresponde a calzados para damas de entre 18 y 25 años de edad, el 35% corresponde a damas de entre 25 a 35 años de edad siendo el 4.926 el número de consumidoras, el 22% mujeres entre 35 a 40 años siendo el 3.097 el número de consumidoras de calzados y para finalizar el 14% corresponde a las mujeres en edades de entre 40 hasta más de 45 años de edad, representando a 1.971 mujeres.

Según John Tello Jara indica que, en el año 2020, el Ecuador produjo 24,7 millones de pares de calzados, de los cuales 360 mil pares se dirigieron a la exportación, mientras que se importó 17 millones de pares en un mercado cuyo consumo per cápita llega a 2,4 pares

en el año, recalcando que nuestro país tuvo una demanda de 41,7 millones de pares de calzado (Tello, 2022).

Frecuencia con la que adquiere el calzado

Tabla 3
Adquisición de calzados

	RESULTADOS	%
Una vez al mes	2.055	15
Cada dos meses	1.773	13
Cada tres meses	2.322	17
Cada 6 meses	4.237	30
Un año en adelante	3.688	26
Total	14.075	100

Según la estadística que se muestran en la tabla 3 se puede deducir que el 15% de mujeres compran calzados cada mes, el 13% compran calzados cada 2 meses, el 17% compra sandalias cada 3 meses, el 30% corresponde a que compran un par de sandalias cada 6 meses y un año en adelante el 26%. Estos datos permiten identificar que el consumo de sandalias por parte de las mujeres va en crecimiento en el Cantón Playas.

Potencial consumo por persona = **14.075 x 4,8% = 5.883,35**

Consumo en General Villamil Playas = 14.120 pares de calzados por personas

Por lo tanto, la demanda del Cantón Playas será aproximadamente de 14.120 pares de sandalias.

Análisis de los competidores existentes en el interior y alrededor del Cantón General Villamil Playas

Existen algunos locales de ventas de calzados en el Cantón Playas, pero la mayoría son pequeños y los productos con costos elevados y otros emprendedores realizan sus ventas bajo pedidos y online.

Entre los locales tenemos:

Tabla 4
Principales competidores

Nombre del local	Tipo de calzados	Horario de atención	Tipo de ventas	Lugar
Vasari	Deportivo	Lunes a sábado de 10:00 a 20:00	Física	Paseo Shopping
Playas sport	Deportivo	Lunes a sábado de 08:00 a 18:00	Online	Facebook
Marathon sport	Deportivo	Lunes a domingo de 10:00 a 20:00	Física	Paseo shopping
Feria de Playas	Deportivo, Sandalias, tacones	Lunes a sábado de 08:00 a 18:00	Física	Al frente del mercado gastronómico
Moda y calzado	Deportivo, Sandalias, tacones	Lunes a sábado de 08:00 a 17:00	Física	Vía Engabao

Se indica que los lugares visitados ofrecen sus calzados en diferentes precios y según el estilo, los precios son establecidos de acuerdo con la demanda de las personas. Como resultados en la visita de estos lugares, Podemos decir que sería viable colocar una empresa de fabricación de calzados, no tenemos competencia.

Fortaleza y debilidades de los competidores

Fortaleza:

- Experiencia en el negocio.
- Manejo de logística,
- Aprovisionamiento de los productos
- Los clientes conocen su producto
- Poseen clientes fijos

Debilidades:

- Baja capacidad de locales que no ofrecen productos de calidad y precios accesibles.
- manejan volúmenes altos de producto, muchos no se fijan en la calidad de este.

Ventajas competitivas de las pymes de calzados

Una empresa nueva con estilo y diseños innovadores del producto será muy atractiva para las mujeres del Cantón. La PYME contará con colaboradores especializados comprometidos y sobre todo con vocación de servicio, para aquello se contará con constante capacitación y trato justo a nuestros clientes.

Infraestructura adaptada ergonómicamente para optimizar el trabajo de los colaboradores. Desarrollar un producto final de alta calidad.

Análisis de Precios

Los precios de calzados serán de acuerdo con el estilo.

Tabla 5

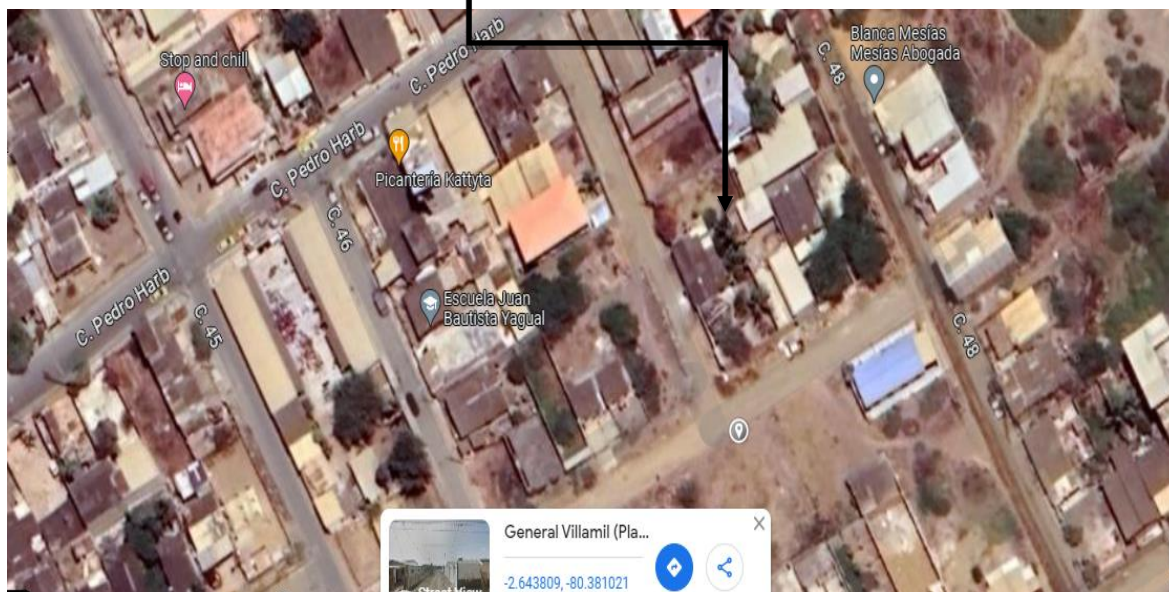
Precios

Tipos de calzados	Precios
Sandalias - Balerinas	\$20,00 a \$30,00
Tacones	\$36,00 a \$45,00
Plataformas	\$33,00 a \$38,00
Mocasines	\$26,00 a \$40,00

Estudio técnico

Localización del local Gisabel store

Ilustración 7
Localización



Para realizar el análisis de la ubicación de la empresa se necesitaría diferentes factores como sociales, económico, tecnológico entre otros.

Aspectos técnicos

Determinación del tamaño de la empresa.

Se determina como PYME ya que cuenta con menos de 25 trabajadores, de acuerdo con el estudio del mercado, se considera ofrecer al 87% de las mujeres del Cantón Playas, contará con personal administrativo y buena atención al cliente, el tamaño óptimo del proyecto permite satisfacer a la demanda existente e insatisfecha en un local de 1.200 metros cuadrados.

Capacidad de Producción / Capacidad de oferta de servicios

De acuerdo a la capacidad de la instalación, se podría acoger con un 50% de las personas que vaya a comprar los diferentes diseños de calzados, la atención se lo realiza tomando en cuenta el horario de Lunes a Sábado de 08h00 a 19h00.

Capacidad de la planta

La capacidad de nuestra planta es para 50 personas con el personal incluido.

Localización

Para la localización es importante considerar los siguientes factores.

Macro localización:

La empresa deberá de contar con una buena distribución tanto para las maquinarias como para el personal, además se deberá analizar la ubicación que sea cercanía para la llegada de las materias primas, personal, disponibilidad de servicios básicos y una excelente vía de comunicación.

Es importante conocer los puntos para la ubicación y fabricación de la planta de calzados, para lo cual se considera que estará ubicada en la vía Posorja km 1 ½, específicamente en el Cantón Playas, provincia del Guayas, la cual cuenta con 14.750 damas dedicadas al consumo de calzados tanto para la venta como para su uso personal.

A continuación, se definen los factores que fueron considerados para la localización de la PYME manufacturera.

Sector:

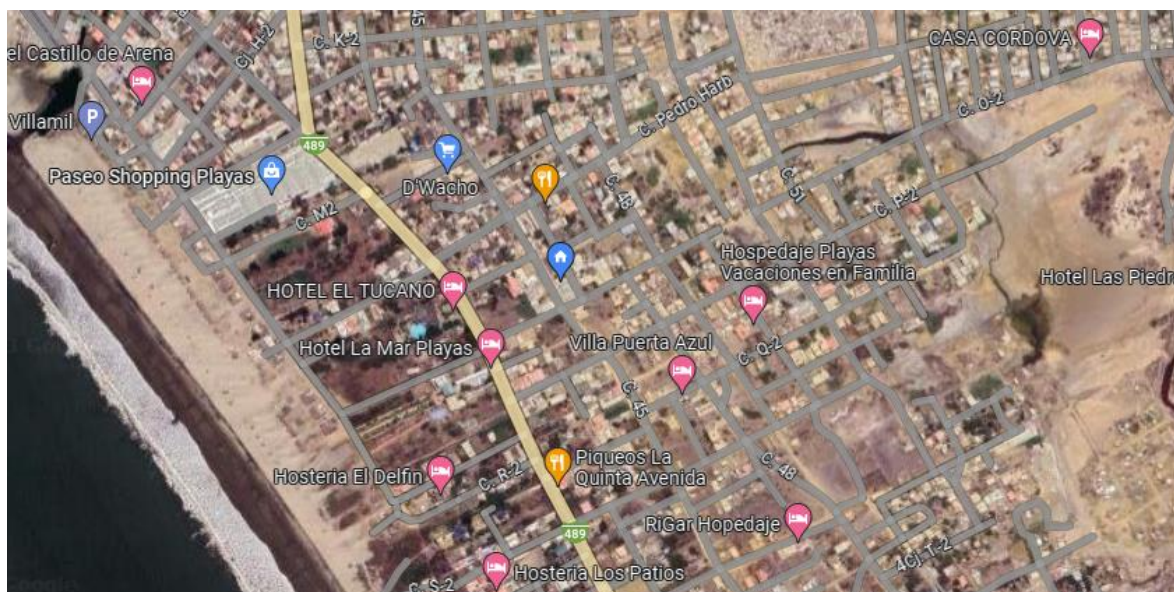
- Servicios Básicos.
- Los mercados, proveedores de la materia prima son cercanos.
- Costos de transportes cómodos.
- Desarrollo comercial y poblacional del sector que avanza constantemente.

País: Ecuador

Región: Costa

Provincial: Playas

Km 1 ½ vía a Posorja pasando el paseo shopping



Micro Localización:

Cantón: Playas

Parroquia: General Villamil

Barrio: San Jacinto

Dirección: Km 1 ½ vía a Posorja pasando el paseo shopping

Disponibilidad de materia prima

Cada materia prima para utilizarse no es dificultosa de conseguir como las plantillas, tapas, cuero, tirantes, apliques entre otros. Pero si se trata de la adquisición de materiales importados como cuero sintético, adornos, telas especiales, se debe de tener varias opciones como buscar algunos proveedores nacionales e internacionales para llegar a un acuerdo y que nos mantengan cierta cantidad en stock en almacén.

Insumos para utilizar

- Fibra de caucho
- Nobui
- Cartón
- Lámina para calzado
- Salpa natural
- Cambriones
- Tiras y cueros

- Cemento de contacto
- Plataformas y tacos

Área Administrativa

- Área de corte
- Área de producción
- Área de etiquetado
- Área de embalaje
- Área de almacenamiento
- Bodega
- Oficinas administrativas
- Área de recepción
- Sala de espera

Activos, maquinarias y mano de obra

Los diferentes activos fijos con los que contará la PYME serán los siguientes:

- Un terreno de aproximadamente 1.200 m²
- 1 vehículo (tipo furgoneta) para el traslado de materiales y productos a los diferentes puntos de distribución de calzados.
- Escritorios, mesas, sillas, perchas, maquinarias de producción, aires acondicionados, computadoras, parlantes con micrófonos para hacer publicidad, TV para la sala de espera o recepción.

Lo más fundamental son las maquinarias que se van a utilizar:

- Máquina de corte
- Máquina troqueladora
- Máquina cortadora de tiras motorizada
- Máquina de coser
- Máquina para redondear suelas
- Máquina lustradora de calzado
- Máquina pegadora y dobladora

- Máquina pegadora de suelas
- Máquina dobladora de tiras
- Máquina para remachar cambriones
- Horno para el secado de suelas y activado de pegamento
- Máquina para rebajar piel o máquina despigmentadora

Tiempo de producción

El tiempo de producción sería dos horas aproximadamente, pero se estima fabricar un calzado en 70 minutos

Tabla 6
Tiempo de producción

	HORA DE JORNADA					8:07:20
Fases de fabricación	Balerinas	Sandalias	Tacones	plataformas	Mocasines	
Máquina de corte	0:04:10	0:07:55	0:09:20	0:07:25	0:07:00	
Máquina troqueladora	0:05:50	0:11:05	0:13:04	0:10:23	0:09:48	
Máquina cortadora de tiras motorizada	0:07:30	0:14:15	0:16:48	0:13:21	0:12:36	
Máquina dobladora de tiras	0:03:20	0:06:20	0:07:28	0:05:56	0:05:36	
Máquina para rebajar piel o máquina despigmentadora	0:04:10	0:07:55	0:09:20	0:07:25	0:07:00	
Máquina para redondear suelas	0:03:20	0:06:20	0:07:28	0:05:56	0:05:36	
Máquina pegadora de suelas	0:03:20	0:06:20	0:07:28	0:05:56	0:05:36	
Máquina pegadora y dobladora	0:02:30	0:04:45	0:05:36	0:04:27	0:04:12	
Máquina de coser	0:02:30	0:04:45	0:05:36	0:04:27	0:04:12	
Máquina para remachar cambriones	0:02:30	0:04:45	0:05:36	0:04:27	0:04:12	
Máquina suajadora	0:02:30	0:04:45	0:05:36	0:04:27	0:04:12	
Máquina estampadora	0:04:10	0:07:55	0:09:20	0:07:25	0:07:00	
Horno para el secado de suelas y activado de pegamento	0:03:20	0:06:20	0:07:28	0:05:56	0:05:36	
Máquina etiquetadora	0:01:40	0:03:10	0:03:44	0:02:58	0:02:48	
Máquina termoadherente	0:01:40	0:03:10	0:03:44	0:02:58	0:02:48	
Máquina lustradora de calzado	0:02:30	0:04:45	0:05:36	0:04:27	0:04:12	
Máquina embaladora	0:01:40	0:03:10	0:03:44	0:02:58	0:02:48	

Proceso para confeccionar un calzado de mujer

¿En qué consiste el proceso para fabricar calzado?

1. Stock de materiales:

La elaboración de calzado sintético se inicia con la recepción de los insumos en la fábrica. En cada percha se tendrá clasificados y ordenados el tipo de material, piel sintética, lacas, suelas, adhesivos, tintas, cemento contacto, entre otros.

2. Transporte al área de proceso:

Los materiales escogidos se trasladan al área de producción.

3. Corte de piezas:

Se ejecuta mediante la moldura de acuerdo con la medida según pedido del cliente de esta manera se dará la forma a la piel sintética, según el modelo diseñado en una actividad que pueda ser externa a la empresa.

4. Unión de piezas:

Se recopilan las piezas de un lote para su posterior elaboración. Cada calzado lleva de 7 a 12 piezas según el modelo.

5. Maquinado de corte:

Se requieren varios procesos:

Foliado: se imprime en los forros o plantillas el número de lote, modelo número de par, tamaño o medida del tenis; para su rápida selección e identificación.

Grabado: se imprime la marca en la plantilla

6. Perforado:

Esto se lo elabora según los diseños

7. Encasquillar:

El casquillo le da la fuerza y forma a la punta del calzado para darle una mayor consistencia, esto se hace antes del montado, se pone el casquillo y contraorden.

8. Montado:

Se selecciona la horma de acuerdo con la numeración para conformar, además se fija la planta a base de clavos y cemento contacto, esto se hace de manera manual y se utiliza una máquina especial para forzar y que quede bien realizado y conformado el calzado. Se montan puntas y talones. Después se realiza el proceso de asentar que consiste en hacer que el corte asiente perfectamente en la horma.

9. Ensuelado por proceso de pegado tradicional:

Para el pegado de la suela se aumenta la temperatura en una máquina especial que pega a presión a la suela durante 30 segundos, por último, se desmonta la horma.

Por lo general las suelas se compran hechas, como primer paso se marca la suela, después se realiza el cardado, en la parte de la suela que se ha de pegar al corte en una máquina especial se hacen unas hendiduras para que el pegamento se impregne mejor y posteriormente se realiza pegado de suela.

10. Acabado:

Este es el último paso para dejar el calzado en perfectas condiciones. Se pegan las plantillas se pintan los cantos de suelas y forros, se realiza el lavado del corte y forros con jabón especial; se le quita las manchas al calzado de residuos del proceso productivo.

Orden de producción

La orden de fabricación nos ayudará a llevar el control de las cantidades pedidas por los diferentes clientes vs la cantidad de fabricación.

Ayuda a analizar la distribución de los costos, identificar los costos indirectos de producción y la asignación en las órdenes y permite establecer parámetros de los componentes del costo de fabricación mediante una hoja de ruta o costos, para la determinación la rentabilidad de la producción (Arias, 2018).

Tabla 7
Orden de producción

FECHA DE
IMPRESIÓN

27/5/2023



DERECCION: ECUADOR - GUAYAS- PLAYAS DE
VILLAMIL
B. SAN JACION KM 1.5 VIA DATA

ORDEN DE
PRODUCCION 7145

CLIENTE: MARYESTE R
FECHA DE OP: 4-ene-23
FECHA TENTATIVA: 10-jun-23
FECHA MAXIMA: 4-sep-23
MARCA: ANALU
DESTINO: ECUADOR

COD. PROD.	DESCRIPCIÓN	MODELO	TALLA	CANTIDAD
IDPROD: 56423	TACONES	GHUY56 63	37	2000
IDPROD: 64758	BALERINA	HK54577 5	36	1500
IDPROD: 64757	SANDALIA	MBSG98 7	37	4000

Tabla 8
Reporte semanal de una orden de producción

SEMANA	FECHA	OP	CLIENTE	CAJAS PROG.	MEDIDA	MODELO	PRO. REAL	FALTANTE	CUMPLIMIENTO
14	3/4/2023	7145	ANALU	50	37	TACONES	40	-10	40
14	3/4/2023	7145	ANALU	50	36	BALERINAS	49	-1	49
14	3/4/2023	7198	ALE AGUILAR	75	37	SANDALIAS	77	2	75
14	3/4/2023	7107	JOLIE	84	36	MOCACINES	83	-1	83
14	3/4/2023	7164	KOSIER	89	35	PLATAFORMA	89	0	89
14	3/4/2023	7186	NANCYCALZ	20	38	SANDALIAS	21	1	20
14	3/4/2023	7186	NANCYCALZ	62	37	TACONES	62	0	62
14	4/4/2023	7145	ANALU	100	37	TACONES	102	2	100
14	4/4/2023	7145	ANALU	103	37	SANDALIAS	95	-8	95
14	4/4/2023	7198	ALE AGUILAR	75	37	PLATAFORMAS	76	1	75
14	4/4/2023	7164	KOSIER	89	35	TACONES	85	-4	85
14	4/4/2023	7186	NANCYCALZ	63	37	SANDALIAS	60	-3	60
14	5/4/2023	7145	ANALU	77	36	TACONES	102	25	77

14	5/4/2023	7145	ANALU	103	37	SANDALIAS	96	-7	96
14	5/4/2023	7198	ALE AGUILAR	100	37	PLATAFORMAS	76	-24	76
14	5/4/2023	7164	ANALU	89	36	BALERINAS	85	-4	85
14	5/4/2023	7186	NANCYCALZ	63	37	BALERINAS	60	-3	60
14	6/4/2023	7145	ANALU	50	36	TACONES	102	52	50
14	6/4/2023	7145	ANALU	103	37	SANDALIAS	109	6	103
14	6/4/2023	7198	ALE AGUILAR	78	37	PLATAFORMAS	76	-2	76
14	6/4/2023	7164	KOSIER	100	35	PLATAFORMAS	85	-15	85
14	6/4/2023	7186	NANCYCALZ	100	37	TACONES	98	-2	98
14	7/4/2023	7145	ANALU	100	36	TACONES	102	2	100
14	7/4/2023	7146	ANALU	103	37	SANDALIAS	100	-3	100
14	7/4/2023	7198	ALE AGUILAR	75	37	PLATAFORMAS	76	1	75
14	7/4/2023	7164	ANALU	100	35	BALERINAS	90	-10	90
14	7/4/2023	7186	NANCYCALZ	63	37	BALERINAS	68	5	63

Tabla 9*Programa de producción vs producción real*

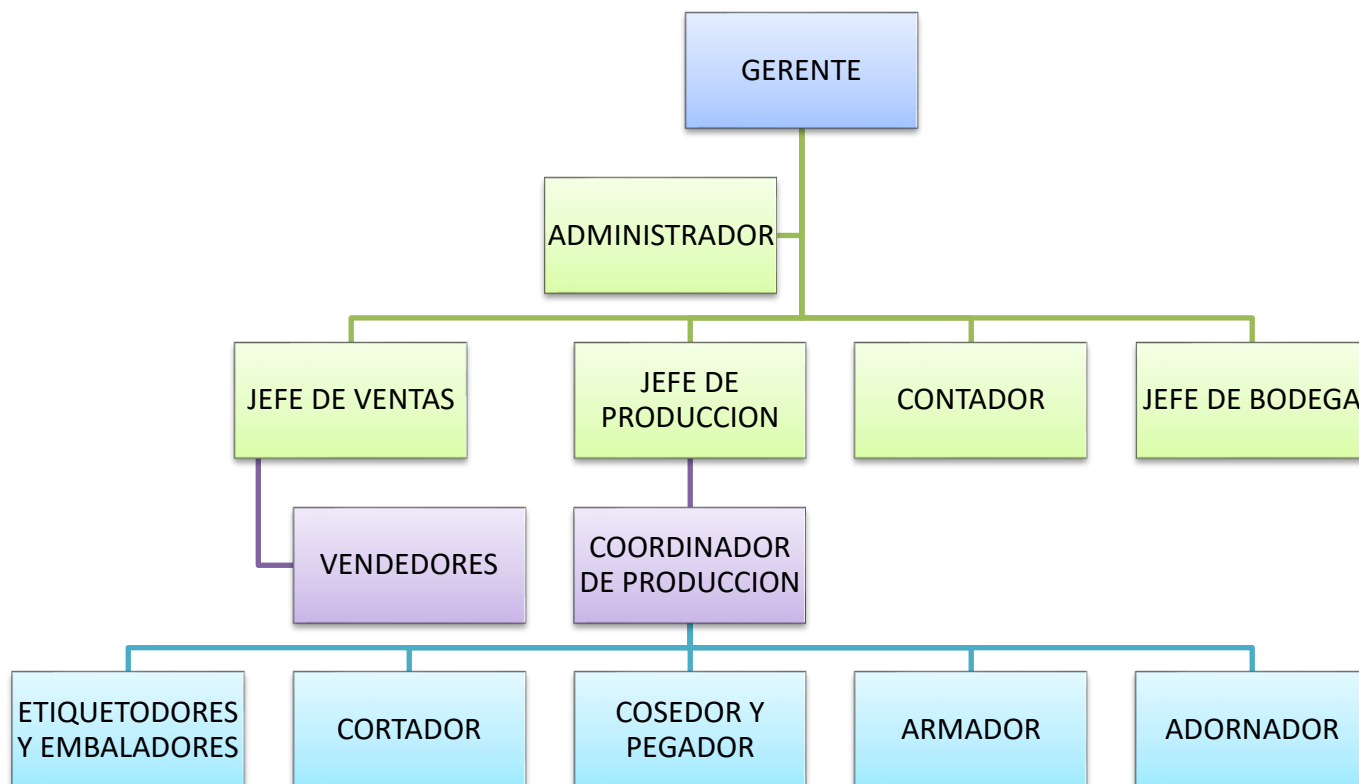
PROGRAMA DE PRODUCCION VS PRODUCCION REAL			
FECHA	Suma de CAJAS PROG.	Suma de PRO. REAL	% CUMPLIMIENTO
3/4/2023	430	421	98%
4/4/2023	430	418	98%
5/4/2023	432	419	98%
6/4/2023	431	470	98%
7/4/2023	441	436	98%
Total general	2164	2164	98%

Tabla 10*Cumplimiento de producción*

FECHA	Suma de CAJAS PROG.	Suma de CUMPLIMIENTO	% CUMPLIMIENTO
3/4/2023	430	418	97%
4/4/2023	430	415	97%
5/4/2023	432	394	91%
6/4/2023	431	412	96%
7/4/2023	441	428	97%
Total general	2164	2067	96%

Sistema organizacional de la empresa

Figura 16
Organigrama



Personal Administrativo

Gerente General

Número de Personas: 2

Ser responsable de las actividades técnicas correspondientes a las operaciones de mantenimiento de equipos y demás activos y garantizar el funcionamiento de las maquinarias y equipos de la planta, dentro de las normas y estándares establecidos, asegurando la calidad, inocuidad, y bajo impacto ambiental de los procesos productivos de la Compañía.

Administrador

Número de Personas: 1

Llevar agenda de los gerentes, recepción y análisis de diferentes informes presentados por los jefes de diferentes áreas.

Dar soporte en la gestión administrativa a los jefes conforme sea solicitado y relacionado a temas como: horarios, logística, equipos de protección para el personal, auditorias, compras, vacaciones del personal, entre otros.

Jefe de Ventas

Número de Personas: 2

Es la persona encargada respecto a los movimientos que da el mercado, buscara estrategias para las ventas, publicidad, entre otros, de la misma manera tendrá reunión con el vendedor para resolver problemas que se presenten durante las ventas.

Jefe de Producción

Número de Personas: 1

Tendrá la responsabilidad de recopilar la información de los calzados producidos vs a los pedidos por los clientes. Además, se encargará de velar por la calidad de los productos que se van a vender, estudiar los diferentes mercados y resolverá los diferentes problemas de elaboración del calzado, otras de las funciones es coordinar las actividades en materia de diversificación y el diseño de los nuevos productos, también atenderá a todo el personal a su cargo, otra función es la de atender a los proveedores y visitar a clientes.

Jefe de bodega

Número de Personas: 1

Realizar indicadores de gestión para el análisis de información respecto al control de inventario de stock de calzados por modelo y tallas. Se encargará de los respectivos despachos.

Coordinador de Producción

Número de Personas: 1

Será el encargado de la supervisión, desde el stock de la materia prima hasta el proceso final de la producción; es decir, etiquetado y embalaje de los calzados, de esta manera tener entregas rápidas.

Será el responsable de enviar información respecto al movimiento de los calzados según tallas y modelos.

Contador

Número de Personas: 1

Con la recopilación de información realizara un análisis y elaboración del estado financiero, elaborara proyecciones y variaciones contables respecto a las ventas de los calzados.

Recepción de reportes y revisión del cierre de caja diaria con sus respectivas papeletas de depósito y contabilización de estas, recepción de facturas de proveedores, realizar conciliaciones bancarias mensuales, controlar los gastos de la empresa tanto de fabricación como la parte comercial.

Armadores

Número de Personas: 5

Es el área de mayor personal en la organización por lo que de ellos depende el acabado y calidad del calzado, los armadores son los encargados de darle la forma al producto dependiendo de los diseños que se creen en la empresa.

Etiquetado y Embaladores

Número de Personas: 3

Este equipo de operadores tendrá como compromiso realizar el acabado y la identidad que tendrá el producto final, considerando el empaque, etiquetado y marca.

Cortador

Número de Personas: 2

La función del operador es realizar los cortes de los diferentes modelos de calzados

Cosedor y pegador

Número de Personas: 2

Encargado de unir las piezas del calzado y tener cuenta la temperatura de pegado del calzado, además unas de sus funciones es realizar mantenimientos preventivos a los equipos a cargo

como limpieza, lubricación, reemplazo de agujas, así los equipos estén en óptimas condiciones.

Extraer y examinar los zapatos, partes de zapatos, y los diseños para verificar la conformidad con las especificaciones, tales como incorporación adecuada de los puntos en los canales.

Adornador

Número de Personas: 2

Revisar y adornar en caso de ser necesario calzado ya terminado

Aplicar color

Quitar hilo sobrante

Cambio de Etiqueta

Vendedores

Número de Personas: 1

Atender las reclamaciones de los clientes, explicar promociones y ofertas disponibles para la venta, realizar demostraciones del producto.

Permisos

Para la creación de la PYME se debe realizar el trámite pertinente y cumplir con todos los reglamentos legales que requiere la legislación ecuatoriana y cumplir con todos los parámetros establecidos por las autoridades locales del Cantón Playas.

Permisos del Cuerpo de Bomberos

Requerimientos:

- Copia del Permiso de funcionamiento.
- Informe de inspección, elaborado por el personal autorizado del departamento de Prevención.

La PYME debe de contar en cada área con todos los equipos de seguridad, instalaciones eléctricas en perfectas condiciones, la ubicación del extintor debe de ser la adecuada,

botiquín de primeros auxilios y sobre todo que el personal cuente con la dotación y equipo de protección adecuada.

Permiso de funcionamiento de la Comisaria Municipal

Requerimientos:

- Copia de cédula y papeleta de votación.
- Certificado de Salud Pública.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Solicitud del departamento de la comisaria municipal.
- Certificado del departamento de medio ambiente.
- Permiso del departamento de higiene.

Requisitos para sacar el RUC

Requerimientos:

- Copia original de la cedula de identidad.
- Copia original del certificado de votación.
- Planilla de los servicios básicos del lugar donde va a funcionar la empresa.

Permiso de sanidad del Ministerio de Salud Pública.

Requerimientos:

- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.
- Nombramiento del representante legal.
- Nombramiento del responsable técnico.
- Acta de creación de la empresa.
- Copia de certificado de salud de los empleados y representante legal.
- Solicitud dirigida al director provincial salud.
- Inspección de la planta.

Estudio financiero

Inversiones

Es el valor inicial de los distintos gastos que son necesarios para la apertura de la PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzados. Cabe recalcar que una parte de la inversión será financiada mediante un préstamo otorgado por el Banco del Pacífico.

Inversión fija tangible

La PYME Gisabel Store contara con los activos fijos que se utilizara para la implementación de la manufactura y comercialización de calzados en Playas.

Terreno

Lugar donde estará ubicada la PYME, esto incluye costo de escritura, catastro, certificado de no adeudar, alcabala y plusvalía.

Tabla 11

Costo proyectado del terreno

Cantidades	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Terreno	\$19.480,00	\$19.480,00

Edificio

Es el costo que va a incurrir en la construcción de cada área, incluye el permiso de construcción, aprobación de plano, inspección a predios urbanos y certificado de no adeudar.

Tabla 12

Costo proyectado de edificio

Cantidades	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Edificio	\$50.000,00	\$ 50.000,00

Maquinaria y equipos

Son los que forman parte de bienes de la empresa y ayudara al procesamiento de fabricación y ventas de calzados.

Tabla 13

Costos proyectados de maquinaria y equipos

Cant.	Artículos	Valor	Total
1	Mesa cortado	\$ 40,00	\$ 40,00
5	Perchas plantado	\$ 40,00	\$ 200,00
5	Perchas almacenajes	\$ 80,00	\$ 400,00
3	Extintor	\$ 40,00	\$ 120,00
5	Tachos de basura	\$ 6,00	\$ 30,00
3	Bancos plantados	\$ 20,00	\$ 60,00
3	Bancos varios	\$ 7,00	\$ 21,00
10	Gavetas	\$ 7,00	\$ 70,00
2	Máquina de corte	\$ 8.800,00	\$ 17.600,00
2	Maquina tronqueladora	\$ 9.000,00	\$ 18.000,00
2	Máquina cortadora de tiras motorizada	\$ 450,00	\$ 900,00
2	Máquina de coser	\$ 12.000,00	\$ 24.000,00
2	Máquina para redondear suelas	\$ 10.771,00	\$ 21.542,00
2	Máquina suajadora	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00
2	Máquina termoadherente	\$ 8.000,00	\$ 16.000,00
2	Máquina lustradora de calzado	\$ 92,55	\$ 185,10
2	Máquina pegadora y dobladora	\$ 500,00	\$ 1.000,00
2	Máquina pegadora de suelas	\$ 7.000,00	\$ 14.000,00
2	Máquina dobladora de tiras	\$ 7.500,00	\$ 15.000,00
2	Máquina para remachar cambriones	\$ 200,00	\$ 400,00
4	Horno para el secado de suelas y activado de pegamento	\$ 2.200,00	\$ 8.800,00
2	Máquina para rebajar piel o máquina despigmentadora	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00
2	Máquina etiquetadora	\$ 968,00	\$ 1.936,00
2	Máquina embaladora	\$ 11.000,00	\$ 22.000,00
2	Máquina estampadora	\$ 3.599,00	\$ 7.198,00
Total de equipos para fábrica			\$ 179.502,10

Equipos de computación

Estos equipos nos ayudaran en el funcionamiento de la PYME y se utilizaran en diferentes áreas.

Tabla 14
Costos proyectado de equipos de computación

Cantidades	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
11	Computadora	\$ 560,00	\$ 6.160,00
4	Impresora	\$ 120,00	\$ 480,00
11	Regulador de voltaje	\$ 20,00	\$ 220,00
2	Parlante con micrófono	\$ 250,00	\$ 500,00
3	Caja Registradora	\$ 32,00	\$ 96,00
11	Teléfono convencional	\$ 25,00	\$ 275,00
Total de equipo de computación			\$ 7.731,00

Muebles y enseres

Estarán adecuados en cada área de la PYME.

Tabla 15
Costos proyectados de muebles y enseres

Cantidades	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
25	Casilleros para el personal	\$ 10,00	\$ 250,00
11	Escritorio para oficinas	\$ 200,00	\$ 2.200,00
11	Silla para el escritorio	\$ 40,00	\$ 440,00
5	Mesas grandes	\$ 140,00	\$ 700,00
25	Sillas	\$ 40,00	\$ 1.000,00
2	Mesas para sala	\$ 80,00	\$ 160,00
2	Juegos de Sofá	\$ 530,00	\$ 1.060,00
Total de muebles y enseres			\$ 5.810,00

Equipo de oficina

Son equipos que se van a adecuar en cada área de la PYME.

Tabla 16
Costos proyectados de equipos de oficina

Cant.	Descripción	Valor	Total
14	Calculadora	\$ 10,00	\$ 140,00
6	Extintores para las diferentes áreas	\$ 50,00	\$ 300,00

2	Sistema contable integrado	\$	1.500,00	\$	3.000,00
4	Smart TV 55 pulgadas	\$	600,00	\$	2.400,00
6	Kit camara de vigilancia	\$	50,00	\$	300,00
7	Aire acondicionado	\$	500,00	\$	3.500,00
Subtotal de Equipo de Oficina		\$	1.560,00	\$	9.640,00

Vehículo

Se utilizará para las compras de las materias primas y distribución.

A este valor proyectado, se incluye IVA, seguro de robo e incendio.

Tabla 17

Costo proyectado de Vehículo

Cant.	Descripción	Valor	Total
1	Vehículo	\$ 26.389,50	\$ 26.389,50

Inversión fija intangible

Activos diferidos

Gastos que van a incurrir para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 18

Inversión de activos diferidos

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
TRAMITE REGISTRO UNICO CONSTRIBUYENTE	1	\$ 10,00	\$ 10,00
PATENTE MUNICIPAL	1	\$ 30,00	\$ 30,00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO CUERPO DE BOMBERO	1	\$ 60,00	\$ 60,00
PERMISOS	1	\$ 30,00	\$ 30,00
TRAMITE Y REGISTRO CREACION DE EMPRESA	1	\$ 800,00	\$ 800,00
REGISTRO DE MARCA	1	\$ 250,00	\$ 250,00
ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS	1	\$ 452,00	\$ 452,00
ADECUACION INSTALACIONES	1	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
TOTAL			\$ 3.832,00

Capital operativo

Este rubro hace referencia a la cantidad de dinero que debe contar la empresa para mantenerse en funcionamiento, este capital está compuesto por el pago de los sueldos, compras de materia prima, y otros gastos que se originan dentro de los primeros 30 días de operación (Reveles, 2019).

Entonces mi inversión inicial sería:

Tabla 19
Inversión inicial

Descripción	Valor
Muebles y enseres	\$ 5.810,00
Equipo de oficina	\$ 9.640,00
Equipo de computación	\$ 7.731,00
Máquinas y equipos	\$ 179.502,10
Terreno y edificio	\$ 69.480,00
Gastos de constitución	\$ 3.832,00
Vehículo	\$ 26.389,50
Total a invertir	\$ 302.384,60

Inversión total en activos proyectados

Gisabel Store da un total de inversión de \$ 298.552,60, donde se visualiza que el mayor gasto es en máquinas y equipos, terrenos y edificios.

Tabla 20
Proyección de activos fijos

Descripción	Valor
Muebles y enseres	\$ 5.810,00
Equipo de oficina	\$ 9.640,00

Equipo de computación	\$	7.731,00
Máquinas y equipos	\$	179.502,10
Terreno y edificio	\$	69.480,00
Vehículo	\$	26.389,50
Total a invertir	\$	298.552,60

Financiamiento

Es el valor inicial que requiere la organización para poder empezar su funcionamiento y así puede cubrir su déficit o reinversión que se puede presentar en la PYME.

Gisabel Store requiere del capital de trabajo para empezar a fabricar y comercializar sus calzados, así podrá crecer cada año \$ 302.384,60

Se realizará el financiamiento en entidad bancaria el 67% del total de inversión donde equivale un total de \$ 203.201,65, este valor se otorgará en el Banco del Pacífico.

Y el 33% del total de inversión equivale \$99.182,95 que es el capital propio, valor que ha sido reunido por mucho tiempo.

A pesar de las diversas expectativas y alternativas financieras, no ha sido posible identificar las condiciones necesarias para que las medianas, pequeñas y microempresas incurran en la adopción de mecanismos financieros que les permita crecer de manera estable. En este sentido, no se ha determinado si existe en Ecuador un comportamiento de alto apalancamiento y más aún, no han sido definidos los factores determinantes para la adopción de alternativas de financiamiento de las empresas manufactureras en el marco de una economía dolarizada (Osiris, 2018).

La fuente de financiamiento que se aplicará es: interno y externo, el interno el capital propio, y el externo es el préstamo que se va a solicitar a una entidad bancaria.

Tabla 21
Estructura del capital

Denominación	% PARTICIPACIÓN	Total
Capital propio	33%	\$ 99.182,95
Financiamiento Banco Pacífico	67%	\$ 203.201,65
Total	100%	\$ 302.384,60

Desembolso de la deuda

Las entidades financieras como el Banco del Pacífico otorgan préstamos, y dependiendo del tipo de proyectos que se desee ejecutar, cobran una tasa mínima del 9,76%. Por el monto de \$203.201,65 equivalente al 67% del total de inversión se evalúa para la creación de la PYME y se le da un lapso de 5 años.

Tabla 22
Amortización

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
	Monto del crédito	\$ 203.201,65		
	Número de períodos	5 años		
	Tasa de interés anual	9,76%		
	Cuota anual	\$53.275,82		
AÑO	CUOTAS	INTERES	ABONO CAPITAL	SALDO
0				\$203.201,65
1	\$ 53.275,82	\$ 19.832,48	\$ 33.443,34	\$169.758,31
2	\$ 53.275,82	\$ 16.568,41	\$ 36.707,41	\$133.050,89
3	\$ 53.275,82	\$ 12.985,77	\$ 40.290,06	\$ 92.760,84
4	\$ 53.275,82	\$ 9.053,46	\$ 44.222,37	\$ 48.538,47
5	\$ 53.275,82	\$ 4.737,35	\$ 48.538,47	\$ 0,00
TOTAL	\$ 266.379,12	\$ 63.177,47	\$ 203.201,65	

Costos y gastos

Costo de producción

Según Reveles López nos indica que el costo de producción es como base fundamental, el costo de producción “representa el importe de los distintos elementos del

costo que se originan para dejar un artículo disponible para su venta o para ser usado en un posterior proceso de fabricación” (Reveles, 2019).

Gastos administrativos

Estos gastos están conformados por los diferentes sueldos y beneficios de las personas que estarán dando apoyo al proceso de la producción.

El valor anual que se va a considerar para esta PYME es \$178.389,04 (Mayor detalle véase Anexo 6).

Gastos de ventas

La PYME orientada a la manufactura y comercialización estará aplicando su publicidad por medio de redes sociales, radios, volantes, entre otros medios para darse a conocer a nivel local.

El valor que corresponde al rubro de gastos de ventas es \$56.880,00 (Mayor detalle véase Anexo 7).

Gastos financieros

Unos de los gastos financieros más frecuentes es el tipo de interés pagado por las deudas. Esto consiente que el prestamista alcanza un beneficio, expresado como un porcentaje, basado en la cantidad actual que se ha proporcionado al prestatario. Las tasas de interés varían dependiendo del tipo de financiación elegido y la solvencia del deudor (Sevilla, 2018).

Para crear la PYME se acudirá a un préstamo bancario por un monto de \$ 203.201,65 con tasa de interés anual de 9,76%.

Gastos operativos

El gasto operativo se compone en gastos financieros, gastos administrativos, gastos generales y gastos de representación. Este rubro incluye sueldos, comisiones de ventas, viajes, honorarios, transporte, servicios de oficina, es decir todos los beneficios para los trabajadores, emisión de cheques, pago de intereses, arrendamientos y alquileres, seguros, impuestos, reparación y provisiones (Mayor detalle véase Anexo 7).

Ingresos

La PYME Gisabel Store S.A obtiene ingresos de los diferentes tipos de calzados como se detalla en la tabla 23, por ventas de bailarinas y sandalias \$97.825,00; por ventas de tacones y plataformas \$ 186.333,33; y por ventas de mocasines \$ 93.166,67 en el primer año y el aumento de los siguientes años.

Tabla 23
Proyección de ingresos

Producto	Precio Unit.	Cantidad por mes	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
			CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO
Balerinas - sandalias	\$ 10,00	9317	9317	\$ 93.166,67	9783	\$ 97.825,00	10272	\$ 102.716,25	10785	\$ 107.852,06	11324	\$ 113.244,67
Tacones	\$ 20,00	9317	9317	\$ 186.333,33	9783	\$ 195.650,00	10272	\$ 205.432,50	10785	\$ 215.704,13	11324	\$ 226.489,33
Plataforma	\$ 20,00	9317	9317	\$ 186.333,33	9783	\$ 195.650,00	10272	\$ 205.432,50	10785	\$ 215.704,13	11324	\$ 226.489,33
Mocasine	\$ 10,00	9317	9317	\$ 93.166,67	9783	\$ 97.825,00	10272	\$ 102.716,25	10785	\$ 107.852,06	11324	\$ 113.244,67

Estado de resultado

El Estado de resultados es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la administración de una empresa durante un periodo determinado, el estado de resultados presenta de manera detallada la forma en que se obtiene la utilidad o pérdida en una empresa (Villanueva, 2016).

Por eso se aplicará el estado de pérdida y ganancia en este proyecto de creación de la PYME porque se desea saber el grado de factibilidad que podría ofrecer.

Tabla 24
Proyección de estado de resultado

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Calzados Gisabel store	\$ 559.000,00	\$ 586.950,00	\$ 616.297,50	\$ 647.112,38	\$ 679.467,99	\$ 713.441,39	\$ 749.113,46	\$ 786.569,14	\$ 825.897,59	\$ 867.192,47
Costo de venta										
Costo de producción	\$ -274.827,49	\$ -278.949,90	\$ -283.134,15	\$ -287.381,16	\$ -291.691,88	\$ -296.067,26	\$ -300.508,27	\$ -305.015,89	\$ -309.591,13	\$ -314.235,00
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 284.172,51	\$ 308.000,10	\$ 333.163,35	\$ 359.731,21	\$ 387.776,11	\$ 417.374,14	\$ 448.605,20	\$ 481.553,25	\$ 516.306,46	\$ 552.957,48
(-) Gastos de administración	\$ -215.426,05	\$ -218.599,96	\$ -221.821,48	\$ -225.091,32	\$ -228.410,21	\$ -231.778,89	\$ -235.198,09	\$ -238.668,58	\$ -242.191,13	\$ -245.766,52
(-) Honorarios profesionales	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00
(-) Gastos de publicidad	\$ -4.920,00	\$ -4.993,80	\$ -5.068,71	\$ -5.144,74	\$ -5.221,91	\$ -5.300,24	\$ -5.379,74	\$ -5.460,44	\$ -5.542,34	\$ -5.625,48
(-)Gastos financiero										
Amortización	\$ -33.443,34	\$ -36.707,41	\$ -40.290,06	\$ -44.222,37	\$ -48.538,47					
Intereses	\$ -19.832,48	\$ -16.568,41	\$ -12.985,77	\$ -9.053,46	\$ -4.737,35					
Amortizaciones	-\$ 26.624,31	-\$ 26.624,31	-\$ 26.624,31	-\$ 26.624,31	-\$ 26.624,31	-\$ 17.950,21	-\$ 17.950,21	-\$ 17.950,21	-\$ 17.950,21	-\$ 17.950,21
Utilidad en ejercicio	\$ -16.973,67	\$ 3.606,20	\$ 25.473,03	\$ 48.695,02	\$ 73.343,86	\$ 161.444,80	\$ 189.177,16	\$ 218.574,02	\$ 249.722,78	\$ 282.715,27
(=) Utilidad ante de participación al trabajador										
Participación de trabajadores 15%		\$ 540,93	\$ 3.820,95	\$ 7.304,25	\$ 11.001,58	\$ 24.216,72	\$ 28.376,57	\$ 32.786,10	\$ 37.458,42	\$ 42.407,29
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta		\$ 3.065,27	\$ 21.652,07	\$ 41.390,77	\$ 62.342,28	\$ 137.228,08	\$ 160.800,58	\$ 185.787,92	\$ 212.264,36	\$ 240.307,98
Impuesto a la renta 24%		\$ 735,67	\$ 5.196,50	\$ 9.933,78	\$ 14.962,15	\$ 32.934,74	\$ 38.592,14	\$ 44.589,10	\$ 50.943,45	\$ 57.673,92
Utilidad neta después del impuesto		\$ 2.329,61	\$ 16.455,58	\$ 31.456,98	\$ 47.380,13	\$ 104.293,34	\$ 122.208,44	\$ 141.198,82	\$ 161.320,92	\$ 182.634,07
Amortización de la deuda	\$ 26.624,31	\$ 26.624,31	\$ 26.624,31	\$ 26.624,31	\$ 26.624,31	\$ 17.950,21	\$ 17.950,21	\$ 17.950,21	\$ 17.950,21	\$ 17.950,21
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ -9.650,64	\$ -24.294,70	\$ -10.168,73	\$ 4.832,67	\$ 20.755,82	\$ 86.343,13	\$ 104.258,23	\$ 123.248,61	\$ 143.370,71	\$ 164.683,86

Flujo neto de caja

Es el efectivo que entra y sale de una empresa, o que interviene proyección financiera con la misma dentro de una estrategia de inversión (Muñoz, 2023). (Mayor detalle véase Anexo 9).

Criterios de evaluación del Proyecto

Valor actual neto

El valor actual neto (VAN) es el mejor método y más conocido, y por lo general es recomendado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de conseguir la rentabilidad deseada o requerida y después de recuperar toda la inversión.

Para obtener el valor actual neto (VAN) se debe calcular el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer período de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0 (Sapag, 2021).

El proyecto es viable porque se va a dar oportunidad laboral para 22 personas, se dinamizará la economía.

Tasa interna de retorno

Mide la rentabilidad como porcentaje; el TIR no sirve para los proyectos de desinversión, muestra tasa equivalente a los flujos negativos o positivos.

Si la tasa es mayor o igual a la tasa de interés o coste de oportunidad, se asume que el proyecto es rentable, por ende, será aceptada. Si es el contrario se considera que la rentabilidad está por debajo, entonces no es viable (Santaella, 2019).

El TIR es el segundo criterio de evaluación.

TIR del proyecto de inversión 9%

Período de recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión (PRI) o payback; es el tiempo que se va a llevar el proyecto, esto lo podemos saber a través de una fórmula se calculan los años, los meses y días que demora; a su vez, permite determinar si un proyecto es rentable o no (Santa, 2017).

El período de recuperación de la PYME Gisabel Store será al 8vo año, en el cual los flujos económicos darán como resultado \$313.884,91 que restado a la inversión inicial de \$302.384,60 dará como resultado \$11.500,31 valor que corresponde a la ganancia generada por la fábrica a partir del 9vo año.

El dinero se deprecia según la inflación y la inflación actual es el 1,7%, por ende se considera una póliza y seguro por la alta demanda de delincuencia del Ecuador.

Tabla 25
Período de recuperación

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	acumulado
0	\$ 302.384,60		
1		-9.650,64	-9.650,64
2		-24.294,70	-33.945,34
3		-10.168,73	-44.114,07
4		4.832,67	-39.281,40
5		20.755,82	-18.525,58
6		86.343,13	67.817,55
7		104.258,23	172.075,79
8		123.248,61	295.324,39
9		143.370,71	438.695,10
10		164.683,86	603.378,96
TOTAL		603.378,96	
PRC	9,01		

Índice de rentabilidad

0,024613736

2%

Conclusiones del Estudio Económico-Financiero

Para concluir con la evaluación, analizamos los siguientes indicadores:

Flujos Futuros	Valores
Año 0	-\$ 302.384,60
Año 1	-\$ 9.650,64
Año 2	-\$ 24.294,70
Año 3	-\$ 10.168,73
Año 4	\$ 4.832,67
Año 5	\$ 20.755,82
Año 6	\$ 86.343,13
Año 7	\$ 104.258,23
Año 8	\$ 123.248,61
Año 9	\$ 143.370,71
Año 10	\$ 164.683,86
# Periodo años	10
TMAR	8%
VAN	\$ 7.290,21
TIR	8%

Inversión Inicial: \$302.384,60

VAN: \$ 7.290,21

Índice de Rentabilidad: 2%.

TIR del Proyecto de Inversión: 8%

Con los valores proyectados se visualiza viabilidad del proyecto debido a los resultados positivos reflejados en el valor actual neto y la tasa interna de rentabilidad.

El dinero del proyecto se recuperará en 9 años.

Conclusiones

En la evaluación financiera que se realizó a la PYME de manufactura y comercialización de calzado demuestra que si hay rentabilidad del proyecto con tasa de interna de retorno (TIR) del 9% y el valor actual neto de \$ 7.290,21.

Contribuir a la generación de empleo esperando que este funcione por tiempo indefinido, dando como resultado el aumento de la planta en producción y por lo tanto de personal. Los efectos externos que este proyecto generara se verán reflejados principalmente en los calzado a producir; que ofrecerá a los consumidores finales, comodidad, calidad, economía y moda.

El proyecto de la creación de una PYME de manufactura y comercialización de calzado se comprobó a través de su estudio de mercado, técnico y financiero que el proyecto es factible. Además, se implementará una nueva marca en el mercado “Gisabel Store” y se posesionará mediante calidad, modelos y comodidad de calzados.

Recomendaciones

- El proyecto de la creación de una PYME de manufactura y comercialización de calzado se comprobó a través de su estudio de mercado, técnico y financiero que el proyecto es factible. Además, se implementará una nueva marca en el mercado “Gisabel Store” y se posesionará mediante calidad, modelos y comodidad de calzados.
- Según la proyección y los análisis que se realizaron para la creación de una PYME de manufactura y comercialización de calzado se llega a la conclusión de que es un proyecto factible, se recuperará el dinero de la inversión en 9 años, el TIR es acorde con el mercado nacional, es el punto vital social vamos a generar empleo para 22 personas, se va a dinamizar economía y se espera que pasado de los 9 años todo será ganancia.

- Durante los 9 años la PYME será reconocida en el mercado y de todas maneras se va a mantener la rentabilidad de modo continua, y buscar nuevos mercados aprovechando la viabilidad económica de la inversión, este proyecto beneficiaría a las personas del Cantón Playas con la implementación de ofertas laborales. Además se dará la oportunidad de hacer lanzamiento de productos nuevos novedosos y diferenciador, creando de manera mensual colecciones de acuerdo con los gustos y estilos de las clientes.

Referencias

- Aguilar, A. (2017). *Diseño de infraestructura de nueva planta para la línea de producción de los modelos*. Obtenido de <https://ciateq.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1020/93/1/AguilarJaenAntonio%20MMANAV%202017.pdf>
- Alcázar, P. (2022). *Cómo hacer un buen estudio de mercado*. Obtenido de <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/como-hacer-un-estudio-de-mercado/>
- Arias, M. (2018). *Ordenes de producción*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/07/costeo-ordenes-produccion.html>
- Barreto, N. (2020). Factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. *Revista científica de la Universidad Cienfuegos*, 12(3), 130.
- Bastías, R. (2016). *Zapatos Cordwainer Handmade Shoes*. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/143334/Bastias%20Silva%20Rodrigo.pdf?sequence=1>
- Cordero, S. (2023). *El calzado nacional y la difícil competencia con bajos costos de producción*. Obtenido de <https://www.planv.com.ec/historias/economia/el-calzado-nacional-y-la-dificil-competencia-con-bajos-costos-produccion>
- Fajkowska, M., & DeYoung, C. (2015). Introduction to the special issue on integrative theories of personality. *56*(1), 1-3.
- Garrido, Y. (2019). *Casos prácticos resultados de contabilidad de costos*. Obtenido de [https://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-18-220336-60 Libro Casos prácticos de contabilidad de costos.pdf](https://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-18-220336-60%20Libro%20Casos%20pr%C3%A1cticos%20de%20contabilidad%20de%20costos.pdf)
- Gayón, J. (2019). *Desarrollo de un sistema de gestión de inventarios para el control de materias primas y productos terminados dentro de la empresa calzado Fidenci*. Obtenido de <https://repository.unilivre.edu.co/bitstream/handle/10901/17848/DESARROLLO%20DE%20UN%20SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20INVENTARIOS%20PARA%20EL%20CONTROL%20DE%20MATERIAS%20PRIMAS%20Y%20PRODUCTOS.pdf?sequence=3>
- Glantz, M. (2022). *Zapatos: Andante con variaciones*. México: Cervantes Miguel.
- Gómez. (2015). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una fábrica de calzado*. Obtenido de https://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17237/1/61609_1.pdf
- INEC. (2020). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>

- INEC. (2021). *Producción- industria y manufactura*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/produccion-industria-manufacturera/>
- INEC. (2023). Obtenido de Demografía-Población: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Ionos. (2022). *Gestión de proyectos*. Obtenido de <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/>
- Jijón, K. (2013). *Estudio de tiempos y movimientos para mejoramiento de los procesos de producción*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/4962/1/t807id.pdf>
- Lino, A. (2023). El calzado Nacional y la difícil competencia con los bajos costos de producción extranjeros. *Plan V*.
- Marañón, J. (2013). *Estudio de Factibilidad*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/848/1/75555.pdf>
- María, S. A. (2019). *Industria manufacturera de calzados y afines*. Obtenido de https://fca.uta.edu.ec/v4.0/images/dipticos/Diptico_N21.pdf
- Martínez Argudo, J. (2022). *Localización de una empresa*. Obtenido de <http://www.econosublime.com/2019/03/localizacion-empresa.html>
- Mendieta, P. (2019). *Diseño de calzado femenino y experimentación con materiales alternativos*. Obtenido de <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=%2BPartes+de+un+calzado+Las+partes+de+un+calzado+son+importantes%2C+pero+va+r%C3%ADan+seg%C3%ADAn+sus+modelos%2C+las+principales+son+las+siguientes%3A>
- Mendoza, A. (2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresas comerciales en la ciudad de Manta. (M. Armando, Ed.) 947-964. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325898>
- Merlo, E. (2013). *Los costos y la toma de decisiones*. Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5240/merlofinal.pdf
- Mete, M. (2014). *Valor actual neto y tasa de retorno*. Bolivia: Scielo.
- Mete, M. (2014). Valor neto y tasa de retorno. 7(7).
- Mondragon, D. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos*. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%C3%B3n%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1>
- Mordor. (2021). *Mercado de calzado: crecimiento, tendencias, impacto de covid-19 y pronósticos (2023-2028)*. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/footwear-market>
- Muñoz, J. (2023). *Flujo de caja*. Obtenido de <https://agicap.com/es/articulo/flujo-de-caja-neto-definicion-como-calcularlo/#flujo-de-caja-neto-definici%C3%B3n>
- Nájera, R. (2021). *Conoce los pormenores de la macro y micro localización de un proyecto*. Obtenido de <https://www.rpjmconsultoria.com/post/macro-y-micro-localizacion>
- Osiris, J. (2018). Factores determinantes en la adopción de las alternativas de financiamiento. (I. O. 1015, Ed.) 39, 1.
- Parra, J. (2016). *Análisis de la estructura de la oferta / demanda*. Obtenido de https://oa.upm.es/44577/1/OSCAR_AGUADO_TEVAR.pdf
- Periodismo PLAN V. (2023). *Las grandes empresas de calzados*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/11013>
- Quiroa, M. (2020). *Estudio de Factibilidad*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Reveles, R. (2019). *Análisis de los elementos del costo*. (2. IMCP, Ed.) México.
- Rojas, M. (2017). *La empresa y el entorno*. Obtenido de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/13602/Temas%20Econom%C3%ADa%20de%20la%20Empresa.pdf?sequence=1>
- Romero, R. (2020). *Breve Historia de Calzados*. Obtenido de <https://reginaromero.com/blogs/reginaromero/breve-historia-del-calzado>
- Rossillón, N. (2009). Una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. 14(48).

- Salazar, W. (2022). *El calzado de seguridad en el Ecuador, factores que inciden en la calidad del producto y en la productividad de las organizaciones* (Vols. Vol. 5 Núm. 1 (2022): Novasinergia (enero - junio 2022)). Chimborazo: Novasinergia.
- Sánchez. (2019). *Industria manufacturera calzados y afines*. Obtenido de https://fca.uta.edu.ec/v4.0/images/OBSERVATORIO/dipticos/Diptico_N21.pdf
- Santa, E. (2017). *Período de recuperación*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas>
- Santaella, J. (2019). *Tasa interna de retorno*. Obtenido de <https://economia3.com/tasa-interna-retorno/#:~:text=Interpretaci%C3%B3n%20del%20resultado%20de%20la%20TIR&text=Si%20la%20TIR%2C%20es%20mayor,lo%20que%20no%20es%20viable>.
- Sapag, N. (2021). *Criterios de evaluación de un proyecto*. Obtenido de <https://fundamentosdelmarketing.ar/evaluacion-y-direccion-de-proyectos/criterios-de-evaluacion-de-un-proyecto>
- Schmidt, D., & Hoppe, P. (2017). *La corrección de los 50 peores consejos de Poker*. Buenos Aires. SENA. (2022). *Para exportar*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Sevilla, A. (2018). *Gastos financieros*. Bogotá: Fundamentos de la administración.
- SRI. (2022). *Estudios de investigaciones e indicadores*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/estudios-investigaciones-e-indicadores#radiograf%C3%ADa>
- Tello, J. (2022). *Producción de calzado*. Obtenido de <https://www.elheraldo.com.ec/la-produccion-de-calzado-en-el-contexto-latinoamericano-john-tello-jara/>
- Villanueva, A. (2016). *Estado de resultado*. Obtenido de https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Contabilidad_Financiera1_Unidad_3.pdf
- Yauli, E. (2020). *Estudio de Factibilidad*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5915/1/T-001446.pdf>

Apéndices

Plan de acción

ANEXO 1 Plan de acción

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Estudio de factibilidad para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas	Problema General ¿En qué medida el estudio de factibilidad impacta en la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas?	Objetivo General Analizar el estudio de factibilidad para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas	Hipótesis General La creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas	¿Cuáles son las condiciones de mercado para realizar estudio de factibilidad para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas?	Desarrollar un estudio de mercado para la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas.	Estudio de Factibilidad	ESTUDIO DE MERCADO	Diseño y característica del producto
								Análisis de la demanda
							Análisis de la oferta	
				¿Cómo impacta el estudio técnico para la creación de PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas?	Identificar en que impacta el estudio técnico la creación de la PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas.		ESTUDIO TÉCNICO	Localización
								Disponibilidad de materia prima
								Capacidad y tamaño físico de la empresa
¿De qué manera el estudio de factibilidad impacta en la creación de una PYME orientada a la manufactura y comercialización de calzado en Playas?	Realizar un análisis económico financiero para la factibilidad de la creación de la empresa.	ESTUDIO FINANCIERO	Área administrativa					
			Activos, maquinarias, mano de obra					
			Inversión					
			Costos y gastos					
			Fuentes de financiamientos					
			VAN					
			TIR					

Datos financieros

ANEXO 2
Ventas aproximadas

Ingresos por Venta	Cantida d Max por cuarto	27950	ANUAL																							
			Orden de producciòn																							
Producto	Precio Unit.	Canti dad por mes	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		Año 6		AÑO 7		Año 8		Año 9		Año 10		Total			
			CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO	CAN T	VALOR DE INGRESO
BALERINAS - SANDALIAS	\$ 10,00	9317	9317	\$ 93.166,67	9783	\$ 97.825,00	10272	\$ 102.716,25	10785	\$ 107.852,06	11324	\$ 113.244,67	11891	\$ 118.906,90	12485	\$ 124.852,24	13109	\$ 131.094,86	13765	\$ 137.649,60	14453	\$ 144.532,08	117184	\$ 1.171.840,32		
TACONES	\$ 20,00	9317	9317	\$ 186.333,33	9783	\$ 195.650,00	10272	\$ 205.432,50	10785	\$ 215.704,13	11324	\$ 226.489,33	11891	\$ 237.813,80	12485	\$ 249.704,49	13109	\$ 262.189,71	13765	\$ 275.299,20	14453	\$ 289.064,16	117184	\$ 2.343.680,64		
PLATAFORMA	\$ 20,00	9317	9317	\$ 186.333,33	9783	\$ 195.650,00	10272	\$ 205.432,50	10785	\$ 215.704,13	11324	\$ 226.489,33	11891	\$ 237.813,80	12485	\$ 249.704,49	13109	\$ 262.189,71	13765	\$ 275.299,20	14453	\$ 289.064,16	117184	\$ 2.343.680,64		
MOCASINE	\$ 10,00	9317	9317	\$ 93.166,67	9783	\$ 97.825,00	10272	\$ 102.716,25	10785	\$ 107.852,06	11324	\$ 113.244,67	11891	\$ 118.906,90	12485	\$ 124.852,24	13109	\$ 131.094,86	13765	\$ 137.649,60	14453	\$ 144.532,08	117184	\$ 1.171.840,32		

ANEXO 3
Ventas proyectadas

Ingresos Totales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Calzados Gisabel Store	\$ 559.000,00	\$ 586.950,00	\$ 616.297,50	\$ 647.112,38	\$ 679.467,99	\$ 713.441,39	\$ 749.113,46	\$ 786.569,14	\$ 825.897,59	\$ 867.192,47

ANEXO 4
Ingresos proyectados

Producto	Precio Unit.	Cantidad por mes	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10		Total	
			CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO	CANT	VALOR DE INGRESO
Balerinas - sandalias	\$ 10,00	9317	9317	\$ 93.166,67	9783	\$ 97.825,00	10272	\$ 102.716,25	10785	\$ 107.852,06	11324	\$ 113.244,67	11891	\$ 118.906,90	12485	\$ 124.852,24	13109	\$ 131.094,86	13765	\$ 137.649,60	14453	\$ 144.532,08	117184	\$ 1.171.840,32
Tacones	\$ 20,00	9317	9317	\$ 186.333,33	9783	\$ 195.650,00	10272	\$ 205.432,50	10785	\$ 215.704,13	11324	\$ 226.489,33	11891	\$ 237.813,80	12485	\$ 249.704,49	13109	\$ 262.189,71	13765	\$ 275.299,20	14453	\$ 289.064,16	117184	\$ 2.343.680,64
Plataforma	\$ 20,00	9317	9317	\$ 186.333,33	9783	\$ 195.650,00	10272	\$ 205.432,50	10785	\$ 215.704,13	11324	\$ 226.489,33	11891	\$ 237.813,80	12485	\$ 249.704,49	13109	\$ 262.189,71	13765	\$ 275.299,20	14453	\$ 289.064,16	117184	\$ 2.343.680,64
Mocasine	\$ 10,00	9317	9317	\$ 93.166,67	9783	\$ 97.825,00	10272	\$ 102.716,25	10785	\$ 107.852,06	11324	\$ 113.244,67	11891	\$ 118.906,90	12485	\$ 124.852,24	13109	\$ 131.094,86	13765	\$ 137.649,60	14453	\$ 144.532,08	117184	\$ 1.171.840,32

ANEXO 5
Sueldos del personal

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente	\$ 900,00	\$ 10.800,00
Administrador	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Jefe de Ventas	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Jefe de producción	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Jefe de bodega	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Coordinador de producción	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Contador	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Armadores	\$ 550,00	\$ 6.600,00
Etiquetadores y embaladores	\$ 550,00	\$ 6.600,00
Cortador	\$ 550,00	\$ 6.600,00
Cosedor y pegador	\$ 550,00	\$ 6.600,00
Adornador	\$ 550,00	\$ 6.600,00
Vendedores	\$ 550,00	\$ 6.600,00
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS	\$ 8.600,00	\$ 103.200,00

ANEXO 6
Proyección de sueldos con beneficio social

CANT.	PUESTO	SUELDO	TOTAL SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRON 11.15%	TOTAL BENEFICIO	TOTAL ANUAL
2	Gerente	\$ 900,00	\$ 21.600,00	\$ 900,00	\$ 788,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 2.408,40	\$ 5.896,40	\$ 27.496,40
1	Administrador	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 394,00	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 802,80	\$ 2.696,80	\$ 9.896,80
	Subtotal	\$ 1.500,00	\$ 28.800,00	\$ 1.500,00	\$1.182,00	\$ 1.500,00	\$ 1.200,00	\$ 3.211,20	\$ 8.593,20	\$ 37.393,20
1	Jefe de Ventas	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 394,00	\$ 700,00	\$ 350,00	\$ 936,60	\$ 3.080,60	\$ 11.480,60
3	Vendedores	\$ 550,00	\$ 19.800,00	\$ 550,00	\$ 1.182,00	\$ 550,00	\$ 825,00	\$ 2.207,70	\$ 5.314,70	\$ 25.114,70
	Subtotal	\$ 1.250,00	\$ 28.200,00	\$ 1.250,00	\$1.576,00	\$ 1.250,00	\$ 1.175,00	\$ 3.144,30	\$ 8.395,30	\$ 36.595,30
1	Jefe de producción	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 394,00	\$ 700,00	\$ 350,00	\$ 936,60	\$ 3.080,60	\$ 11.480,60
1	Jefe de bodega	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 394,00	\$ 700,00	\$ 350,00	\$ 936,60	\$ 3.080,60	\$ 11.480,60
1	Coordinador de producción	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 394,00	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 802,80	\$ 2.696,80	\$ 9.896,80
5	Armadores	\$ 550,00	\$ 33.000,00	\$ 550,00	\$ 1.970,00	\$ 550,00	\$ 1.375,00	\$ 3.679,50	\$ 8.124,50	\$ 41.124,50
3	Etiquetadores y embaladores	\$ 550,00	\$ 19.800,00	\$ 550,00	\$ 1.182,00	\$ 550,00	\$ 825,00	\$ 2.207,70	\$ 5.314,70	\$ 25.114,70
2	Cortador	\$ 550,00	\$ 13.200,00	\$ 550,00	\$ 788,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 1.471,80	\$ 3.909,80	\$ 17.109,80
2	Cosedor y pegador	\$ 550,00	\$ 13.200,00	\$ 550,00	\$ 788,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 1.471,80	\$ 3.909,80	\$ 17.109,80
2	Adornador	\$ 550,00	\$ 13.200,00	\$ 550,00	\$ 788,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 1.471,80	\$ 3.909,80	\$ 17.109,80
	Subtotal	\$ 4.750,00	\$ 116.400,00	\$ 4.750,00	\$6.698,00	\$ 4.750,00	\$ 4.850,00	\$ 12.978,60	\$ 34.026,60	\$ 150.426,60
TOTAL		\$ 7.500,00	\$ 173.400,00	\$ 7.500,00	\$9.456,00	\$ 7.500,00	\$ 7.225,00	\$ 19.334,10	\$ 51.015,10	\$ 224.415,10

ANEXO 7
Gastos administrativos

RRHH	Valor	Cant.	Sueldo Mensual	Total anual
Gerente	\$ 900,00	2	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00
Administrador	\$ 600,00	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Total				\$ 28.800,00
Gastos de oficina				
Energía Eléctrica	\$ 1.500,00	1	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
Agua	\$ 150,00	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Teléfono e Internet	\$ 150,00	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Suministros de oficina	\$ 1.324,25	1	\$ 1.324,25	\$ 15.891,00
Uniformes para el personal	\$ 850,00	1	\$ 850,00	\$ 10.200,00
Total				\$ 47.691,00
Otros gastos		Tiempo		
Amortización durante la construcción		10 años		\$ 29.313,03
Depreciación de muebles y enseres		5 años		\$ 1.045,80
Depreciación de suministros de oficina		5 años		\$ 619,20
Depreciación de vehículo		5 años		\$ 4.500,00
Amortización de costo de estudio		5 años		\$ 1.771,20
Amortización de la constitución de la empresa		1 años		\$ 5.185,80
Total				\$ 42.435,03
Subtotal				\$ 118.926,03
Imprevistos 5%				\$ 59.463,01
Total General				\$ 178.389,04

ANEXO 8
Gastos de ventas

RRHH	Valor	Cant.	Sueldo Mensual	Total anual
Jefe de Ventas	\$ 800,00	2	\$ 1.600,00	\$ 19.200,00
Vendedores	\$ 550,00	1	\$ 550,00	\$ 6.600,00
Chofer	\$ 600,00	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Total				\$ 33.000,00
Promoción				
Redes sociales	\$ 150,00	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Estudios fotográficos	\$ 260,00	1	\$ 260,00	\$ 3.120,00
Total				\$ 4.920,00
Subtotal				\$ 37.920,00
Imprevistos 5%				\$ 18.960,00
Total General				\$ 56.880,00

ANEXO 9
Gastos operativos

MO	Valor	Cant.	Sueldo Mensual	Total anual
Jefe de producción	\$ 800,00	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Coordinador de producción	\$ 600,00	1	\$ 600,00	
Jefe de Bodega	\$ 800,00	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Armadores	\$ 550,00	5	\$ 2.750,00	\$ 33.000,00
Etiquetadores y embaladores	\$ 550,00	3	\$ 1.650,00	\$ 19.800,00
Cortador	\$ 550,00	2	\$ 1.100,00	\$ 13.200,00
Cosedor y pegador	\$ 550,00	2	\$ 1.100,00	\$ 13.200,00
Adornador	\$ 550,00	2	\$ 1.100,00	\$ 13.200,00
Total				\$ 111.600,00
Materiales				
Caja	\$ 1,25	200	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Fundas	\$ 0,34	200	\$ 68,00	\$ 816,00
Etiquetas	\$ 0,88	200	\$ 176,00	\$ 2.112,00
Total				\$ 5.928,00
		Años		
Construcción		10		\$ 29.313,03
Equipo para fábrica		10		\$ 16.162,39
Imprevisto de inversión fija				\$ 30.000,00
Gastos puesta en marcha				\$ 5.000,00
Total				\$ 80.475,42
Subtotal				\$ 198.003,42
Imprevistos 5%				\$ 99.001,71
Total				\$ 457.955,97

ANEXO 10
Proyección flujo de caja

RUBROS/ AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos por venta		\$ 559.000,00	\$ 586.950,00	\$ 616.297,50	\$ 647.112,38	\$ 679.467,99	\$ 713.441,39	\$ 749.113,46	\$ 786.569,14	\$ 825.897,59	\$ 867.192,47
Costo de producción		\$ -274.827,49	\$ -278.949,90	\$ -283.134,15	\$ -287.381,16	\$ -291.691,88	\$ -296.067,26	\$ -300.508,27	\$ -305.015,89	\$ -309.591,13	\$ -314.235,00
Margen Bruto		\$ 284.172,51	\$ 308.000,10	\$ 333.163,35	\$ 359.731,21	\$ 387.776,11	\$ 417.374,14	\$ 448.605,20	\$ 481.553,25	\$ 516.306,46	\$ 552.957,48
(-) Gastos de administración		\$ -215.426,05	\$ -218.599,96	\$ -221.821,48	\$ -225.091,32	\$ -228.410,21	\$ -231.778,89	\$ -235.198,09	\$ -238.668,58	\$ -242.191,13	\$ -245.766,52
(-) Honorarios profesionales		\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00	\$ -900,00
(-) Gastos de publicidad		\$ -4.920,00	\$ -4.993,80	\$ -5.068,71	\$ -5.144,74	\$ -5.221,91	\$ -5.300,24	\$ -5.379,74	\$ -5.460,44	\$ -5.542,34	\$ -5.625,48
(-)Gastos financiero											
Amortización		\$ -33.443,34	\$ -36.707,41	\$ -40.290,06	\$ -44.222,37	\$ -48.538,47					
Intereses		\$ -19.832,48	\$ -16.568,41	\$ -12.985,77	\$ -9.053,46	\$ -4.737,35					
DEPRECIACIÓN		\$ -26.624,31	\$ -26.624,31	\$ -26.624,31	\$ -26.624,31	\$ -26.624,31	\$ -17.950,21	\$ -17.950,21	\$ -17.950,21	\$ -17.950,21	\$ -17.950,21
Utilidad en ejercicio		\$ -16.973,67	\$ 3.606,20	\$ 25.473,03	\$ 48.695,02	\$ 73.343,86	\$ 161.444,80	\$ 189.177,16	\$ 218.574,02	\$ 249.722,78	\$ 282.715,27
Participacion de trabaj 15%			\$ 540,93	\$ 3.820,95	\$ 7.304,25	\$ 11.001,58	\$ 24.216,72	\$ 28.376,57	\$ 32.786,10	\$ 37.458,42	\$ 42.407,29
Utilidad antes del impuesto			\$ 3.065,27	\$ 21.652,07	\$ 41.390,77	\$ 62.342,28	\$ 137.228,08	\$ 160.800,58	\$ 185.787,92	\$ 212.264,36	\$ 240.307,98
Imptos a la renta 24%			\$ 735,67	\$ 5.196,50	\$ 9.933,78	\$ 14.962,15	\$ 32.934,74	\$ 38.592,14	\$ 44.589,10	\$ 50.943,45	\$ 57.673,92
Utilidad neta después del impuesto			\$ 2.329,61	\$ 16.455,58	\$ 31.456,98	\$ 47.380,13	\$ 104.293,34	\$ 122.208,44	\$ 141.198,82	\$ 161.320,92	\$ 182.634,07
FLUJO DE FINANCIAMIENTO											
Inversión del proyecto	\$ -302.384,60										
Prestamo	\$ -203.201,65										
Capital de trabajo	\$ -99.182,95										
DEPRECIACIÓN		\$ 26.624,31	\$ 26.624,31	\$ 26.624,31	\$ 26.624,31	\$ 26.624,31	\$ 17.950,21	\$ 17.950,21	\$ 17.950,21	\$ 17.950,21	\$ 17.950,21
FLUJO NETO DE CAJA	-\$ 302.384,60	-\$ 9.650,64	-\$ 24.294,70	-\$ 10.168,73	\$ 4.832,67	\$ 20.755,82	\$ 86.343,13	\$ 104.258,23	\$ 123.248,61	\$ 143.370,71	\$ 164.683,86

Encuesta

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**PROGRAMA DE MAESTRÍA PROFESIONAL MENCION GESTION DE LAS
PYMES**

ENCUESTA

Datos Generales

NOMBRE:	GENERO:	
PARROQUIA:	CANTON:	BARRIO:

Primera pregunta: Seleccione su edad

De 18 a 25 años

De 25 a 35 años

De 35 – 40 años

Más de 40 años

Segunda pregunta: ¿Cuál es su talla de zapato?

34

35

36

37

38

39

Tercera pregunta: ¿Sueles comprar tus zapatos por marca?

Si

No

A veces

Cuarta pregunta: ¿Qué atributos consideras más importante para tomar la decisión de comprar un par de calzado?

Marca conocida

Calidad

Precio

Comodidad

Quinta pregunta: ¿cuánto está dispuesta en pagar por un calzado de:

Sandalias - balerinas

\$ 20

\$ 25

\$30

Tacones

\$ 36

\$ 40

\$45

Plataformas

\$ 33

\$ 35

\$38

Mocasines

\$ 26

\$ 36

\$40

Sexta pregunta: ¿con que frecuencia adquiere Ud. los calzados de cuero?

Una vez al mes

Cada dos meses

Cada tres meses

Cada 6 meses

Un año en adelante

Séptima pregunta: ¿Dónde acostumbras a comprar tus calzados?

Tiendas físicas Tiendas online Tiendas online internacional

Octava pregunta: ¿Estaría Ud. dispuesta a adquirir sandalias de una fábrica establecida a nivel local?

Si

No

Novena pregunta: ¿cuál de estos aspectos considera Ud. importante dentro de la empresa de calzado?

Calidad de calzado

Diseño de calzado Rapidez de entrega

Precios

Atención al cliente Otro