



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA INDUSTRIA MANUFACTURERA
DE CALZADOS PARA CABALLEROS EN EL CANTÓN
LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: GLORIA ESPERANZA PEÑA INDIO

TUTORA: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA INDUSTRIA MANUFACTURERA
DE CALZADOS PARA CABALLEROS EN EL CANTÓN
LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: GLORIA ESPERANZA PEÑA INDIO

TUTORA: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Octubre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “Creación de una pequeña industria manufacturera de calzados en el cantón La Libertad, 2013-2014”, elaborado por la estudiante Gloria Esperanza Peña Indio, egresada de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá

TUTORA

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto a Dios, por ser siempre el que me acompaña, pilar fundamental, mi guía, a mis padres Carlos y Nery, quienes con sacrificio me han ayudado siendo el soporte de cada día a mis verdaderos maestros, a mi abuelitos Felipe y Enrique quien a pesar de ya no estar aquí, se mantendrá siempre en mi corazón y a mi querida abuelita Esperanza, quien ha sido mi ejemplo a seguir de lucha, constancia y perseverancia en la vida y nunca ha dejado de estar a mi lado.

Gloria Esperanza Peña Indio

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la prestigiosa Institución de Educación Superior Universidad Estatal Península de Santa Elena, a todos sus profesores que con su vocación y paciencia han sabido guiarme durante estos años de aprendizaje y crecimiento profesional. A mi tutora Econ. Hermelinda Cochea que siempre estuvo ayudándome en mi proyecto de titulación.

A todos ellos mil gracias.

Gloria Esperanza Peña Indio

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc
DECANA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
DE INGENIERÍA COMERCIAL

Econ. Irene Palacios Bauz MBA
PROFESOR DE ÁREA

Eco. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESORA-TUTORA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA INDUSTRIA MANUFACTURERA
DE CALZADOS PARA CABALLEROS EN EL CANTÓN
LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

Autora: Gloria Peña Indio

Tutor: Eco. Hermelinda Cochea Tomalá

RESUMEN

El presente trabajo de titulación que presento, es un estudio de creación de una industria manufacturera de calzados para caballeros en el cantón La Libertad. En primera instancia presento el problema y la importancia de esta investigación, orientada a la necesidad de invertir en una fábrica de calzados como solución a los problemas que enfrentan los pequeños comerciantes, lo que a su vez resolvería otros problemas financieros activando el desarrollo económico de la provincia. También presento un marco teórico que refleja una orientación hacia la optimización de los recursos disponibles en el cantón de La Libertad. Se dispone de un marco legal que regula estas actividades y el marco institucional en el que se desenvuelve. La hipótesis general de la que se en este trabajo de investigación hace referencia a la posibilidad de generar fuentes de empleo para los propios habitantes del cantón, con la inversión en la pequeña industria manufacturera de calzados. La pregunta de investigación, por lo tanto, interroga cuales serian los posibles beneficios económicos, sociales y ambientales que esta innovadora idea provocaría, es decir, su impacto. El objetivo general de esta investigación, además de la propuesta donde se presenta el producto final que deseamos obtener, identificando los clientes metas para la empresa y desarrollar los elementos que son necesarios para planificar estratégicamente la creación de una pequeña industria manufacturera de calzados para caballeros. Finalmente se expone presentamos la bibliografía utilizada en la investigación y el plan de acción para mejor comprensión.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XIII
ÍNDICE DE TABLA.....	XV
ÍNDICE DE FIGURA.....	XVI
ÍNDICE DE GRÁFICO	XVII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVIII
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	3
1. TEMA.....	3
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	4
5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
6. OBJETIVO GENERAL	6
6.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
7. HIPÓTESIS	7
7.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES	7
8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	8
CAPÍTULO I.....	11
MARCO TEÓRICO.....	11
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.....	11
1.1.1 Historia del calzado.....	11
1.1.2 Calzados de los pueblos originarios del Centro y Sur de América	12
1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	12
1.2.1 Estrategias de emprendimiento	12
1.2.1.1. Estrategias de emprendimiento en la provincia de Santa Elena.....	13

1.2.1.2. Estrategias de emprendimiento en el Cantón La Libertad	14
1.2.2. Producción y comercialización de calzados	15
1.2.2.1. Definición de manufactura	15
1.2.2.2. Contexto de las pequeñas industrias	16
1.2.2.3. Elaboración de manufacturas de cuero y calzado	16
1.2.2.4. Áreas del proceso productivo del calzado	16
1.3 ENTORNO POLÍTICO LEGAL	17
1.3.1 Economía Popular y Solidaria	17
1.3.2 Código de Producción	18
1.3.3 Constitución de la Republica de Ecuador	18
1.3.4 Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual	19
1.3.5 Plan del buen vivir	19
1.3.5.1 Normas contables	20
1.3.5.2 Normas Internacionales De Información Financiera 1	20
1.3.5.3 Normas Internacional de Contabilidad	21
1.4 MARCO SITUACIONAL	22
1.5 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	23
1.6 ANÁLISIS ECONÓMICO	24
1.6.1 Producto Interno Bruto	24
1.6.2 Inflación	26
1.7 ENTORNO SOCIAL	26
1.8 FACTOR TECNOLÓGICO	27
1.9 ANÁLISIS FODA DEL SECTOR CUEROS, CALZADOS Y MANUFACTURAS	28
1.9.1 Debilidades	28
1.9.2 Oportunidades	28
1.9.3 Amenazas	29
1.9.4 Fortalezas	29
CAPÍTULO II	30
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	31
2.3.1. Tipo de investigación por el propósito	31

2.3.1.1. Investigación Aplicada.....	31
2.3.2. Tipo de investigación por el nivel de estudio.....	31
2.3.2.1. Nivel Descriptivo o correlacional	31
2.3.3. Tipo de investigación por el lugar.....	32
2.3.3.1. Bibliográfica.....	32
2.3.3.2. De campo	32
2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	33
2.4.1. Método de observación	33
2.4.2. Método inductivo o sintético.....	33
2.4.3. Método deductivo analítico.....	34
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	34
2.5.1. Técnica de observación.....	34
2.5.2. Técnica de entrevista.....	35
2.5.3. Técnica de encuesta.....	35
2.6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	35
2.6.1. Guía de observación.....	35
2.6.2. Guía de entrevista.....	36
2.6.3. Guía de encuesta	36
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA	36
2.7.1. Población.....	36
2.7.2. Muestra.....	37
2.8. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	38
CAPÍTULO III	39
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	39
3.1 ANÁLISIS DE OBSERVACIÓN.....	39
3.1. ANÁLISIS DE ENTREVISTA.....	40
3.2. ANÁLISIS DE ENCUESTA	44
3.4 CONCLUSIONES	65
3.5 RECOMENDACIONES	65
CAPÍTULO IV.....	67
CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE CALZADOS PARA CABALLEROS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA.	67
4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	67

4.1.1. Segmentación del Mercado	67
4.1.2. Determinación de la población objetivo	67
4.1.3. Identificación de los clientes meta	68
4.1.3.1. Género	68
4.1.3.2. Edad	68
4.1.3.3. Ingreso aproximado.....	69
4.1.3.4. Geografía.....	69
4.1.4. Frecuencia de uso/compra.....	70
4.1.5. Proyección de la demanda.....	70
4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA	73
4.2.1. Identificación de los competidores.....	73
4.3. DEMANDA INSATISFECHA	75
4.4. MARKETING MIX	75
4.4.1. Producto	75
4.4.2. Logo y nombre del producto	77
4.4.3. Precio	78
4.4.3.1. Estrategias de Precio	78
4.4.4. Estrategias de distribución	80
4.4.4.1. Identificación del canal óptimo	80
4.4.5. Promoción	81
4.4.5.1. Presupuesto de Promoción	82
4.4.6. Estrategias de competitividad	82
4.5. ESTUDIO TÉCNICO	83
4.5.1. Infraestructura de la pequeña industria de calzados.....	83
4.5.2. Capacidad instalada.....	83
4.5.3. Ubicación de la industria manufacturera de calzados	84
4.5.4. Descripción de los procesos de venta del calzado.....	85
4.5.4.1. Diagrama de flujos de los procesos.....	86
4.5.5. Descripción del proceso de producción del calzado	87
4.5.5.1. Diagrama de flujos de los procesos de producción.....	89
4.5.6. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas	90
4.6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	92
4.6.1. Marco Legal	92
4.6.1.1. Permisos para la creación de una industria manufacturera de calzados en la provincia de Santa Elena.....	92

4.6.2. Acta de Constitución	100
4.6.3. Misión	102
4.6.4. Visión	102
4.6.5. Objetivos Generales	102
4.6.5.1. Objetivos específicos	103
4.6.6. Valores Institucionales	103
4.6.7. FODA	104
4.6.8. Actividades de la industria de calzados.....	105
4.6.8.1. Principales	105
4.6.8.2. Secundarias	106
4.6.9. Estructura orgánica administrativa.....	106
4.6.9.1. Organigrama estructural.....	107
4.6.9.2. Responsabilidades de los departamentos	107
4.7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	113
4.7.1. Inversión Inicial	113
4.7.1.1. Activos Fijos	113
4.7.1.2. Inversión en obras físicas	114
4.7.1.3. Capital de trabajo	114
4.7.1.4. Resumen de inversión inicial	115
4.7.2. Financiamiento.....	115
4.7.2.1. Amortización de la deuda.....	115
4.7.3. Proyección de ventas.....	116
4.7.4. Costos Operativos	117
4.7.4.1. Costos operativos proyectados	117
4.7.5. Depreciación	118
4.7.6. Estado de Resultados proyectados (PYG).....	119
4.7.7. Flujo de Caja proyectado	120
4.7.8. Evaluación Financiera Del Flujo.....	121
4.7.8.1. Tasa de descuento	121
4.7.8.2. Valor Actual Neto (VAN).....	121
4.7.8.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)	121
4.7.8.4. Periodo de recuperación de la inversión de proyecto.....	121
4.7.9. Punto de Equilibrio	122
4.7.10. Escenario.....	124

4.8.	Análisis de impacto del proyecto	125
4.8.1.	Análisis de la Evaluación Ambiental	125
4.8.2.	Análisis socioeconómico del proyecto	125
4.9.	CONCLUSIONES	126
4.10.	RECOMENDACIONES	127
	BIBLIOGRAFÍA	129
	ANEXOS.	132

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Calzados utilizados por las culturas precolombinas y mesoamericanas.	12
CUADRO N° 2 Actividades de la población del cantón La Libertad.	15
CUADRO N° 3 Población	37
CUADRO N° 4 Proyección de la demanda indirecta	71
CUADRO N° 5 Adquisición de calzados mensuales.....	72
CUADRO N° 6 Proyección de demanda directa	72
CUADRO N° 7 Mercado meta para calzados.....	74
CUADRO N° 8 Proyección de la oferta de calzado	74
CUADRO N° 9 Demanda insatisfecha	75
CUADRO N° 10 Proyección del precio del calzado Sport.....	79
CUADRO N° 11 Proyección del precio del calzado Casual	80
CUADRO N° 12 Presupuesto de promoción.....	82
CUADRO N° 13 Capacidad instalada de las maquinarias	84
CUADRO N° 14 Volumen de producción.....	84
CUADRO N° 15 Ubicación de la industria	85
CUADRO N° 16 Recursos de maquinaria	90
CUADRO N° 17 Recursos de equipos	91
CUADRO N° 18 Recursos de herramientas	91
CUADRO N° 19 Activos Fijos	113
CUADRO N° 20 Inversión en obras físicas.....	114
CUADRO N° 21 Capital de trabajo	114
CUADRO N° 22 Inversión total	115
CUADRO N° 23 Amortización de la deuda	115
CUADRO N° 24 Proyección de ventas	116
CUADRO N° 25 Costos operativos.....	117
CUADRO N° 26 Depreciación	118
CUADRO No. 27 Estado de Resultados proyectado.....	119
CUADRO N° 28 Flujo de Caja proyectado	120
CUADRO N° 29 Periodo de recuperación de inversión.....	122
CUADRO N° 30 Datos de punto de equilibrio calzados Sport	123

CUADRO N° 31 Datos de punto de equilibrio calzados casuales.....	123
CUADRO No. 32 Escenarios del proyecto.....	124

ÍNDICE DE TABLA

TABLA N° 1 Género	44
TABLA N° 2 Edad.....	45
TABLA N° 3 Ingresos Económicos.....	46
TABLA N° 4 Tiempo ejerciendo actividad económica.....	47
TABLA N° 5 Aspecto más importante para adquirir calzados.....	48
TABLA N° 6 Empresas que confeccionan calzados en P.S.E.....	49
TABLA N° 7 Marcas	50
TABLA N° 8 Importancia de la trayectoria de una marca.....	51
TABLA N° 9 Lugar donde adquiere el calzado.....	52
TABLA N° 10 Tipos de calzados	53
TABLA N° 11 Líneas de calzados más vendidos	54
TABLA N° 12 Proveedores de calzado	55
TABLA N° 13 Proveedores nacionales de calzado	56
TABLA N° 14 Frecuencia de pedidos de calzado	57
TABLA N° 15 Docenas de pares de calzados que se adquiere actualmente	58
TABLA N° 16 Entregas de mercadería	59
TABLA N° 17 Pagos a proveedores	60
TABLA N° 18 Posicionamiento en el mercado.....	61
TABLA N° 19 Medios para realizar publicidad	62
TABLA N° 20 Disposición a ofrecer una nueva marca nacional de calzados para caballeros.....	63
TABLA N° 21 Precio promedio que estaría dispuesto a pagar por el calzado	64

ÍNDICE DE FIGURA

FIGURA N° 1 Calzados de la comuna Valdivia cantón Santa Elena	14
FIGURA N° 2 Marco situacional de la industria manufacturera de calzados	22
FIGURA N° 3 Participación de las industrias manufactureras en el país.....	23
FIGURA N° 4 Arancel mixto permanente en el calzado ecuatoriano	24
FIGURA N° 5 Variación del PIB	25
FIGURA N° 6 Aporte al PIB por industrias (Promedio 2000-2011).....	25
FIGURA N° 7 Inflación mensual por divisiones de artículos	26
FIGURA N° 8 Producción de calzado en el país	73
FIGURA N° 9 Calzados Sport	76
FIGURA N° 10 Calzados casuales	76
FIGURA N° 11 Presentación de los calzados.....	77
FIGURA N° 12 Nombre de los calzados	77
FIGURA N° 13 Logo calzados	78
FIGURA N° 14 Distribución del calzado	81
FIGURA N° 15 Equilibrio calzados Sport.....	123
FIGURA No. 16 Equilibrio calzados casuales.....	124

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO N° 1 Género	44
GRÁFICO N° 2 Edad	45
GRÁFICO N° 3 Ingresos Económicos	46
GRÁFICO N° 4 Tiempo ejerciendo actividad económica.....	47
GRÁFICO N° 5 Aspecto más importante para adquirir calzados	48
GRÁFICO N° 6 Empresas que confeccionan calzados en P.S.E.....	49
GRÁFICO N° 7 Marcas	50
GRÁFICO N° 8 Importancia de la trayectoria de una marca	51
GRÁFICO N° 9 Lugar donde adquiere el calzado	52
GRÁFICO N° 10 Tipos de calzados	53
GRÁFICO N° 11 Líneas de calzados más vendidos.....	54
GRÁFICO N° 12 Proveedores de calzado	55
GRÁFICO N° 13 Proveedores nacionales de calzado	56
GRÁFICO N° 14 Frecuencia de pedidos de calzado	57
GRÁFICO N° 15 Docenas de pares de calzados que se adquiere actualmente....	58
GRÁFICO N° 16 Entregas de mercadería	59
GRÁFICO N° 17 Pagos a proveedores	60
GRÁFICO N° 18 Posicionamiento en el mercado.....	61
GRÁFICO N° 19 Medios para realizar publicidad	62
GRÁFICO N° 20 disposición a ofrecer una nueva marca nacional de calzados para caballeros.....	63
GRÁFICO N° 21 Precio promedio que estaría dispuesto a pagar por el calzado.	64

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° A Árbol de problema	133
ANEXO N° B Folleto informativo de la matriz productiva.....	134
ANEXO N° C Ficha de observación	136
ANEXO N° D Ficha de entrevista	137
ANEXO N° E Ficha de encuesta	138
ANEXO N° F Patente Municipal.....	139
ANEXO N° G Uso del suelo.....	140
ANEXO N° H Plan de acción	141
ANEXO N° I apoyos del tema de investigación.....	144
ANEXO N° J Fotográficos	146
Foto de observación N° 1	146
Foto de observación N° 2.....	146
Foto de entrevista N° 1.....	147
Foto de entrevista N° 2.....	147
Foto de entrevista N° 3.....	147
Foto de entrevista N° 4.....	148
Foto de entrevista N° 5.....	148
Foto de entrevista N°6.....	148
Foto de encuesta N° 1	149
Foto de encuesta N° 2	149
Foto de encuesta N° 3	149

INTRODUCCIÓN

Actualmente la Provincia de Santa Elena se ha convertido en una ciudad de grandes oportunidades de negocio para sus habitantes ya que es una región que cuenta con lugares estratégicos que permite desarrollar ideas de negocio, con la finalidad de abarcar el mercado peninsular.

Los habitantes de la provincia se dedican a la producción y comercialización de bienes y servicios para poder subsistir cada día. Por lo tanto son pocas las personas que ejercen la actividad de manufactura de calzados en la provincia, ya que no cuentan con la tecnología adecuada o por la falta de conocimientos en cuanto a emprendimientos.

Estratégicamente la provincia de Santa Elena además de las actividades primarias como la pesca y agricultura debe enfocarse en actividades manufactureras que permitan por un lado importar tecnología y, disponer de mano de obra calificada, como instrumento dentro del plan de gobierno del cambiar la matriz productiva, con el propósito de generar valor agregado y promover el empleo; todo ello permitirá que la economía peninsular se dinamice en un rubro hasta ahora inédito y que puede tener por sus costos ventaja competitiva dentro del mercado nacional e internacional.

La línea del calzado es una actividad industrial que no tiene la provincia y es una buena fuente de empleo y obtener un gran valor agregado en los diferentes tipos de calzado tanto para hombres como mujeres en el mundo de la moda.

El proyecto que se presenta, tiene la especialización del calzado para hombre en sus diferentes modelos de presentación, tanto para jóvenes y adultos, puesto que en esta ciudad no se encuentra alguna fábrica en particular y así abarcar el mercado de hombres en general desde jóvenes hasta adultos.

Por ello se requiere conocer la situación actual de la producción y comercialización de calzados para caballeros en esta ciudad de la misma manera es necesario realizar un estudio para identificar los posibles clientes de la industria, dirigiéndose a un mercado meta que proporcione ingresos a la empresa así como también elaborar un plan de ventas y marketing para los calzados posicionando el producto por su calidad, exclusividad, y diseños acordes a las tendencias del mercado.

MARCO CONTEXTUAL

1. TEMA

La influencia de las **estrategias de emprendimiento** en la **producción y comercialización de calzado**, mediante un análisis de mercado que involucre a los comerciantes de calzado. “Creación de una pequeña industria manufacturera de calzados para caballeros en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2013”

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador es un país que a través de sus actividades económicas como la creación de empresas dedicadas a la elaboración y fabricación de productos de caucho y plástico, comienza a tener una participación significativa en el desarrollo de su economía, aumentando el nivel de vida de sus habitantes y debilitando el nivel de desempleo.

Dentro de la provincia de Santa Elena, existen escasas manufacturas que se dediquen a la elaboración de calzados, y menos aún existe una fábrica de calzados para caballeros con un excelente diseño; además las principales tiendas departamentales que se encuentran en el centro económico de la provincia ofrecen a sus clientes calzados que en su mayoría son de las ciudades de Guayaquil y Ambato.

Las pocas manufacturas de la provincia no constan con una tecnología que faciliten el trabajo a los pequeños productores por lo que suscita que su producción disminuya y no entreguen a tiempo los pedidos que solicitan sus clientes potenciales que se encuentran dentro del cantón La Libertad de la

provincia de Santa Elena, y que son muy exigentes al momento de adquirir un nuevo diseño.

Analizando el problema anterior y determinado que la demanda de calzados nunca decrecerá, debido al uso diario de estos y al aumento de los estándares de vida de los habitantes, se propone crear una fábrica de calzados para caballeros en el cantón La Libertad, que posea con la tecnología apropiada, y mano de obra calificada y con una capacidad instalada que pueda ajustarse a la demanda. Obteniendo así una producción que le permita ser proveedor directo de las grandes cadenas de tiendas de distribución y comercialización en la ciudad y del país. (Ver Anexo N° A)

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influyen las estrategias de emprendimiento en la producción y comercialización de calzado para caballeros en el cantón La Libertad Provincia de Santa Elena, año 2013?

4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cómo influyen las estrategias de emprendimiento en el comercio del calzado en el cantón La Libertad Provincia de Santa Elena?
- ¿Qué estrategias de emprendimiento y competitividad se deberían aplicar para incursionar en el mercado manufacturero del calzado para caballeros?

- ¿Cómo incide la producción y comercialización del calzado en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena?
- ¿Qué factores influyen en la competitividad de los comerciantes de calzados del cantón La Libertad, Península de Santa Elena?
- ¿Cómo influye la creación de una pequeña industria manufacturera de calzados para caballeros en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena?

5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene como finalidad implementar una fábrica de calzados de hombres, lo que permitirá implementar estrategias de emprendimiento en el cantón La Libertad, cambiando la matriz productiva y disminuyendo el índice de desempleo del sector.

La Provincia de Santa Elena se ha convertido en un factor clave para el crecimiento económico del país, en especial el cantón La Libertad ya que es el centro económico de la provincia, por sus diversas empresas dedicadas a la comercialización de prendas de vestir, los cuales en su mayoría ofrecen productos adquiridos de otras ciudades del país.

Sin embargo, se necesita crear un ambiente de negocios que favorezca la competitividad que a través del valor agregado, la transformación productiva y la innovación se puede obtener. De tal manera el proyecto busca que la

implementación de una pequeña industria manufacturera de calzados satisfaga la necesidad de los caballeros de la provincia de Santa Elena, debido a que acuden a comprar zapatos al cantón La Libertad permitiendo para de este modo cumplir sus expectativas al momento de usar los calzados en un evento especial.

También se busca crear una hacer de una marca reconocida por su calidad y exclusividad en diseños acorde a tendencias que se mantienen durante el tiempo y a innovadores cambios y pretendiendo ser pilar importante para la obtención de un gran alcance, una excelente valoración al producto y por supuesto una gran aceptación. Además a través de su posible reconocimiento, genere impacto en el crecimiento y desarrollo de la ciudad y del país.

6. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la influencia de las estrategias de emprendimiento en la producción y comercialización de calzado, mediante un análisis de mercado para la creación de una pequeña industria manufacturera de calzados para caballeros en el cantón La Libertad Provincia de Santa Elena.

6.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar cómo influyen las estrategias de emprendimiento en el comercio del calzado en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena; mediante el método de la observación en el principal centro comercial de la ciudad.

- Establecer las estrategias de emprendimiento y competitividad para la incursión en el mercado manufacturero de calzados, mediante consulta con un experto, para tener una mayor productividad.
- Identificar la producción y comercialización de calzado para caballeros, mediante un estudio de mercado para mejorar el nivel de comercialización del calzado en el cantón La Libertad.
- Analizar los elementos de competitividad de los comerciantes de calzados del cantón La Libertad mediante la ejecución de un cuestionario realizado a los involucrados.
- Analizar cómo influye la creación de una pequeña industria manufacturera de calzados para caballeros en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, mediante la opinión de los pequeños comerciantes.

7. HIPÓTESIS

La influencia de las estrategias de emprendimiento en la producción y comercialización de calzado, mediante un análisis de mercado en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2013.

7.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Estrategias de emprendimiento,

Variable Dependiente: Producción y comercialización de calzados.

		Logística	Tabla de frecuencia de canales de distribución	<p>la comercialización del mismo?</p> <p>10. ¿Cuántos proveedores de calzado para caballeros de cuero tienen?</p> <p>11. Indique cuántos de ellos son nacionales.</p> <p>14. ¿Cómo son las entregas de los calzados por parte de sus proveedores?</p> <p>12. ¿Con qué frecuencia realizan pedidos de calzado en su negocio?</p> <p>7. ¿Dónde adquiere los calzados para su local comercial?</p> <p>4.E. ¿Qué tipo de venta aplica usted para comercializar su producto?</p> <p>6.E. ¿Quiénes son sus principales clientes en esta ciudad?</p>	
		Competitividad	Frecuencia de competitividad	<p>6. ¿Considera importante la trayectoria de una marca al momento de adquirir los calzados?</p> <p>16. ¿Qué acogida tiene su local de calzado en el cantón La Libertad?</p> <p>17. ¿Qué medio utiliza para dar a conocer su negocio?</p> <p>5.E. ¿Qué factores cree usted limitan captar clientes?</p> <p>7.E. ¿Qué tipo de publicidad utiliza su empresa para comercializar su producto? ¿En que medio lo hace?</p> <p>9.E. ¿Cómo ha visto usted el comercio del calzado en la provincia de Santa Elena?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Encuestas</p>

<p>Dependiente</p> <p>Producción y comercialización de calzados.</p>	<p>Es la fabricación de calzados a base de diferentes materiales para ser ofrecidos a lo diferentes mercados del sector.</p>	<p>Satisfacción del cliente</p>	<p>Grado de Aspectos de preferencia</p>	<p>5. ¿Qué marcas adquiere?</p> <p>3. ¿Qué aspecto más importante considera importantes para adquirir los calzados?</p> <p>8. ¿Qué tipos de calzados vende en su tienda comercial?</p> <p>9. ¿Qué líneas de calzados vende más en su tienda comercial?</p> <p>1.E. ¿Qué factores le motivaron a fabricar calzados para caballeros?</p> <p>3.E. ¿Piensa usted que las características de su producto satisfacen las necesidades de sus clientes y consumidores?</p> <p>8.E. ¿Qué tipo de incentivos y motivaciones utiliza usted para que los clientes compren su calzado?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Encuestas</p>
---	--	--	--	---	------------------------------------

Fuente: Operacionalización de las variables

Elaborado por: Gloria Peña Indio

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA

1.1.1 Historia del calzado

Según el artículo del informe de las autoras (Chicaiza, Changoluisa, & Suárez, 2011) relatan que, existen evidencias que nos enseñan que la historia del zapato comienza a partir del año 10.000 a.C. o sea, al final del periodo paleolítico que eran pinturas de esta época en cuevas de España y de sur de Francia, hacen referencia la calzado. Entre los utensilios de piedra de los hombres de las cuevas, existen diversas de estas que servían para raspar las pieles, lo que indica que el arte curtir el cuero es muy antiguo. En los hipogeos que eran cámaras subterráneas utilizadas para entierros múltiples, egipcios, que tiene la edad entre 6 y 7 mil años, fueron descubiertas pintura que representaban los diversos estados de la preparación del cuero y de los calzados. En los países fríos, el mocasín es el protector de los pies y en los países más calientes, la sandalia aun es la más utilizada. Las sandalias los egipcios eran hechas de paja, papiro o entonces de fibra de palmera. Se sabe que apenas los nobles de la época poseían las sandalias. Incluso un faraón como Tutancamon, usaba calzados como sandalias y zapatos de cuero más sencillo a pesar de los adornos de oro. En Mesopotamia eran comunes los zapatos de cuero crudo, armados a los pies por tiras del mismo material. Los coturnos eran símbolos de alta posición social. Los griegos llegaron a lanzar moda como la de modelos diferentes para el pie izquierdo y derecho. En roma el calzado indicaba la clase social y, los cónsules por ejemplo usaban zapatos blancos, los senadores zapatos marrones prendidos por cuatro cintas negras de cuero atadas con dos nudos, y el calzado tradicional de las legiones eran los

botines que descubrían los dedos. En la edad media tanto los hombres como las mujeres usaban zapatos de cuero abiertos que tenían una forma semejante a las zapatillas. Los hombres también usaban botas altas y bajas amarradas delante y al costado. El material más corriente era la piel de vaca, pero las botas de calidad superior eran hechas de piel de cabra.

1.1.2 Calzados de los pueblos originarios del Centro y Sur de América

CUADRO N° 1 Calzados utilizados por las culturas precolombinas y mesoamericanas.

Calzados utilizados por las culturas Precolombinas Y Mesoamericanas			
CULTURAS	PERIODO	PAÍSES	CALZADOS
OLMECA	5.000 a.C. – 800 d.C.	México, Guatemala y El Salvador	Casco una suerte de botas
MAYA	2.000 a.C. – 1.546 d.C.	Guatemala, Yucatán	Sandalias con suela de cuero sujeta a la pierna con cordón de cáñamo.
AZTECA	1000 d.C. – 1525 d.C.	EE.UU	Sandalias con suelas de cuero o fibras vegetales, como la yuca, trenzadas.
INCA	1200 d.C. – 1532 d.C.	Perú, Colombia Chile, Ecuador	Sandalias u ojotas

Fuente: Revista de Artes N° 7 de Argentina.

Elaborado por: Gloria Peña Indio

1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1 Estrategias de emprendimiento

Las estrategias de emprendimiento es un conjunto de medidas cuyo objetivo es fomentar el empleo y el avance económico de un sector a través de la creación de nuevas empresas en el mercado. Para la creación de empresas se toma en cuenta los puntos fuertes y débiles del sector empresarial mediante estudios de mercado,

proporcionando de esta manera información sobre futuros clientes, proveedores y competencia.

Otra variable que interviene como estrategia de emprendimiento son los planes de negocio que por medio de un documento en forma ordenada detalla los aspectos financieros y operacionales de la empresa, además que se considera como un mapa guía que permite determinar hacia donde se quiere ir y cuanto se hace falta para llegar a la meta fijada.

1.2.1.1. Estrategias de emprendimiento en la provincia de Santa Elena

Una de las vestimentas más cómodas para el sexo masculino hoy en día son los calzados semis formales, ya que es una prenda indispensable de para el uso diario en su trabajo, estudio y/o salidas a reuniones sociales.

Estos calzados son adquiridos en los centros comerciales de la provincia, que en su mayoría se encuentran en el cantón La Libertad. Cabe recalcar que en este cantón no existen fábricas de calzados, por ende los comerciantes acuden a diversas partes del país a comprar su mercadería. Por lo tanto se considera que en esta provincia se requiere de la creación de una pequeña industria manufacturera de calzados para caballeros la cual ayudara a fortalecer los ingresos de los pequeños y grandes comerciantes de calzados de la provincia.

Habitantes de la comuna Valdivia de la provincia de Santa Elena, realizan diseños de zapatos exclusivos y con variedad de modelos como sandalias, plataformas de moda para todas las preferencias, con tendencias actuales e innovadoras para la mujer peninsular y del país en general. Pues hace cincuenta años se hizo el primer calzado en este sector donde sus materiales fueron trasladados de Guayaquil, Manabí y Colombia.

En este sector hay 500 zapateros y sus ingresos dependen de esta actividad industrial, donde realizan 30 docenas de calzados semanales dependiendo del diseño. Se recalca que estos calzados se exportan a diferentes ciudades del país como Guayaquil, Esmeraldas, Manabí y La Libertad.

La marca más reconocida de este sector es Shoes Valdivia que brinda al público sus calzados por medio de su página web, y por ventas personales en los principales centros comerciales del cantón La Libertad.

FIGURA N° 1 Calzados de la comuna Valdivia cantón Santa Elena



Fuente: Shoes Valdivia
Elaborado por: Gloria Peña Indio

1.2.1.2. Estrategias de emprendimiento en el Cantón La Libertad

En este cantón una de las fuentes de trabajo es la refinería de petróleo que aporta con el 30% de sus derivados al país y genera fuentes de trabajos para sus habitantes.

Pero cabe recalcar que el cantón La libertad es conocida por una de las ciudades más comerciales de la provincia de Santa Elena, ya que el comercio es la actividad principal del cantón y su movimiento es dinámico y diverso, disminuyendo el nivel de desempleo de este sector.

CUADRO N° 2 Actividades de la población del cantón La Libertad.

ACTIVIDADES DE LA POBLACIÓN DE LA LIBERTAD			
RAMAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	26.104	19.761	6.343
Agricultura, Ganadería, Caza, Pesca, Silvicultura	2.364	2.200	164
Manufactura	2.858	2.257	601
Construcción	2.080	2.050	30
Comercio	7.451	5.629	1.822
Enseñanza	1.154	454	700
Otras Actividades	10.197	7.171	3.026

Fuente: INEC

Elaborado por: Gloria Peña Indio

1.2.2. Producción y comercialización de calzados

Es la fabricación de calzados a base de diferentes materiales, para ser ofrecidos a lo diferentes mercados del sector. En la producción de calzados se puede fabricar una amplia variedad de tamaños y estilos de calzados, particularmente desde el punto de vista de la comercialización, ya que la demandad de calzados nunca decrecerá, debido al uso diario de estos y al aumento de los estándares de vida de cada cliente.

1.2.2.1. Definición de manufactura

Para la autora (Pérez, 2009) Las empresas manufactureras de calzado como aquellas que adquieren los materiales necesarios para transformarlos en artículos terminados como lo son el calzado.

Este autor define como manufacturas la creación de bienes y servicios; sin embargo se puede decir que en una manufacturera se realiza la transformación de una materia prima en un producto totalmente terminado, en este caso es la transformación de cuero a un par de calzados que satisfagan la necesidad de los caballeros de la provincia de Santa Elena.

1.2.2.2. Contexto de las pequeñas industrias

En las pequeñas industria de fabricación de calzados, se predomina la figura de la empresa familiar, donde se elabora el zapato en forma manual y/o en forma mecánica arregladas por los obreros quienes ejecutan todas las operaciones sin especialización alguna, y en su mayor parte se contrata a obreros a domicilio.

De la misma manera se contratan a obreros que obtengan un sueldo fijo ya que la mano de obra es diversificada por los pedidos superiores que le realizan a estas pequeñas industrias.

1.2.2.3. Elaboración de manufacturas de cuero y calzado

El origen de los procesos manufacturero de calzado es de forma artesanal, lo que permite que sobrevivan las grandes empresas con tecnologías de punta, a diferencia de las medianas, pequeñas y microempresas que realizan procesos artesanales y que tienen un progreso tecnológico lento.

Estos sectores se enfrentan a una fuerte competencia por una parte de países como China donde los grandes volúmenes y bajos costos de producción están desplazando la demanda del mercado interno.

1.2.2.4. Áreas del proceso productivo del calzado

El proceso productivo del calzado está dividido en varias etapas, en la que se empieza por la adquisición de materias primas (cuero) para ser transformada hasta la colocación de los productos terminados (calzados) en la bodega, y poder ser ofrecidos a las diferentes tiendas comerciales.

Entre las principales áreas del proceso productivo del calzado están:

- Área de Diseño y modelado del calzado
- Área de cortado
- Área de preparado
- Área de aparado o despunte
- Área de empiolado
- Área de armado
- Área de plantado
- Área de acabado

1.3 ENTORNO POLÍTICO LEGAL

1.3.1 Economía Popular y Solidaria

En este proyecto se toma en cuenta el **Título II DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, Capítulo I** de (Asamblea Nacional, Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, Título I, Capítulo I - Art.9 y Capítulo II - Art.75 y 77, 2011), donde menciona lo siguiente:

Art. 9.- Personalidad Jurídica.- Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley.

De igual manera se tomo como referencia el **Capítulo II DE LAS UNIDADES ECONÓMICAS POPULARES**, donde se expresa el Art.75 y 77:

Art. 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos.- Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes.

Art. 77.- Artesanos.- Es artesano el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que desarrolla su actividad y trabajo personalmente. En caso de ser propietario de un taller legalmente reconocido, no excederá los límites de operarios, trabajo, maquinarias, materias primas y ventas, que serán fijados anualmente por la Superintendencia.

1.3.2 Código de Producción

Para fundamentar el tema de investigación se consideró el **LIBRO III.- Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS LA PRODUCCIÓN**, del **Título I.- Del fomento a la micro, pequeña y mediana empresa**, **Capítulo I.- Del fomento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas “MIPYMES”** del (Asamblea Nacional, Código Orgánico de la Producción , 2010):

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

1.3.3 Constitución de la Republica de Ecuador

Fundamentando el entorno político legal del proyecto se analiza el **Capítulo sexto.- TRABAJO Y PRODUCCIÓN**, de la **Sección primera.- FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y SU GESTIÓN**, de la (Asamblea Nacional, Constitución de la República de Ecuador, , 2013), en la que se menciona los siguientes artículos 319 y 320 de interés:

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y

mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

1.3.4 Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual

Para el tema de investigación se hace referencia a la **Sección III: DE LA CONCESIÓN DE PATENTES** del (Asamblea Nacional I. E., 2013), para validar en varias instituciones la industria de calzados. Por lo tanto se toma en cuenta los siguientes artículos de utilidad para el proyecto:

Art. 131.- La primera solicitud de patente de invención válidamente presentada en un país miembro de la Organización Mundial del Comercio, de la Comunidad Andina, del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, así como de otro tratado o convenio que sea parte el Ecuador y, que reconozca un derecho de prioridad con los mismos efectos que el previsto en el Convenio de París o en otro país que conceda un trato recíproco a las solicitudes provenientes de los países miembros de la Comunidad Andina, conferirá al solicitante o su causahabiente el derecho de prioridad por el término de un año, contado a partir de la fecha de esa solicitud, para solicitar en el Ecuador una patente sobre la misma invención.

Art. 132.- La solicitud para obtener una patente de invención se presentará ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y contendrá los requisitos que establezca el reglamento.

1.3.5 Plan del buen vivir

Considerando que el proyecto procederá a cambiar la matriz productiva de la provincia se toma en cuenta el **Objetivo 10: IMPULSAR LA**

TRANSFORMACIÓN DE LA MATRIZ PRODUCTIVA del (Asamblea Nacional, Plan Nacional del Buen Vivir, 2013), donde se reconoce los art. A y G como enumeraciones de mayor relevancia:

10.5. FORTALECER LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA – EPS–, Y LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS – MIPYMES– EN LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA.-

a.- Establecer mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos.

g.- Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas.

En este artículo se pretende orientar la disposición de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Además se proyecta impulsar la gestión de recursos financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistemática, e impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

1.3.5.1 Normas contables

1.3.5.2 Normas Internacionales De Información Financiera 1

Tomando en cuenta que el proyecto es de inversión se considera las (Normas Internacionales de Información Financiera, 2013), en la cual hace referencia el objetivo de esta NIFF donde asegura los primeros estados con arreglo a las NIFF de la industria de calzados, así como los informes financieros intermedios, relativos a una parte del ejercicio cubierto por tales estados financieros. Por lo que se estima la siguiente información de alta calidad:

- Sea transparente para los usuarios y comparable para todos los ejercicios que se presenten;
- Suministre un punto de partida adecuado para la contabilización según las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF); y
- Pueda ser obtenida a un coste que no exceda a los beneficios proporcionados a los usuarios.

1.3.5.3 Normas Internacional de Contabilidad

Continuando con las normas contables para el presente proyecto de inversión para la industria de calzados se hace referencia a las (Normas Internacionales de Contabilidad, 2013) en las que se presenta las NIC 2 (Existencia),7(Estados de Flujos de Efectivo) y 16(Propiedad Planta Y Equipo) como capítulos de gran importancia para el estudio investigativo:

NIC 2 “EXISTENCIA”

El objetivo de esta norma es presidir el tratamiento contable de las existencias. Un tema fundamental en la contabilidad de las existencias es la cantidad de coste que debe reconocerse como un activo, y ser diferido hasta que los correspondientes ingresos ordinarios sean reconocidos. Esta norma suministra una guía para la determinación de ese coste, así como para el posterior reconocimiento como un gasto del ejercicio, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las formulas de coste que se utilizan para atribuir costes a las existencias.

NIC 7 “ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO”

El objetivo de esta norma es requerir de información sobre los cambios históricos en el efectivo y equivalente al efectivo de una entidad mediante un estado de flujo de efectivo en el que los flujos de fondos de periodo se clasifiquen según que procedan de actividades de operación de inversión y de financiación.

NIC 16 “PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO”

El objetivo de esta norma es prescribir el tratamiento contable de propiedades, planta y equipo, de forma que los usuarios de los estados financieros puedan conocer la información acerca de la inversión que la entidad tiene en sus propiedades, planta y equipo, así como los cambios que se hayan producido en dicha inversión. Los principales problemas que presenta el reconocimiento contable de propiedades, planta y equipo son la

contabilización de los activos, la determinación de su importe en libros y los cargos de depreciación y pérdidas por deterioro que deben reconocerse con relaciona los mismos.

1.4 MARCO SITUACIONAL

La industria de calzado estará ubicada en el cantón La Libertad, ya que es el centro económico de la provincia de Santa Elena, lo que significa que los comerciantes de calzados como futuros clientes ahorrarán tiempo y dinero al momento de adquirir su producto de venta. Cabe recalcar que el cantón de La libertad se encuentra ubicado en la parte más occidental de la Provincia de Santa Elena, entre los cantones de Santa Elena y Salinas, donde sin duda alguna es el segmento más occidental del país y su territorio está situado en un lugar de verdadero privilegio en la Bahía de Santa Elena, contiguo a un conjunto pintoresco formado por rocas y denominado geográficamente "Caleta" en el que en forma natural se ha formado un vistoso arco geométrico.

FIGURA N° 2 Marco situacional de la industria manufacturera de calzados



Fuente: karta-online.com

Elaborado por: Gloria Peña Indio

1.5 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

Según referencia de la autora del capítulo periodístico (Rivas, 3013) En 2008, la elaboración de calzado era de 15 millones de pares al año mientras que a 2012 se ubicó en 30 millones y los productores son más de 5.000 a nivel nacional, que generan 100 mil plazas de empleo directo e indirecto en todo el territorio ecuatoriano.

Esta matriz tiene como objetivo avanzar con la producción para satisfacer la demanda nacional y proyectarse al mercado externo y superar a los países vecinos como Colombia. Según cifras de la Cámara de Comercio, el uso per cápita en el país es de 2,5 pares por habitante, por lo que se necesitan producir 35 millones de pares al año para abastecer el mercado nacional. Con esta perspectiva de mercado, los productores trabajan a nivel industrial y artesanal para elevar su participación.

FIGURA N° 3 Participación de las industrias manufactureras en el país



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Senplades

En el 2009, el gobierno del Presidente Rafael Correa decretó un arancel para el ingreso de calzados al país de USD 10 por cada par de calzados, esta medida fue agradecida por los pequeños productores de calzado en el Ecuador ya que el ingreso del calzado chino y el calzado usado no permitía su desarrollo en este sector. Pero el gobierno del Presidente Rafael Correa se dio cuenta que este lapso de tiempo no era suficiente para el desarrollo de los productores de calzados del país, se decidió crear un arancel mixto permanente a partir del 1 de Junio del 2010 del 10% al valor del calzado mas \$6 por cada par y con una garantía de \$3 por el calzado, además del 10% al valor por taller mas el \$5,5 por cada kilo obteniendo un salvaguardia de \$3,6 por cada kilo, y así no perjudicar el crecimiento económico del país.

FIGURA N° 4 Arancel mixto permanente en el calzado ecuatoriano

IMPORTACIONES		
Junio del 2009		
Producto	Arancel al valor	Salvaguardia
Calzado	30% al valor (desde Octubre del 2007)	\$10 por cada par (Desde enero del 2009)
Talleres	30% al valor (desde Octubre del 2007)	\$12 por kilo (Desde enero del 2009)
Desde junio del 2010		
Producto	Arancel al valor	Salvaguardia
Calzado	10% al valor + \$6 por cada par	\$3 por cada par (Hasta julio del 2010)
Talleres	10% al valor + 5,5 por cada kilo	\$3,6 por kilo (Hasta julio del 2010)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Periódico EL UNIVERSO

1.6 ANÁLISIS ECONÓMICO

1.6.1 Producto Interno Bruto

Una de las principales actividades que hacen que el Producto Interno Bruto del país crezca son las industrias manufactureras de calzados según fuentes del

Banco Central del Ecuador, así mismo se considera que los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicadas por el BCE el PIB tuvo un crecimiento anual de 3.5% en el primer trimestre del 2013. Y fue impulsado por el sector no petrolero que registro un crecimiento anual de 4.2%.

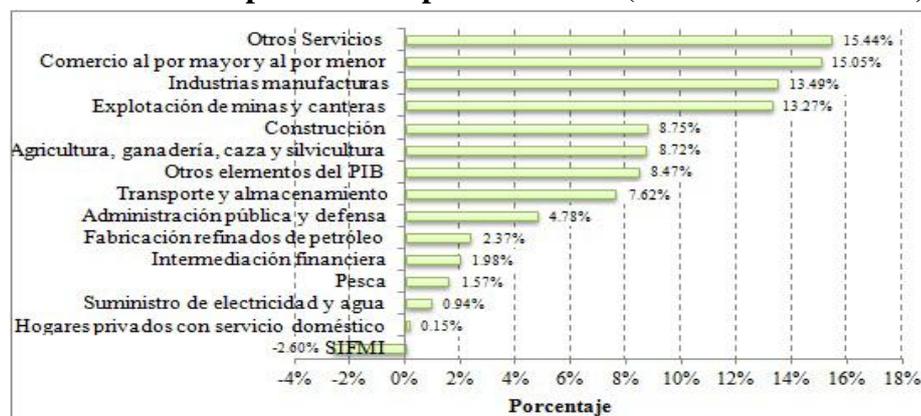
FIGURA N° 5 Variación del PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Cuentas Nacionales Trimestrales

Al analizar el PIB por industrias, se puede apreciar que entre los sectores que tienen una mayor contribución está el sector comercial 15.44%, la industria manufacturera 15.05%, la explotación de minas y canteras 13.27%, el sector de la construcción 8.75% y el sector de la agricultura, ganadería, caza y silvicultura 8.72%.

FIGURA N° 6 Aporte al PIB por industrias (Promedio 2000-2011)

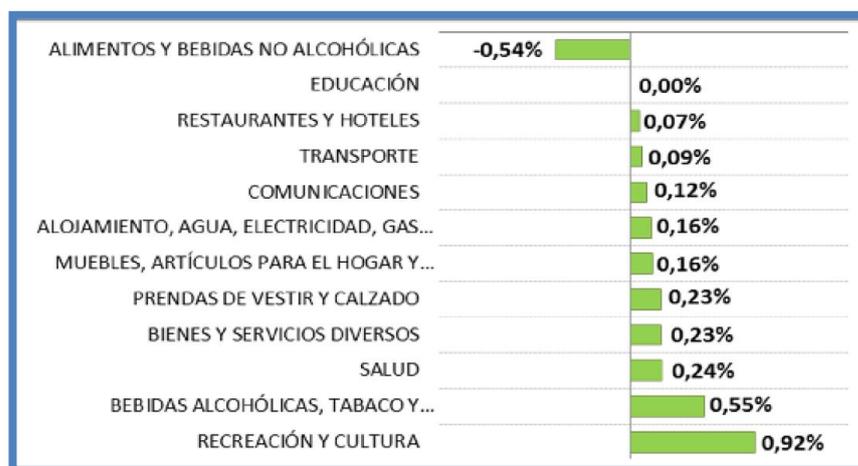


Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Cuentas Nacionales

1.6.2 Inflación

La variación del IPC en julio de 2013 se debe principalmente a la disminución de precio de la categoría: alimentos y bebidas no alcohólicas; la cual contribuye en -0,0836% a la variación mensual.

FIGURA N° 7 Inflación mensual por divisiones de artículos



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Cuentas Nacionales

Al analizar la inflación de acuerdo con las divisiones de artículos del IPC, en el gráfico anterior, se puede evidenciar los artículos que conforman el grupo de las bebidas no alcohólicas son los que han contribuido en mayor medida a la disminución del índice general de precios, pues representa el -0,0836. Además este gráfico demuestra que los calzados son unos de los de mayor aporte para atenuar la variación negativa del IPC, puesto que representa 0,23%, a la inflación mensual.

1.7 ENTORNO SOCIAL

Para la autora del artículo periodístico (Dennise, 2013) La industria del calzado en el Ecuador se ha fortalecido y genera en el país unos 100.000 empleos directos e indirectos. Esto luego de que en el 2008, el sector viviera un escenario crítico

debido a las importaciones de zapatos asiáticos y de segunda mano, los cuales llegaban a costar entre 0,50 centavos y \$1 el par, lo que ocasionó que de 3.200 productores de calzados ecuatorianos registrados en ese entonces, 2.600 abandonaran la actividad industrial. Sin embargo, en 2009 se lograron tomar medidas y con la aplicación de salvaguardas arancelarias, la industria se empezó a recuperar. Actualmente los resultados tienden al crecimiento, con 5.000 productores ecuatorianos de una industria existente en todo el país.

Además tomando en cuenta la transformación de la matriz productiva del país y de la provincia de Santa Elena que es un reto que permitirá superar el actual modelo de generación de riquezas, considerando que entre las industrias priorizadas para este cambio productivo se encuentra el calzado en el tercer lugar de esta lista donde se podrá facilitar su transformación; brindando con esta estrategia el acrecimiento de los emprendimientos y el empleo a la sociedad. (Ver Anexo N° B)

1.8 FACTOR TECNOLÓGICO

En el Ecuador se cuenta con la tecnología para la creación de la industria manufacturera de calzados. La aparición constante de nuevos productos, servicios, técnicas entre otros, modifican tanto las necesidades de los clientes como las de los fabricantes y distribuidores, cabe recalcar que nuevos materiales están sustituyendo a los tradicionales, pues nuevas formas de comunicación aparecen cotidianamente. Entre la tecnología que se utilizará, se mencionan las siguientes:

- ✓ Máquina detalladora
- ✓ Máquina de postes
- ✓ Máquina trocaladora manual
- ✓ Máquina selladora
- ✓ Horno de envejecimiento o secado

- ✓ Máquina pulidora
- ✓ Horno de reactivado
- ✓ Prensa

1.9 ANÁLISIS FODA DEL SECTOR CUEROS, CALZADOS Y MANUFACTURAS

1.9.1 Debilidades

- Considerar la piel como un subproducto de la carne.
- Inadecuados procesos de sacrificio y desuello, escasa tecnificación en el frigorífico.
- Inadecuados procesos de almacenamiento y transporte de las pieles.
- Costo ambiental de la curtiembre.
- Baja inversión en tecnología que mejore la productividad y reduzca el impacto ambiental de la industria del curtido.
- Ausencia de programas de descontaminación y certificaciones medioambientales en las curtiembres.
- Lenta evolución tecnológica.

1.9.2 Oportunidades

- Extensión de la actividad ganadera.
- Recientes inversiones en tecnificación de los frigoríficos.
- Aún con las limitaciones de calidad de las pieles, las curtiembres logran acabados de gran calidad.
- Mejoras en el tipo de explotación ganadera.
- Tecnificación progresiva del proceso de desuello.
- Demanda internacional creciente de pieles.
- Acuerdos comerciales y preferencias arancelarias.

- Inversiones en producción limpia y certificaciones en calidad y medio ambiente para las curtiembres.

1.9.3 Amenazas

- Informalidad y contrabando en la industria de manufactura y calzado.
- Deficiencias en diseño y calidad.
- Ausencia de esquemas asociativos.
- Métodos de conservación y tratamiento de las pieles obsoletos.
- Fuertes restricciones medioambientales que afectan las curtiembres.
- Alta competencia internacional por calidad y diseño.
- Ausencia de economías de escala.
- Contrabando de productos terminados.
- Entrada masiva de productos asiáticos a muy bajo costo.
- Desplazamiento de la demanda interna de calzado hacia productos importados, especialmente desde China.

1.9.4 Fortalezas

- Mejoras en diseño y calidad para acceder al mercado europeo.
- Establecimiento de esquemas asociativos para elevar los niveles de productividad y competitividad.
- Realización de ferias, misiones comerciales y vitrinas de exposición, con el fin de promocionar los productos.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrolló considerando la investigación cuantitativa no experimental de los autores (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), ya que para obtener la información deseada de la presente investigación, se tomó en cuenta a los comerciantes de calzados que laboran dentro y fuera del centro comercial Buenaventura Moreno del cantón La Libertad como objeto de estudio.

Además se recolectaron datos a través del método de observación y los cuestionarios de la entrevista y la encuesta, respectivamente para luego ser analizados y así poder apreciar las reacciones que los pequeños comerciantes de calzado tomarían al contar con una industria de calzados en el cantón La Libertad.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de esta investigación es cuali-cuantitativo ya que al presentar como tema de estudio la creación de una industria manufacturera de calzados, se debe ofrecer resultados que ofrezcan un suceso que permita determinar la posibilidad de que la industria pueda ser implementada en el sector establecido de la investigación, que en este caso es el cantón La Libertad.

De la misma manera a través de la entrevista se podrá cualificar la información obtenida por el especialista y tener un conocimiento más claro y preciso para el estudio.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación que se utilizaron para el presente estudio son:

- ❖ Investigación por el propósito
 - Investigación aplicada
- ❖ Investigación por el nivel de estudio
 - Nivel descriptivo correlacional
- ❖ Investigación por el lugar
 - Bibliográfica
 - De campo

2.3.1. Tipo de investigación por el propósito

2.3.1.1. Investigación Aplicada

Esta investigación fundamental y aplicada acrecienta los conocimientos indagados en el sector industrial y comercial del calzado en el cantón La Libertad, ya que además se interesa directamente en las posibles aplicaciones o consecuencias al momento de ser implementada en el mercado, no antes de tener interpretados los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los pequeños comerciantes de calzados y así poder actuar, construir y modificar el tema investigativo.

2.3.2. Tipo de investigación por el nivel de estudio

2.3.2.1. Nivel Descriptivo o correlacional

Tomando en cuenta la referencia de los autores (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) el nivel descriptivo o correlacional de la investigación especifica la situación actual de las industrias manufactureras de calzados en el cantón La

Libertad, tomando en cuenta la historia del calzado en nuestro país y en el cantón; además se cuenta como principal fuente de investigación, la encuesta realizada a los pequeños comerciantes formales de calzados que laboran en centro del comercio de este cantón. De igual manera se busca identificar la conducta de los comerciantes y los indicadores que favorecerán o afectarán la implementación de esta industria en la economía de la provincia de Santa Elena.

2.3.3. Tipo de investigación por el lugar

2.3.3.1. Bibliográfica

Considerando las definiciones de los autores (Paredes & Paredes, 2011) en cuanto al tipo de investigación bibliográfica que tiene como proceso de conocer, ampliar, profundizar y deducir las diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de la industria manufacturera de calzados, se procedió para esta investigación consultar libros, revistas, periódicos y de tesis realizadas por profesionales de tercer nivel y que además hayan relacionados en sus artículos temas sobre creación de industrias manufactureras y la elaboración de calzados para caballeros dentro de la provincia de Santa Elena y en el país en general.

2.3.3.2. De campo

Para la investigación de campo de este estudio se tomo en cuenta la definición de los autores (Paredes & Paredes, 2011) en la que puntualizan que la investigación de campo es la recopilación de datos necesaria donde se recurre fundamentalmente al contacto directo con los hechos, por lo tanto para este estudio se aplicó la observación directa por parte de la investigadora, donde tuvo que dirigirse al centro del comercio del cantón La Libertad específicamente donde se encuentran los comerciantes de calzados que laboran dentro en el centro Comercial Buenaventura Moreno, observando cómo se manejan comercialmente

al momento de ofrecer su mercadería al público que acude diariamente a este centro comercial, además de su comportamiento frente a su competencia.

2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación que fueron utilizados para la presente investigación se detallan las siguientes:

- ❖ Método de observación
- ❖ Método inductivo o sintético
- ❖ Método deductivo analítico

2.4.1. Método de observación

Apreciando la referencia del autor (Méndez, 2008) para realizar el método de observación de esta investigación se debe dirigir al sitio donde se encuentra enfocado el objeto de estudio (centro del comercio del cantón La Libertad). Obteniendo así información relevante para realizar el cuestionario de la encuesta, y de tal manera percibir deliberadamente ciertos rasgos existentes en el objeto de conocimiento como son los comerciantes formales del calzado.

2.4.2. Método inductivo o sintético

Evaluando la noción del autor (Méndez, 2008) el método inductivo conllevó a un análisis ordenado para los resultados obtenidos en la observación y el cuestionario, llegando a obtener conclusiones premisas y verdaderas que permitan realizar sin inconvenientes el estudio presentado.

De la misma manera este método se utilizará específicamente en la elaboración del calzado en el estudio teórico de las soluciones para mejorar el comercio del calzado para caballeros en el centro de comercio de esta ciudad.

2.4.3. Método deductivo analítico

Valorando la interpretación del autor (Méndez, 2008), donde se comprende de lo general a lo particular, es decir a través del análisis del comercio en general hasta el estudio realizado a los comerciantes formales del calzado.

Por lo tanto en el método deductivo se consideró y evaluó el clima comercial que viven los comerciantes de calzados en el cantón La Libertad, permitiendo así una mejor interpretación del análisis para la investigación.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas de investigación que se utilizaron en la presente investigación fueron la observación, que se realizó a los comerciantes que laboran en el Centro Comercial Buenaventura Moreno, la entrevista a los administradores de la fábrica de calzados para caballeros CAL-APOS, como expertos del tema y la encuesta ejecutada a los comerciantes formales que laboran en el centro económico de la ciudad de La Libertad.

2.5.1. Técnica de observación

Para los autores (Paredes & Paredes, 2011) definen que la observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, lo que significa que esta técnica es útil para hacer comparaciones con otras investigaciones realizadas en el medio, notando sus diferencias y semejanzas.

Existen dos tipos de observación, la participante y la no participante y para el presente estudio se utilizó los 2 tipos de observación en la que se interactuó con los comerciantes que laboran en el centro comercial Buenaventura Moreno y en la que solo se dedicó a observar su reacción frente a sus clientes.

2.5.2. Técnica de entrevista

Según la definición de los autores (Paredes & Paredes, 2011) la entrevista tiene como fin específico el que un individuo pueda expresar, en una conversación ciertas partes esenciales de su trabajo cotidiano, y para conseguir este dictamen la investigadora se dirigió a la ciudad de Guayaquil en busca de una de 10s proveedores de calzados para caballeros, ya que según varios comerciantes de la ciudad La Libertad supieron mencionar que esta ciudad encuentran variedad de calzados para hombres. De tal manera se emprendió a realizar dicha entrevista a la industria CAL-APOS como proveedora fundamental de calzados de los propietarios Ing. Nancy Pareja y el Ing. Félix González para los centros comerciales del cantón La Libertad.

2.5.3. Técnica de encuesta

Tomando en cuenta al autor (Méndez, 2008) la encuesta permitió obtener valiosa información acerca del comportamiento de los comerciantes frente a sus clientes, y para ello se desarrolló un cuestionario estructurado por ser una de las técnicas de mayor empleo en el levantamiento técnico de información. Además que ayuda a la investigación a desarrollarse con una mayor facilidad ya que con la información obtenida se podrá distinguir cuantitativamente los gustos y preferencia de cada comerciante encuestado al momento de adquirir y ofrecer su mercadería.

2.6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

2.6.1. Guía de observación

Como instrumento de guía de observación se utilizó un formato adecuado para este tipo de investigación. Tomando en cuenta el objeto de estudio, el lugar donde

se realizó la observación, la fecha, nombre de la investigadora, descripción e interpretación de lo investigado. (Ver anexo N° C)

2.6.2. Guía de entrevista

Para el instrumento guía de entrevista se recurrió a ejecutar un test de preguntas dirigidas a los administradores de la industria APOS, donde se aclaraba ciertos puntos importantes que tomaron en cuenta al momento de implantarse en el mercado, además de identificar la situación actual de la industria. Determinando las estrategias de competitividad que utilizan y poder implementarlas en la creación de la nueva industria manufacturera. (Ver anexo N° D)

2.6.3. Guía de encuesta

En el instrumento guía de encuesta se ejecutó un cuestionario dirigido a los comerciantes formales del calzado; en él se analizaron aspectos que toman los dueños de los locales: como la estadísticas demográficas, nivel de ingresos, actividades de desarrollo empresarial, canales de distribución, competitividad, grados de aspectos de preferencia y de qué manera realizan la publicidad de su tienda de zapatos, entre otros puntos que pudieron aclarar a la investigadora para ejecutar el presente proyecto. (Ver anexo N° E)

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. Población

Siguiendo la referencia de los autores (Paredes & Paredes, 2011), la población de esta investigación es el conjunto de pequeños comerciantes de calzados que laboran en el centro comercial del cantón La Libertad. Considerando que el tema de estudio es la creación de una industria manufacturera de calzados en el cantón

La Libertad de la provincia de Santa Elena. Para mayor exactitud en el levantamiento de información, el universo del presente trabajo está conformada por 100 comerciantes correspondientes a los dueños de los locales de calzados que laboran dentro y fuera del centro comercial Buenaventura Moreno.

CUADRO N° 3 Población

CANTIDAD DE COMERCIANTES DE CALZADOS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD		
#	NOMBRES	N° DE LOCALES
1	Calzados Lizbeth	1
2	Calzados San Alejo	1
3	La Feria del Calzado	1
4	Tía	2
5	Universo del Zapato	2
6	Calzados Ideal	2
7	Calzados Ortega	1
8	Credi Calza	1
9	Calzado Normita	1
10	Comercial Econoprecios	1
11	Mercado Jorge Cepeda J.	5
12	Comercial Buenaventura Moreno	66
13	Paseo Shopping La Península	3
14	Otros	13
TOTAL		100

Fuente: Ficha de Observación

Elaborado por: Gloria Peña Indio

2.7.2. Muestra

Para el proceso cuantitativo se consideró lo que especifican los autores (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) donde exponen que la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, para la cual se realizó un muestreo aleatorio simple, donde se determinó para el tamaño de la muestra la fórmula de población finita, debido a que la población de los comerciantes de calzados es menor de 100.000 siendo esta 100.

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

Donde:

n: 80 Es el tamaño de la muestra.

Z: 1,95 Nivel de confianza.

N: 100 Universo.

p: 0,50 Probabilidad en éxito.

q: 0,50 Probabilidad de fracaso

e: 0,05 Error de estimación

$$80 = \frac{1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 100}{0,05^2(100 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}$$

2.8. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de ejecutó considerando el siguiente procedimiento:

- Elaboración del instrumento de investigación.
- Elaboración del cuestionario para la entrevista al experto y para la encuesta a los comerciantes de calzados del cantón La Libertad.
- Recolección de los datos obtenidos por la entrevista y el censo.
- Representación de cuadros y gráficos estadísticos.
- Análisis e interpretación de los datos bajo la tabulación.
- Conclusiones y recomendaciones de datos obtenidos en la recolección de información.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DE OBSERVACIÓN

Examinando los resultados obtenidos de la observación realizada el día 15 de Septiembre del 2013, a los pequeños comerciantes de calzados que laboran en el cantón la Libertad de la provincia de Santa Elena, durante un periodo de 90 minutos desde las 13H00 hasta las 14H30, donde la mayoría de los habitantes de los tres cantones de la provincia acuden a los centros comerciales, específicamente en el C.C. Buenaventura Moreno que se encuentra ubicado el cantón la libertad a realizar compras de prendas de vestir, entre las cuales están los calzados para caballeros.

- Se pudo apreciar que los comerciantes ofrecen los calzados de manera dinámica a través de su buen servicio y la buena atención que le brindan a sus clientes.
- En cuanto a los precios de los calzados son muy cómodos y accesibles, para que su público quede complacido y se conviertan en fieles clientes.
- Tienen variedad de modelos de zapatos para damas, caballeros y niños y son mostradas en sus perchas para mayor visualización para sus clientes y cada tienda comercial cuenta con calzados de caballeros Sport y deportivos.
- Dentro del centro comercial Buenaventura Moreno hay 66 locales de zapatos.
- Se encuentran 26 tiendas de zapatos en el centro del Cantón La Libertad, 5 locales en Mercado Jorge Cepeda Jácome y 3 locales en el Paseo Shopping La Península.

3.1. ANÁLISIS DE ENTREVISTA

Entrevista realizada a los administradores de la Industria Manufacturera de Calzados “CAL-APOS” de la ciudad de Guayaquil

- Ing. Félix González
- Ing. Nancy Pareja.

1. Factores que les motivaron a fabricar calzados para caballeros.

A los administradores de CAL-APOS les motivaron fabricar calzados de hombres porque en ellos estaba la experiencia de fabricar artesanalmente zapatos. Cuentan que antes de poner en marcha este negocio, ellos trabajaron en varias industrias manufactureras de calzados reconocidas en la ciudad de Guayaquil. Otro factor que les motivo a fabricar calzados de hombre, fue por la variedad de competencia que hay en el mercado guayaquileño en cuanto al calzado de mujer, ya que en este tipo de calzado hay mucha diversidad de modelos, y por ende optaron por fabricar calzados tubulares para caballeros, cabe recalcar que en la actualidad ya no solo realizan este tipo de calzados si no que también han empezado a fabricar zapatos Sport.

2. Características del calzado para caballeros y su diferencia de las demás marcas.

Una de las principales características de los calzados de la industria CAL-APOS es la calidad del cuero con los que se realiza cada zapato terminado en la industria, es importante tomar en cuenta esta característica porque los clientes cada vez son más exigentes, por lo tanto se atribuyen de clientes potenciales en todo el país. Por consiguiente la industria se diferencia de las demás plantas de calzados que trabajan de este oficio en la ciudad y en el país porque ellos si cumplen con las principales normas de seguridad y ganan su calidad de servicio y ventas antes sus principales clientes, mientras que su competencia no.

3. Características del producto que satisfacen las necesidades de los clientes y consumidores.

Los gerentes manifiestan que si satisfacen las necesidades de los hombres en cuanto al calzado, porque los clientes buscan cada día un producto que este a su compostura, tomando en cuenta la calidad del producto que va a adquirir, las características de confort, la presentación del calzado y el precio accesible que se brindan en los diferentes centros comerciales donde se ofrece el calzado. Además los administradores toman en cuenta que sus clientes cada día son más exigente y les obligan a variar con nuevos estilos de calzado.

4. Tipo de venta que aplican para comercializar el calzado

CAL-APOS aplica ventas por catálogo a empresas que venden de esta manera sus productos, como por ejemplo a la empresa NIBI a través de la revista de calzado PÍSAME, que es una revista que es circulada por las principales ciudades del país. Asimismo se ofrece el producto a varias empresas al por mayor, y que se encargan de distribuirlos por todo el país en sus diferentes tiendas comerciales como TÍA y Súper Éxito. De esta manera la marca APOS se está siendo reconocida por varias ciudades del país, tanto por el consumidor final como de potenciales clientes.

5. Factores que limitan captar clientes.

Uno los factores más importantes que limitan captar clientes, es la capacidad de producción que una industria manufacturera de calzados pueda tener, porque de ella depende el cumplimiento de las ordenes de pedido que le realizan sus principales clientes, y si por algún motivo no cumpliesen con alguna petición obtendrán un desprestigio y se limitarían captando clientes.

Otro factor que pudieron mencionar en esta entrevista, es la escasa promoción que realizan en las ventas, ya que para seguir captando clientes es necesario presentarles varios tipos de promoción y que puedan convertirse en fieles clientes.

6. Principales clientes en la ciudad de Guayaquil.

Entre las principales cadenas de tiendas de calzados que la empresa APOS ofrece su calzado tenemos las siguientes:

- Cadenas TÍA de todo el país
- Cadenas de Súper Éxito de todo el país
- Revista PÍSAME de la Empresa NIBI
- Cadenas CASA TOSI de todo el país
- Locales que laboran en la Bahía de Guayaquil

Gracias a estas cadenas de tiendas comerciales, esta empresa ha tomado una gran parte del comercio del calzado en todo el país, y por ende están empezando a ser reconocida como una marca de calidad.

7. Tipo de publicidad utiliza su empresa para comercializar su producto. Y medio en que realizan la publicidad.

Los administradores de la fábrica CAL-APOS realizan publicidad a través de las principales y populares frecuencias de radios de la ciudad de Guayaquil. Así mismo se difunden a través de los principales Centros Comerciales del norte, centro y sur de la ciudad donde se ofrece el calzado. También promueven su calzado por medio de las diferentes ferias que el gobierno a través del Ministerio de Productividad emprende en varias ciudades del país. Entre la principal está la FERIA INTERNACIONAL DEL CALZADO Y COMPONENTES.

8. Tipo de incentivos y motivaciones que utilizan para que los clientes compren el calzado.

Entre los incentivos y motivaciones que les brindan a los principales clientes para que ofrezcan el calzado APOS en sus principales tiendas comerciales son:

- Los descuentos que se efectúan cuando realizan un pedido al contado con una rebaja del 5%.
- Además la industria les brinda la garantía del calzado, con su respectiva calidad, modelos y durabilidad de la misma.
- Asimismo los administradores no solo ofrecen en calzado al contado si no que también lo hacen a crédito con precios son accesibles.

9. Reconocimiento del comercio del calzado en la provincia de Santa Elena

La comercialización del calzado en la provincia de Santa Elena es muy competitiva y diversa específicamente en el cantón La Libertad, ya que el comercio es muy variado y se considera que es un potencial cliente para las diferentes industrias de calzados y prendas de vestir, pues muchos comerciantes de esa ciudad acuden a Guayaquil a adquirir su mercadería. Además actualmente la provincia ya no es reconocida solamente por sus balnearios si no que ahora ya se habla mucho del comercio.

10. Opinión sobre implementación de una industria manufacturera de calzados en la provincia de Santa Elena.

La gerente de CAL-APOS opina que si cree que implementando una industria manufacturera de calzados en la provincia de Santa Elena facilitaría la comercialización de la misma, porque les ahorraría a los pequeños comerciantes de calzado mucho dinero y tiempo, ya que ellos en su mayoría se trasladan a la ciudad de Guayaquil a adquirir calzados y así poder comercializarlos en su provincia. Aunque se considera que las comunidades de Santa Elena laboran calzado artesanal pero en su mayoría se dedica a laborar calzado de mujer, por lo tanto se recomendaría que se implemente una manufactura de calzado para caballeros ya que ayudaría a desarrollar la economía de su ciudad, a través del comercio y el empleo para sus habitantes.

3.2. ANÁLISIS DE ENCUESTA

P.1 Datos Generales

Género

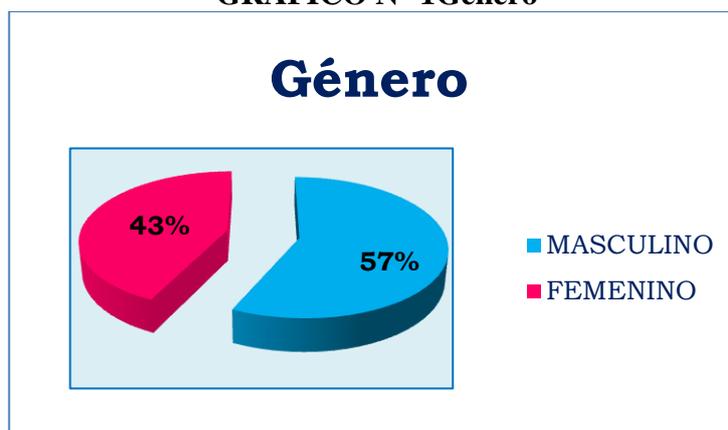
TABLA N° 1 Género

Género		
VARIABLES	CANT.	%
MASCULINO	47	57%
FEMENINO	33	43%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 1 Género



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

Del total de las personas encuestadas que equivale a un 100%, se determina que un 57% que representa a 47 personas son de género masculino mientras que 43% que componen 33 personas son de género femenino. Por lo tanto los resultados obtenidos en la encuesta demuestran que la mayoría de los comerciantes de calzados que laboran en el centro del comercio del cantón La Libertad son hombres y por ende demuestra que los caballeros son los más opcionados a convertirse en los futuros clientes de la manufactura.

Edad

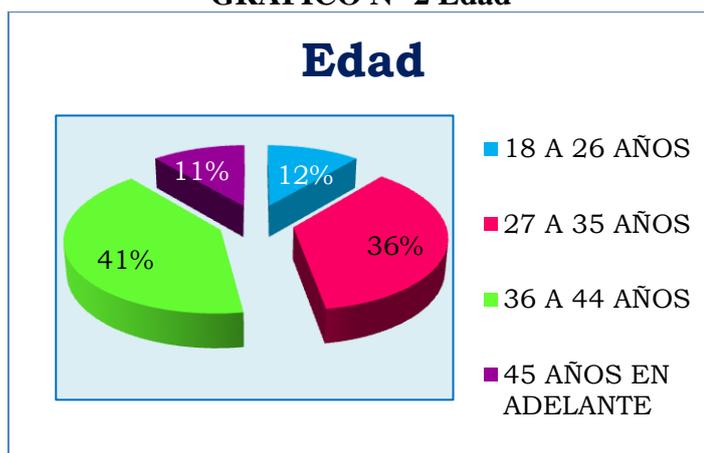
TABLA N° 2 Edad

Edad		
VARIABLES	CANT.	%
18 A 26 AÑOS	9	12%
27 A 35 AÑOS	29	36%
36 A 44 AÑOS	33	41%
45 AÑOS EN ADELANTE	9	11%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 2 Edad



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

En cuanto a la edad de los comerciantes de calzados del total de 80 encuestados el 41% que componen a 33 comerciantes tienen la edad entre 36 a 44 años de edad siendo este el mayor porcentaje, mientras que el 36% que componen a 29 personas tienen la edad entre 27 a 35 años de edad, seguido de un 11% y 12% que constituyen a 18 comerciantes siendo estos con el menor porcentaje. Por lo tanto significa que los posibles clientes de la manufactura oscilan entre 27 a 44 años de edad, teniendo mejor experiencia en el mercado del calzado en el cantón La Libertad.

Ingresos Económicos

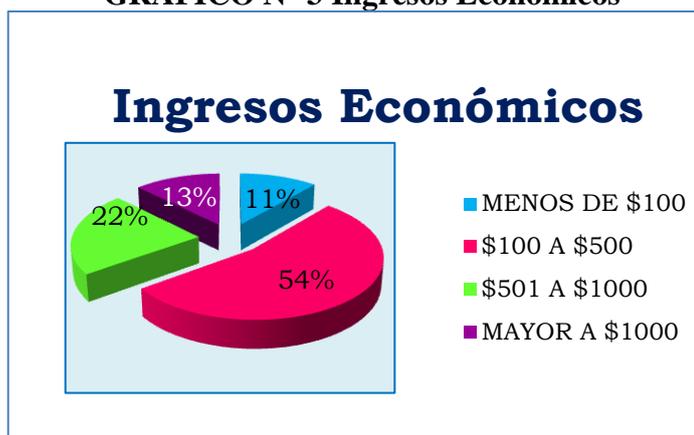
TABLA N° 3 Ingresos Económicos

Ingresos Económicos		
VARIABLES	CANT.	%
MENOS DE \$100	9	11%
\$100 A \$500	43	54%
\$501 A \$1000	18	22%
MAYOR A \$1000	10	13%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 3 Ingresos Económicos



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

Con respecto a los ingresos económicos de los comerciantes del total de 80 encuestas el 54% que representa a 43 personas obtienen un ingreso entre \$100 a \$500, de la misma manera el 22% que constituyen a 18 personas consiguen un mejor ingreso con el \$501 a \$1000 y así mismo quienes consideran tener un mayor ingreso económico en su local comercial son las personas que obtuvieron un porcentaje del 13% representado por 10 comerciantes con un ingreso de mayor a \$1000 y los que menos ingresos obtienen están alrededor del 11% representados por 9 comerciantes. Lo que significa que los potenciales clientes de calzados fluctúan con ingreso entre \$100 a \$1000.

P.2 ¿Qué tiempo tiene ejerciendo esta actividad comercial?

TABLA N° 4 Tiempo ejerciendo actividad económica

Tiempo de actividad económica		
VARIABLES	CANT.	%
DÍAS	0	0%
SEMANAS	1	1%
MESES	9	11%
AÑOS	70	88%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 4 Tiempo ejerciendo actividad económica



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

De acuerdo al total de las 80 encuestas el 88% representado 70 comerciantes tienen años laborando como comerciantes de calzados en el cantón La Libertad, siguiendo con el 11% que constituyen a 9 personas han empezado a laborar en este negocio solo meses, mientras que el 1% que componen a 1 nuevo comerciante que ha emprendido esta función en el mercado en solo semanas.

Por lo tanto se considera que los futuros clientes tienen una mayor experiencia en el mercado con 10 años en esta actividad económica según las encuestas.

P.3 ¿Qué aspecto considera más importante al para adquirir calzados?

TABLA N° 5 Aspecto más importante para adquirir calzados

Aspecto más importantes para adquirir los calzados		
VARIABLES	CANT.	%
PRECIO	50	62%
CALIDAD	18	23%
COMODIDAD	1	1%
MODELO/COLORES	8	10%
DURABILIDAD	0	0%
MARCA	3	4%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 5 Aspecto más importante para adquirir calzados



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

Del total de las personas encuestadas el 62% que equivalen a 50 personas consideran que el precio es un factor esencial que toman en cuenta para adquirir este producto, un 23% representado por 18 personas valoran que la calidad con la que es producida, el 10% que constituyen a 8 personas se inclinan por el modelo y color, así mismo el 4% que componen 3 personas aprecian la marca, y el 1% personas manifiestan que la comodidad es un agente importante al momento de comprar dicho producto. Es decir que la mayoría de los comerciantes encuestados toman como característica importante, el precio como indicador accesible a los calzados.

P.4 ¿Conoce sobre empresas que confeccionen calzados en nuestra provincia?

TABLA N° 6 Empresas que confeccionan calzados en P.S.E

Empresas que confeccionen calzados en P.S.E		
VARIABLES	CANT.	%
SI	6	7%
NO	74	93%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 6 Empresas que confeccionan calzados en P.S.E



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

Del 100% de las encuestas realizadas, se pudo comprobar que un 93% que constituyen a 74 personas desconocen de empresas que confeccionen zapatos en la Provincia de Santa Elena, mientras que el 7% representado por 6 personas si conocen algún lugar.

Por ende este porcentaje menor reveló que son las comunas Valdivia y San Pedro, donde fabrican calzados, pero que en su mayoría solo realizan calzados de mujer.

P.5 ¿Qué marcas adquiere?

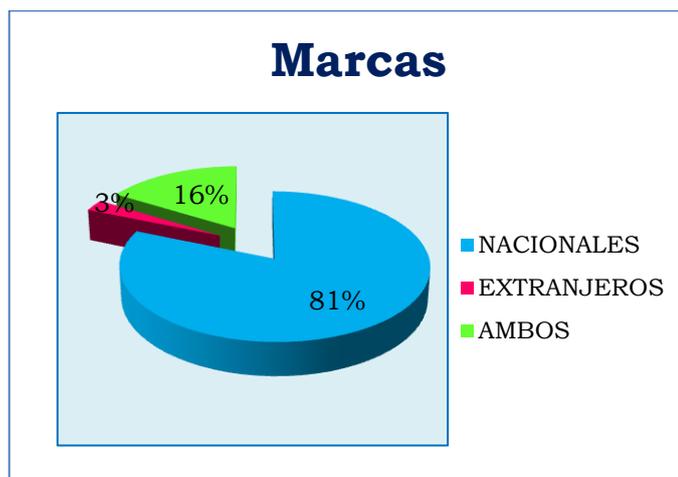
TABLA N° 7 Marcas

Marcas		
VARIABLES	CANT.	%
NACIONALES	65	81%
EXTRANJEROS	2	3%
AMBOS	13	16%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 7 Marcas



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

De acuerdo a los resultados obtenidos de las 80 encuestas el 81% representado por 65 comerciantes prefieren comprar calzados nacionales mientras que el 16% constituidos por 13 personas solo adquieren calzados de marcas extranjeras, y porcentaje restante que es el 3% equivalentes a 2 personas compran calzados de diferentes marcas nacionales y extranjeras. Por lo tanto los clientes de calzados nacionales tendrán un nuevo lugar donde podrán adquirir esta clase de calzados lo que favorecerá a este nuevo emprendimiento.

P.6 ¿Considera importante la trayectoria de una marca al momento de adquirir calzados?

TABLA N°.8 Importancia de la trayectoria de una marca

Importancia de la trayectoria de una marca		
VARIABLES	CANT.	%
SI	72	90%
NO	8	10%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 8 Importancia de la trayectoria de una marca



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

Conforme a los resultados de la encuesta a los 80 comerciantes de calzados, la mayoría de ellos con 90% compuestos por 72 personas, consideran que muy importante la trayectoria en el tiempo de una marca pues la experiencia hace que ofrezca una garantía valiosa en este tipo de producto, aunque el 10% establecidos por 8 comerciantes no consideran demasiado importante la trayectoria de la marca, siempre y cuando una nueva marca cumpla con los estándares de calidad que los clientes cada día exigen.

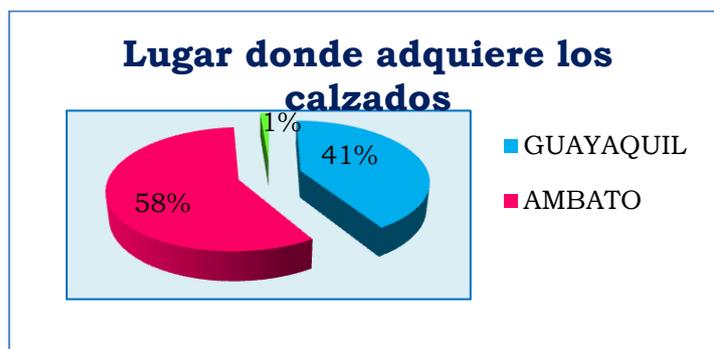
P.7 ¿Dónde adquiere los calzados para su local comercial?

TABLA N° 9 Lugar donde adquiere el calzado

Lugar donde adquiere los calzados		
VARIABLES	CANT.	%
GUAYAQUIL	33	41%
AMBATO	46	58%
SANTA ELENA	1	1%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 9 Lugar donde adquiere el calzado



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

Con respecto a los lugares donde los comerciantes acuden a comprar su producto, se totaliza que el 58% de las 80 encuestas representadas por 46 personas manifestaron que se dirigen a la ciudad de Ambato, muy seguido por el 41% compuesta por 33 personas viajan a la ciudad de Guayaquil por ser el punto mas cercano del comercio del calzado. Asimismo un comerciante adquiere su producto en el cantón de Santa Elena con un valor representado a 1 persona con un 1%. Analizando estos porcentajes se deduce que los pequeños comerciantes necesitan adquirir calzados a un bajo precio pero a la vez que sean de buena calidad, y estos se los ofrecen las fábricas de calzado de la ciudad de Ambato y Guayaquil, mientras que en Santa Elena les ofrecen poca variedad de modelos.

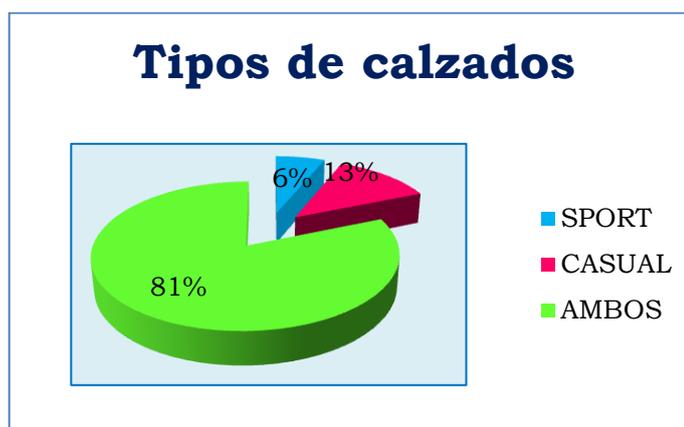
P.8 ¿Qué tipos de calzados vende en su tienda comercial?

TABLA N° 10 Tipos de calzados

TIPOS DE CALZADOS		
VARIABLES	CANT.	%
SPORT	5	6%
CASUAL	10	13%
AMBOS	65	81%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 10 Tipos de calzados



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

Acorde a los resultados obtenidos en las 80 encuestas, el 81% que representan a 65 comerciantes consideran vender calzados casuales y deportivos, el 13% que constituyen a 10 personas prefieren vender calzados casuales mientras que 6% que componen a 5 comerciantes optan por vender solo calzados deportivos.

Lo que representa que es preferible fabricar calzados casuales en la futura fabrica de zapatos a implementarse en el cantón La Libertad.

P.9 ¿Qué líneas de calzado vende más en su tienda comercial?

TABLA N° 11 Líneas de calzados más vendidos

LÍNEAS DE CALZADOS MAS VENDIDOS		
VARIABLES	CANT.	%
HOMBRES	17	21%
MUJERES	19	24%
NIÑOS	15	19%
TODOS	29	36%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 11 Líneas de calzados más vendidos



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

Según las 80 encuestas realizada a los pequeños comerciantes de calzados, manifestaron que los calzados más vendidos son los que están dirigidos a los hombres, mujeres y niños con un 36% que constituyen a 29 locales comerciales, mientras que 24% representados por 19 encuestados manifestaron vender calzado solo para mujeres, muy seguido con un 21% que componen a 17 personas optan por vender calzados solo para caballeros y un 19% que representan a 15 comerciantes venden calzados solo para niños. Lo que indica que es recomendable vender calzados para hombres ya que sería un buen mercado en estas tiendas de calzados.

P.10 ¿Cuántos proveedores de calzado tiene?

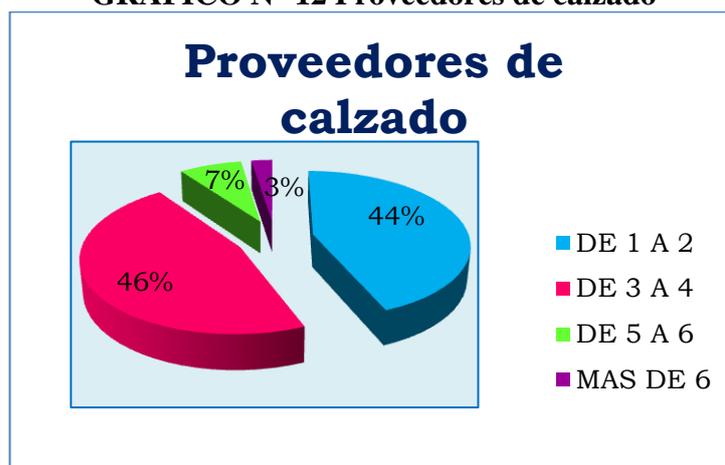
TABLA N° 12 Proveedores de calzado

Proveedores de calzado		
VARIABLES	CANT.	%
DE 1 A 2	35	44%
DE 3 A 4	37	46%
DE 5 A 6	6	7%
MAS DE 6	2	3%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 12 Proveedores de calzado



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

De los datos obtenidos en las 80 encuestas, los comerciantes de calzados de cantón La Libertad cuentan con 3 a 4 proveedores el 46% compuestos por 37 encuestados muy seguido con un 44% representados por 35 comerciantes tienen entre 1 a 2 proveedores, continuamente del 7% constituidos por 6 personas poseen entre 5 a 6 proveedores, y el 3% compuesto por 2 comerciantes manifiestan tener más de 6 proveedores. Estos resultados representan que la nueva industria manufacturera podría ingresar como un proveedor más de calzados para los comerciantes del cantón la Libertad.

P.11 Indique ¿Cuántos de sus proveedores son nacionales?

TABLA N° 13 Proveedores nacionales de calzado

Proveedores nacionales.		
VARIABLES	CANT.	%
NINGUNO	2	2%
MENOS DEL 50%	2	3%
MÁS DEL 50%	4	5%
TODOS	72	90%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 13 Proveedores nacionales de calzado



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

De este análisis se puede concluir que entre las 80 encuestas realizadas, el 90% compuestos por 72 encuestados todos sus proveedores son nacionales, mientras que el 5% representadas por 4 comerciantes tienen en su mayoría proveedores nacionales, mientras que con el mismo número de personas de 4 personas que representan un porcentaje del 2 y 3% los comerciantes de calzados que poseen pocos proveedores nacionales es decir menos de su cincuenta por ciento y ninguno respectivamente lo que significa que estos comerciantes tienen proveedores internacionales.

P.12 ¿Con qué frecuencia realizan pedidos de calzados en su negocio?

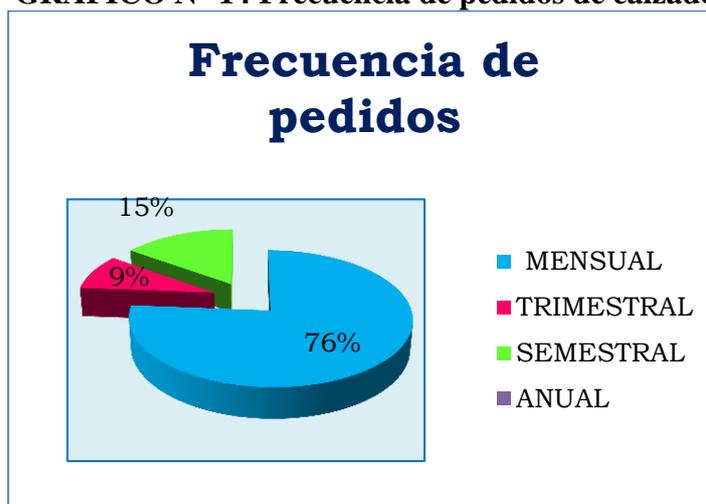
TABLA N° 14 Frecuencia de pedidos de calzado

Frecuencia de pedidos		
VARIABLES	CANT.	%
MENSUAL	61	76%
TRIMESTRAL	7	9%
SEMESTRAL	12	15%
ANUAL	0	0%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 14 Frecuencia de pedidos de calzado



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

En cuanto a la frecuencia que los comerciantes realizan pedidos de calzados se obtuvo como resultado que los 76% representados por 61 comerciantes realizan pedidos mensualmente, el 15% constituidos por 12 encuestados ejecutan su pedido semestralmente, y el 9% compuestos por 7 personas hacen pedidos de calzados cada trimestre del año. Por lo tanto nos representa que se puede vender a los futuros clientes los calzados cada mes obteniendo así un mayor ingreso mensualmente para la industria.

P.13 ¿Cuántas docenas de pares de calzados compran actualmente?

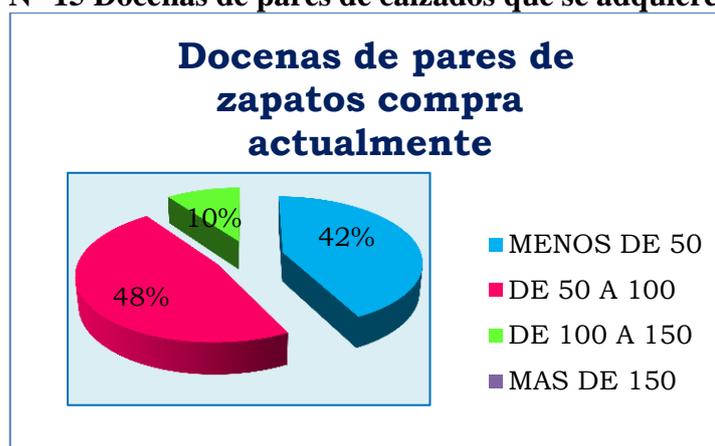
TABLA N° 15 Docenas de pares de calzados que se adquiere actualmente

Docenas de pares de zapatos compra actualmente		
VARIABLES	CANT.	%
MENOS DE 50	34	42%
DE 50 A 100	38	48%
DE 100 A 150	8	10%
MAS DE 150	0	0%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 15 Docenas de pares de calzados que se adquiere actualmente



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

De acuerdo a las 80 encuestas, actualmente los comerciantes compran entre 50 a 100 pares de calzados personificados por el 48% que representan a 38 comerciantes, muy seguido del 42% constituidos por 34 encuestados que adquieren menos de 50 pares de calzados, y el 10% compuestos por 8 comerciantes que compran entre 100 a 150 pares de zapatos actualmente.

Lo que representa para este análisis que se puede abarcar al mercado con una gran representación de este producto en cuanto a pares de calzados entre 50 a 150 pares de calzados mensuales.

P.14 ¿Cómo son las entregas de pedido de calzados?

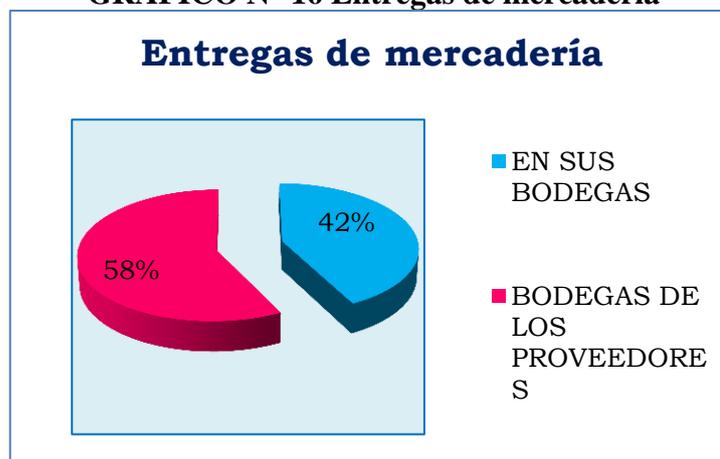
TABLA N° 16 Entregas de mercadería

Entregas de mercadería		
VARIABLES	CANT.	%
EN SUS BODEGAS	34	42%
BODEGAS DE LOS PROVEEDORES	46	58%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 16 Entregas de mercadería



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

Conforme a las 80 encuestas ejecutadas a los comerciantes de calzados, indican que al momento de hacer el pedidos de su producto tienen que dirigirse a las bodegas de sus proveedores para retirar su mercadería, mostrando un porcentaje de 58% representados por 46 comerciantes, de la misma manera el 42% constituidos por 34 encuestados indican que los proveedores se dirigen a su lugar de comercialización a entregarle sus pedidos de calzados ahorrándoles el gasto de transporte.

Por lo que indica que es factible que la industria se implemente en este cantón por ser el sector comercial de la provincia de Santa Elena.

P.15 ¿Cómo son los pagos en las órdenes de compra de calzados?

TABLA N° 17 Pagos a proveedores

Pagos a proveedores		
VARIABLES	CANT.	%
DENTRO DE LOS 30 PRIMEROS DÍAS	63	79%
DENTRO DE LOS 45 PRIMEROS DÍAS	13	16%
DENTRO DE LOS 60 PRIMEROS DÍAS	4	5%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 17 Pagos a proveedores



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

Del total de las personas encuestadas que equivale a un 100%, se determina que un 79% que representa a 63 personas realizan los pagos a los proveedores dentro de los 30 primeros días, el 16% que constituyen a 13 personas ejecutan los pagos a sus proveedores dentro de 45 días luego que realizan el pedido y el 5% que establecen a 4 personas encuestadas manifestaron realizar sus pagos dentro de los 60 primeros días. Por ende significa que los comerciantes de calzados no les gusta estar endeudados por mucho tiempo por eso prefieren realizar sus pagos de manera inmediata.

P.16 ¿Qué acogida tiene su tienda de calzado dentro del centro comercial donde se encuentra?

TABLA N° 18 Posicionamiento en el mercado

Posicionamiento en el mercado		
VARIABLES	CANT.	%
MUY BUENA	28	35%
BUENA	46	57%
REGULAR	6	8%
NULA	0	0%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 18 Posicionamiento en el mercado



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

Con respecto al posicionamiento en el mercado en cuanto a las tienda de calzados de los comerciantes, del total de 80 encuestas el 57% que representa a 46 comerciantes mencionaron que la concurrencia a su local es buena, el 35% que constituyen a 28 personas manifiestan que su posicionamiento es muy buena, mientras que el 8% representados por 6 personas dicen que la acogida por parte de sus clientes es regular.

Por lo que nos muestra que sería factible venderles a estos locales de calzados que mencionaron que su posicionamiento es bueno y muy bueno en el mercado en que se encuentran.

P17. ¿Qué medio utiliza para dar a conocer su negocio?

TABLA N° 19 Medios para realizar publicidad

Medios para realizar publicidad		
VARIABLES	CANT.	%
TELEVISION	0	0%
PRENSA ESCRITA	0	0%
RADIO	8	10%
AMIGOS	35	44%
FAMILIA	24	30%
OTRO:	13	16%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 19 Medios para realizar publicidad



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

Del 100% de las personas encuestadas, el 44% que equivale 35 personas informan de la venta de calzado por medio de sus amigos, mientras que el 30% que representan 24 personas los hace a través de la familia, de la misma manera el 16% constituyendo a 13 personas manifestaron realizar la publicidad de su local a través de otros medios como las redes sociales, y como ultimo medio de publicidad revelaron a la radio que está representado por 8 personas que equivalen a un 10%. El medio más conveniente para realizar la publicidad del calzado será aparte de la familia, amigos y la prensa radial.

P.18 ¿Estaría dispuesto a ofrecer una nueva marca nacional de calzados para caballeros, que cumpla con todos los requerimientos?

TABLA N° 20 Disposición a ofrecer una nueva marca nacional de calzados para caballeros

Disposición a ofrecer una nueva marca nacional de calzados para caballeros		
VARIABLES	CANT.	%
SI	59	74%
NO	21	26%
TOTAL	80	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 20 disposición a ofrecer una nueva marca nacional de calzados para caballeros



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

De acuerdo a los resultados obtenidos de las 80 encuestas el 74% representado por 59 comerciantes están dispuestos a mostrar una nueva marca calzados en su tienda de calzado, siempre y cuando se cumpla con todos los requerimientos, mientras que el 26% representados por 21 personas o están de acuerdo que ingrese al mercado una nueva marca d calzados. Por lo que se representa que la mayoría en la disposición de compra de los comerciantes, si estarían dispuestos a colocar en las perchas de sus locales una nueva marca de calzados.

P.19 ¿Cuál es el precio promedio que estaría dispuesto a pagar por este tipo de calzados?

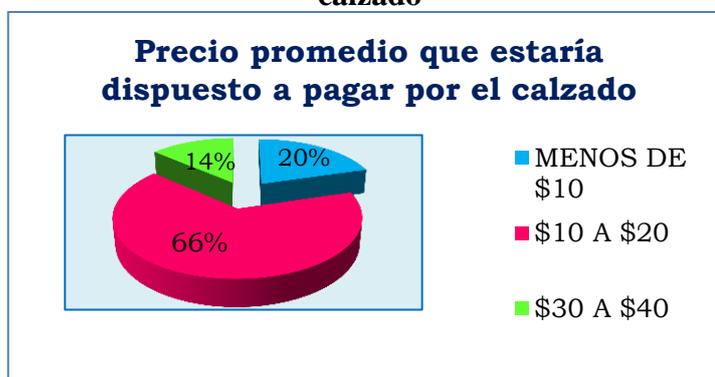
TABLA N° 21 Precio promedio que estaría dispuesto a pagar por el calzado

Precio promedio que estaría dispuesto a pagar por el calzado		
VARIABLES	CANT.	%
MENOS DE \$10	12	20%
\$10 A \$20	39	66%
\$30 A \$40	8	14%
MÁS DE \$40	0	0%
TOTAL	59	100%

Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

GRÁFICO N° 21 Precio promedio que estaría dispuesto a pagar por el calzado



Fuente: Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

Conforme a las 59 personas que contestaron que estarían dispuestos a ofrecer el calzado en sus perchas, el 66% representadas por 39 personas respondieron que estaría dispuestos a cancelar entre \$10 a \$20 por cada par, el 20% equivalentes por 12 comerciantes manifestaron que el precio promedio a cancelar por los calzados es de menos de \$10, asimismo el 14% compuestos por 8 personas revelaron estar dispuestos a cancelar entre \$30 a \$40. Lo que significa que el precio promedio a ofrecer por los futuros calzados está entre los precios de \$20 a \$40.

3.4 CONCLUSIONES

- En conclusión la técnica de la observación, sirvió para identificar que en el centro económico del cantón La Libertad se encuentran aproximadamente 100 tiendas de calzados, donde la mayoría de los comerciantes se enfocan en brindar un buen servicio a sus clientes, asimismo son muy competitivos y buscan la fidelidad de cada uno de ellos.
- La técnica de la entrevista, se permitió identificar varias estrategias que los administradores de CAL-APOS utilizan a diario, entre la cual se prevaleció el componente estratégico de competitividad, además dialogaron como se enfrenta frente a los proveedores de cuero, cuando no cumplen con la orden de pedido, entre otros obstáculos que se le presentan en su industria manufacturera.
- Y la técnica de la encuesta que se ejecutó, se pudo diferenciar los gustos y preferencia de cada comerciantes que labora en el centro económico formal del calzado, donde supieron mencionar que desconocen que en la provincia de Santa Elena se realice calzado para caballeros, de igual manera la mayoría de los encuestados estarían de acuerdo que una fábrica de calzados se implemente en esta ciudad, ya que les ahorraría muchos gastos y tiempo, por el motivo que cada vez que necesitan calzados tienden a viajar a las ciudades de Guayaquil y Ambato hacer sus compras.

3.5 RECOMENDACIONES

- La recomendación para la técnica de observación es que los comerciantes del centro económico de la ciudad La Libertad, deberían apoyarse y trabajar en unión al momento de ejecutar su labor dentro del centro comercial donde se encuentran, pues existe muy poco compañerismo y egoísmo al momento que en sus locales llega un nuevo cliente y necesita de un producto que están a su alcance.

- Para la técnica de la entrevista, se recomienda obtener más información en cuanto a la experiencia de los dueños de fábrica de calzados, pues es necesario obtener información de un experto de la ciudad de Ambato, ya que la encuesta los pequeños comerciantes nombraron varias veces a esta ciudad como proveedor importante del calzado.
- Por último la recomendación que mencionaron los pequeños comerciantes del calzado formal de la ciudad de la Libertad mediante la técnica de la encuesta, es que en la provincia de Santa Elena debería implementarse una fábrica de calzados que satisfaga sus necesidades ya así pueden economizarían dinero y tiempo, cada vez que viajan a las ciudades de Guayaquil y Ambato a realizar las compras del calzado.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE CALZADOS PARA CABALLEROS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA.

4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

4.1.1. Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado se basa en dividir un mercado en partes pequeñas llamados segmentos, estos grupos no son escogidos aleatoriamente, sino que por el contrario deben tener ciertas características en común para que los integrantes del segmento sean homogéneos y de esta forma se pueda identificar las necesidades y expectativas del segmento. Analizando el mercado donde el calzado competirá, se llega a la conclusión de que se enfrentará a una demanda poca satisfecha, pero no saturada pues al querer introducir un aspecto diferenciador, se pudo encontrar el nicho de mercado por lo tanto la pequeña industria manufacturera de calzados para caballeros tiene segmentado su mercado hacia los comerciantes de los centros comerciales y tiendas de calzados del cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena. La empresa realizará ventas de forma directa a los clientes, los mismos que se convertirán en canales de distribución para que el calzado llegue al consumidor final (caballeros de la provincia de Santa Elena).

4.1.2. Determinación de la población objetivo

Para determinar la población objetivo de este proyecto se procedido a investigar en los datos del INEC 2010, ya que como se ha mencionado anteriormente los

calzados están dirigido a los hombres de la provincia de Santa Elena (156.862 hombres), que tengan como preferencia el uso formal e informal del calzado del cuero, como son los calzados tubulares (casuales) y calzados deportivos (Sport).

Pero debido a que en este proyecto no se comercializará directamente el producto al consumidor final, si no que se distribuirá a los principales comerciantes de calzado de la ciudad de La Libertad, convirtiendo así en la población objetivo de estudio. Se espera obtener aceptación necesaria de ambas partes, es decir del cliente directo e indirecto ya que como consumidor final determinará su satisfacción y el comercializador será el principal nexo del este proceso beneficiándose igualmente con los clientes.

4.1.3. Identificación de los clientes meta

4.1.3.1. Género

Como la industria manufacturera fabricará calzados para caballeros, los consumidores finales serán del género masculino, y según datos del Instituto Nacional Ecuatoriano de Censos y Estadísticas existen aproximadamente 156.862 clientes indirectos en la provincia de Santa Elena. Mientras que los comerciantes de calzados, para este estudio serán los clientes directos de este proyecto siendo de género masculino y femenino ya que según los datos obtenidos de la encuestas, muestran que existen en el mercado del calzado del cantón La Libertad el 43% mujeres y 57% hombres emprendedores en este nicho de mercado.

4.1.3.2. Edad

La edad que oscila los clientes indirectos, se encuentran entre 15 años hasta 95 años de edad, ya que según datos del Instituto Nacional Ecuatoriano de

Estadísticas y Censos, muestra que estos habitantes de esta edad corresponden a un total del 33,58% del total de la población de los hombres de la provincia de Santa Elena.

Asimismo los clientes directos, se encuentran entre la edad 27 a 45 años, ya que según el informe de la encuestas representan un 88% del 100% de los comerciantes encuestados.

4.1.3.3. Ingreso aproximado

El ingreso de los habitantes de la provincia de Santa Elena en su mayoría tienen como ingreso el sueldo básico ya que en su totalidad los caballeros son, empleados de empresas privada, jornaleros o peones y empleados u obreros del estado y se encuentran bien remunerados para adquirir un promedio de dos pares de calzados al año en sus centros comerciales de preferencia.

El ingreso de los comerciantes de calzados según datos de la encuesta oscila entre \$100 a \$1000 correspondientes a un 89% del total del 100% correspondiente a las 80 encuestas.

4.1.3.4. Geografía

Los clientes indirectos de la fábrica de calzados, se encuentran en la provincia de Santa Elena, divididos en los cantones de La Libertad (48.030 con el 30,6%), Salinas (35.436 con el 22,6%) y Santa Elena (73.396 con el 46,8%) correspondientemente a datos del INEC.

Mientras que los clientes directos de la industria de calzados, se encuentran ubicados en el centro económico del cantón La Libertad, en los principales centros comerciales de esta ciudad y las tiendas formales de calzados.

4.1.4. Frecuencia de uso/compra

La frecuencia de compra de uso y compra de los habitantes de la provincia de Santa Elena, varían según las festividades de cada barrio, parroquia, comuna y ciudad de esta región puesto que cada vez que existe alguna celebración o ceremonia acuden a los principales centros comerciales del cantón La Libertad a comprar la vestimenta adecuada acompañado de un par de calzados.

En cambio la frecuencia de compra de los comerciantes de este cantón es mensual con una representación de 76% del total del 100% de los resultados obtenidos en la encuesta donde compran entre 50 a 100 pares de calzados al mes actualmente con un porcentaje del 48%.

Además manifestaron que cada mes acuden a las ciudades de Guayaquil y Ambato adquirir los calzados que muestran en sus locales comerciales.

4.1.5. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda de los clientes indirectos se tomo en cuenta la tasa de crecimiento poblacional del año 2010 que el Instituto Nacional Ecuatoriano de Censos y Estadísticas presentó con un 2,03%, más el porcentaje de la edad que corresponde a la población de hombres de la provincia de Santa Elena que es del 33,58%.

Lo que demuestra que para y para después de diez años en curso la demanda crecería 207830 a posibles clientes para los comerciantes de calzados.

CUADRO N° 4 Proyección de la demanda indirecta

Años	Índice de Crecimiento	Población de hombres en PSE	% de caballeros que oscilan entre 15 a 95 años de edad	Demanda Proyectada
2013	2,36%	168232	33,58%	56492
2014		172202		57826
2015		176266		59190
2016		180426		60587
2017		184684		62017
2018		189043		63481
2019		193504		64979
2020		198071		66512
2021		202745		68082
2022		207530		69689
2023		212428		71333
2024		217441		73017

Fuente: INEC

Elaborado por: Gloria Peña Indio

De la misma forma para proyectar la demanda de los clientes directos de la empresa se tomó los siguientes datos:

1.- Se consideró el resultado de la pregunta No. 18 de la encuesta (*¿Estaría dispuesto a ofrecer una nueva marca nacional de calzados para caballeros, que cumpla todos los requerimientos?*)

- ❖ Si: 59
- ❖ No: 21

2.- de las 59 personas que contestaron positivamente se consideró el resultado de la pregunta No.13 de la encuesta (*¿Cuántas docenas de pares de zapatos compran actualmente?*)

Los 59 comerciantes mencionaron que adquieren calzados mensualmente.

CUADRO N° 5 Adquisición de calzados mensuales

Calzados Mensuales		Promedio del calzado	calzados Mensual
MENOS DE 50	27	50	1350
DE 50 A 100	29	75	2175
DE 100 A 150	3	125	375
MAS DE 150	0	0	0
TOTAL	59		3900

Fuente: Encuestas ejecutadas a los pequeños comerciantes de calzados

Elaborado por: Gloria Peña Indio

3.- El total de la adquisición mensual de los calzados es multiplicado por los 12 meses del año donde:

❖ 3.900 calzados mensuales x 12 meses: 46.800

Los 46.800 pares de calzados corresponden a la adquisición anual del 2013.

4.- Para proyectar la demanda a 10 años, se tomo en cuenta el porcentaje del Producto Interno Bruto del **2.35%**.

CUADRO N° 6 Proyección de demanda directa

Años	PIB	Demanda anual de calzados
2013	2,35%	46800
2014		47900
2015		49025
2016		50178
2017		51357
2018		52564
2019		53799
2020		55063
2021		56357
2022		57681
2023		59037
2024		60424

Fuente: Encuestas a los pequeños comerciantes de calzados

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

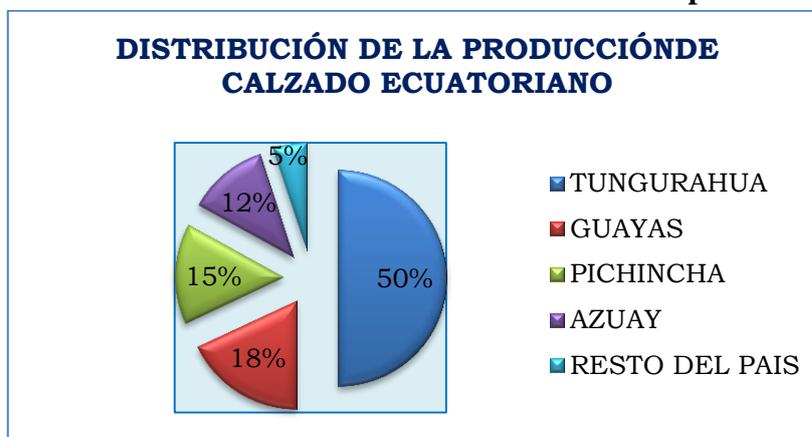
4.2.1. Identificación de los competidores

De acuerdo a los resultados de la encuesta los comerciantes mencionaron que sus principales proveedores se encuentran en las ciudades de Guayaquil con un 41% y Ambato con el 58%, lo que demuestra que en estas ciudades se localizan los principales competidores de este proyecto.

También hay que tomar en cuenta que existen otras provincias donde de igual manera fabrican el calzado como son Pichincha y Azuay, y que están empezando a tomar el mercado insatisfecho del país, y donde se encuentra ubicada la provincia de Santa Elena. Donde Tungurahua donde se concentra el 50% de la producción nacional, seguida de Guayas con el 18%, Pichincha está en tercer lugar con el 15%, Azuay con el 12%, entre otras.

Mientras que la producción nacional de calzado pasó entre 2008 y 2012 de 12 millones de pares a 30 millones. Lo que significa que el incremento de la producción del calzado es del 20% anual.

FIGURA N° 8 Producción de calzado en el país



Fuente: INEC

Elaborado por: Gloria Peña Indio

De acuerdo a la investigación realizada al INEC, se pudo proyectar la oferta del calzado a nivel nacional, ya que según los datos obtenidos en la encuesta, los comerciantes mencionaron que las provincias donde acuden a comprar el calzado son en las provincia del Guayas, Tungurahua, y Santa Elena. Sin embargo en la provincia de Santa Elena no se fabrica calzados de caballeros por ende para proyectar la oferta se tomo el valor total de la demanda actual de 46800 un porcentaje como mercado meta donde los calzados deportivos tendrán un 20% y los calzados casuales o tubulares un 25%.

CUADRO N° 7 Mercado meta para calzados

AÑOS	Demanda anual de calzados	CALZADOS DEPORTIVOS				CALZADOS CASUALES				VENTAS TOTALES
		Mercado Meta	Total Mercado	PRECIO	VENTAS	Mercado Meta	Total Mercado	PRECIO	VENTAS	
2013	46800	20%	10764	18,00	193752,00	25%	11700	16,00	187200,00	380952,00
2014	47900		11017	18,50	203778,39		11975	16,44	196887,34	400665,73
2015	49025		11276	19,01	214323,64		12256	16,90	207075,98	421399,62
2016	50178		11541	19,53	225414,59		12544	17,36	217791,87	443206,46
2017	51357		11812	20,07	237079,48		12839	17,84	229062,30	466141,78
2018	52564		12090	20,62	249348,01		13141	18,33	240915,95	490263,96
2019	53799		12374	21,19	262251,42		13450	18,84	253383,02	515634,44
2020	55063		12665	21,78	275822,56		13766	19,36	266495,23	542317,80
2021	56357		12962	22,38	290096,00		14089	19,89	280285,99	570381,98
2022	57681		13267	23,00	305108,06		14420	20,44	294790,39	599898,45
2023	59037		13579	23,63	320896,97		14759	21,01	310045,38	630942,36
2024	60424		13898	24,28	337502,94		15106	21,59	326089,80	663592,74

Fuente: Encuesta elaborada a Pequeños comerciantes de calzados del cantón La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

La suma total de estos porcentajes se consideró para proyectar la oferta de esta investigación, donde arrojo los siguientes datos:

CUADRO N° 8 Proyección de la oferta de calzado

AÑOS	OFERTA DE CALZADOS
2013	22464
2014	22992
2015	23532
2016	24085
2017	24651
2018	25231
2019	25823
2020	26430
2021	27051
2022	27687
2023	28338
2024	29004

Fuente: Encuesta a pequeños comerciantes de calzados de La Libertad

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.3. DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha de este proyecto se procedió a tomar en cuenta la proyección de la oferta y demanda demostrada en los ítems anteriores.

CUADRO N° 9 Demanda insatisfecha

Demanda anual de calzados	Oferta anual de calzados	Demanda insatisfecha
46800	22464	24336
47900	22992	24908
49025	23532	25493
50178	24085	26092
51357	24651	26705
52564	25231	27333
53799	25823	27975
55063	26430	28633
56357	27051	29306
57681	27687	29994
59037	28338	30699
60424	29004	31421

Fuente: Encuesta elaborada a Pequeños comerciantes de calzados de La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

Con los datos obtenidos anteriormente se establece la brecha de mercado que se encuentra insatisfecha, donde se podrán incursionar con el producto y que en la realidad cubierta muchas veces por los productores que se encuentran fuera de la provincia de Santa Elena.

4.4. MARKETING MIX

4.4.1. Producto

El producto que va a ofrecerse al mercado comercial del cantón La Libertad es el calzado de cuero tubular y Sport, de alta calidad, con diseño propio y exclusivo

acorde a las tendencias y gustos que rigen en la mente de los consumidores peninsulares.

FIGURA N° 9 Calzados Sport



Fuente: Industrias CAL-APOS
Elaborado por: Ing. Félix González

FIGURA N° 10 Calzados casuales



Fuente: Industrias CAL-APOS
Elaborado por: Ing. Félix González

Los calzados estarán fabricados con materia prima de la mejor calidad a nivel nacional, lo que le dará una larga durabilidad y comodidad al producto y que por ende garantizará la calidad del calzado y satisfacción del cliente.

Además producto tendrá una presentación en una caja que presente todas sus características de fabricación del calzado llevando consigo la etiqueta que representa la nacionalidad del mismo con el eslogan “mucho mejor si es hecho en Ecuador”.

FIGURA N° 11 Presentación de los calzados



Fuente: Calzados GLOP
Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.4.2. Logo y nombre del producto

El nombre del producto será “GLOP”.

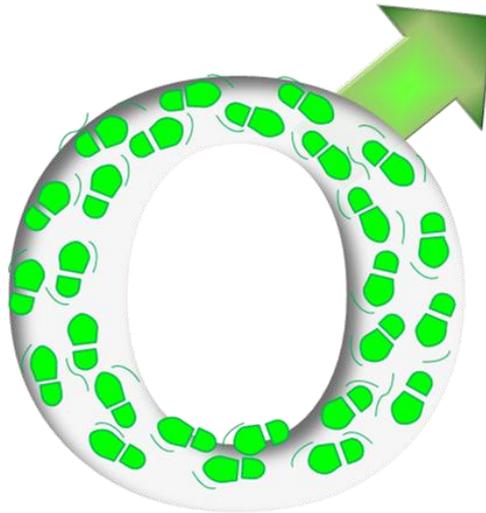
FIGURA N° 12 Nombre de los calzados



Fuente: Calzados GLOP
Elaborado por: Gloria Peña Indio

Y tendrá como logo, el signo que representa a los hombres, pero en este diseño tendrá huellas alrededor del signo.

FIGURA N° 13 Logo calzados



Fuente: Calzados GLOP
Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.4.3. Precio

Para poder establecer el valor monetario del calzado es importante realizar un estudio previo para su respectivo cálculo, donde se debe constar con los precios de la competencia y los costos de fabricación.

Aunque hay que tomar en consideración los resultados del estudio de mercado realizado los encuestados, donde se les preguntó el precio promedio que estarían dispuestos a cancelar por un nuevo calzado entre \$10 a \$20.

4.4.3.1. Estrategias de Precio

La estrategia de precio que se optó para este producto:

- ❖ Identificando el precio de la competencia
- ❖ Considerar la mano de obra, la materia prima y los gastos

Por lo tanto la determinación el precio de venta al público del calzado fue un precio competitivo para el mercado. Por tales motivos se estableció un precio de \$18 por el calzado Sport y de \$16 el calzado tubular.

Así mismo para proyectar el precio se tomo en consideración el porcentaje de inflación de prendas de vestir y calzados que proyectó el B.C.E con el 0,23%.

Y para programarlo anualmente se multiplico por los 12 meses del año arrojando un porcentaje del 2,76%. Tomando en cuenta el porcentaje de inflación, la proyección de los calzados Sport y casuales son las siguientes:

CUADRO N° 10 Proyección del precio del calzado Sport

CALZADOS SPORT	
AÑOS	PRECIO
2013	18,00
2014	18,50
2015	19,01
2016	19,53
2017	20,07
2018	20,62
2019	21,19
2020	21,78
2021	22,38
2022	23,00
2023	23,63
2024	24,28

Fuente: Proyección del precio del calzado Sport
Elaborado por: Gloria Peña Indio

CUADRO N° 11 Proyección del precio del calzado Casual

CALZADOS TUBULARES	
AÑOS	PRECIO
2013	16,00
2014	16,44
2015	16,90
2016	17,36
2017	17,84
2018	18,33
2019	18,84
2020	19,36
2021	19,89
2022	20,44
2023	21,01
2024	21,59

Fuente: Proyección del precio del calzado casual
Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.4.4. Estrategias de distribución

En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Además se considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Existen varias estrategias de distribución en el mercado para que el calzado llegue al consumidor final, pero hay que tomar en cuenta la ubicación de la industria manufacturera y la comercialización del producto en la región.

4.4.4.1. Identificación del canal óptimo

Para identificar el canal óptimo de la distribución del calzado, se consideró que el modo más preciso es de distribuir el producto. Por tal motivo se estableció

distribuir los calzados de forma directa y distribuir el calzado de la empresa hacia las bodegas de abastecimiento de los diferentes centros comerciales y tiendas de calzados que adquieran el producto, siendo entregado a los responsables del área de compras y bajo supervisión del encargado de bodega.

FIGURA N° 14 Distribución del calzado



Fuente: Distribución del calzado
Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.4.5. Promoción

En la promoción se encuentran puntos importantes que deben tomarse en cuenta como la promoción de ventas, fuerza de ventas, publicidad, relaciones públicas, y servicios post-ventas. Por tal motivo la promoción que se va a realizar es el descuento del 5% por la compra de los calzados al contado, además por fechas especiales como el día del padre y navidad con un descuento del 10% por cada compra que realicen.

Con respecto a la publicidad se realizarán campañas publicitarias en las ferias de calzado que el ministerio de productividad está realizando en todo el país, y así se podrá promocionar el calzado exaltando las características que lo diferencian de los demás como son el diseño, la calidad y la comodidad, así como también por

las redes sociales como el Outlook, Facebook y Twiter, creándoles sus respectivas cuentas ejemplo: calzados_glop@outlook.com.

4.4.5.1. Presupuesto de Promoción

El presupuesto que se considerará para la promoción del calzado se detalla a continuación:

CUADRO N° 12 Presupuesto de promoción

GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN				
CONCEPTO	CANT.	MENSUAL	TOTAL MENSUAL	ANUAL
PUBLICIDAD				
Tarjetas de presentación	X	20,00	20,00	240,00
Flyers	X	100,00	100,00	300,00
TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD	0	120,00	120,00	540,00

Fuente: Presupuesto de promoción

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.4.6. Estrategias de competitividad

Las estrategias de competitividad a utilizarse son las siguientes:

- Ofrecer a los clientes un par de calzados gratis la primera vez después de comprado, esto como incentivo a volver.
- Buscar auspicios en eventos sociales de asistencia masiva, para dar a conocer el producto entre la población en general.
- Repartir flyers en las zonas aledañas a los centros comerciales.

4.5. ESTUDIO TÉCNICO

4.5.1. Infraestructura de la pequeña industria de calzados



Fuente: Floorplanner.com

Elaborado por: Gloria Peña Indio

La infraestructura de la pequeña industria de calzados está dividida por la parte administrativa y productiva. Donde en los departamentos administrativos se encuentran las áreas de Gerencia, contabilidad y administración, mientras que las áreas productivas esta el departamento de producción, diseño y áreas fabricadoras del calzado.

4.5.2. Capacidad instalada

La industria para satisfacer la demanda del mercado cuenta con la capacidad instalada necesaria, es decir con las maquinarias suficientes para producir la cantidad de producto que se venderá.

Se considera que la capacidad máxima instalada dependerá del personal contratado, la maquinaria y los procesos de producción que se apliquen para la elaboración de los pares de zapatos deseados. La capacidad instalada de la empresa estará en funcionamiento 8 horas diarias, tiempo en el que se producirán

100 pares diarios, considerando un margen de error del 20%, por lo tanto el total de unidades a producir por día será de 80 pares.

CUADRO N° 13 Capacidad instalada de las maquinarias

MAQUINARIAS	CANTIDAD	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
Detalladora	1	300	100 pares
Máquina de postes	3	300	100 pares
Trocaladora manual	1	300	100 pares
Selladora	1	600	200 pares
Horno secador	1	600	200 pares
Pulidora	1	600	200 pares
Horno de reactivo	1	600	200 pares
Prensadora	1	600	200 pares

Fuente: Industrias CAL-APOS
Elaborado por: Gloria Peña Indio

CUADRO N° 14 Volumen de producción

PRODUCCIÓN	UNIDADES
DIARIA	80
SEMANAL	400
MENSUAL	2000
ANUAL	24000

Fuente: Volumen de producción
Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.5.3. Ubicación de la industria manufacturera de calzados

La industria manufacturera de calzados es una empresa pionera de la rama industrial dentro de la Península de Santa Elena, ya que cuenta con estándares de tecnología, con maquinarias y equipos sofisticados elaborados por nuestros artesanos industriales ecuatorianos, los cuales sirven esencialmente para la

producción del calzado, la empresa aplica estándares de calidad las mismas que son maneja a nivel internacional obteniendo un producto de la alta calidad.

La planta está ubicada en el cantón La Libertad-Provincia de Santa Elena, debido a varios factores como: las vías de acceso que esta posee, y también un factor muy importante es el clima comercial ya que le permite realizar con facilidad las negociaciones con los comerciantes de calzados de este sector.

Para efectos de la localización de la industria se consideró factores y datos se procedió a ponderar dichos factores la cual dio como resultado que el lugar adecuado para crear la empresa es el cantón La Libertad.

CUADRO N° 15 Ubicación de la industria

FACTORES	PONDERACIONES	LOCALIZACIÓN					
		SANTA ELENA		LA LIBERTAD		SALINAS	
Transportación de la Materia Prima	0,2	0,6	0,12	0,6	0,12	0,5	0,10
Proximidad a los proveedores	0,2	0,4	0,08	0,2	0,04	0,1	0,01
Espacio Físico para la Instalación	0,2	0,7	0,14	0,6	0,12	0,3	0,06
Ambiente Comercial del Calzado	0,2	0,5	0,10	0,9	0,18	0,5	0,10
	1		0,44		0,46		0,27

Fuente: Ubicación de la industria

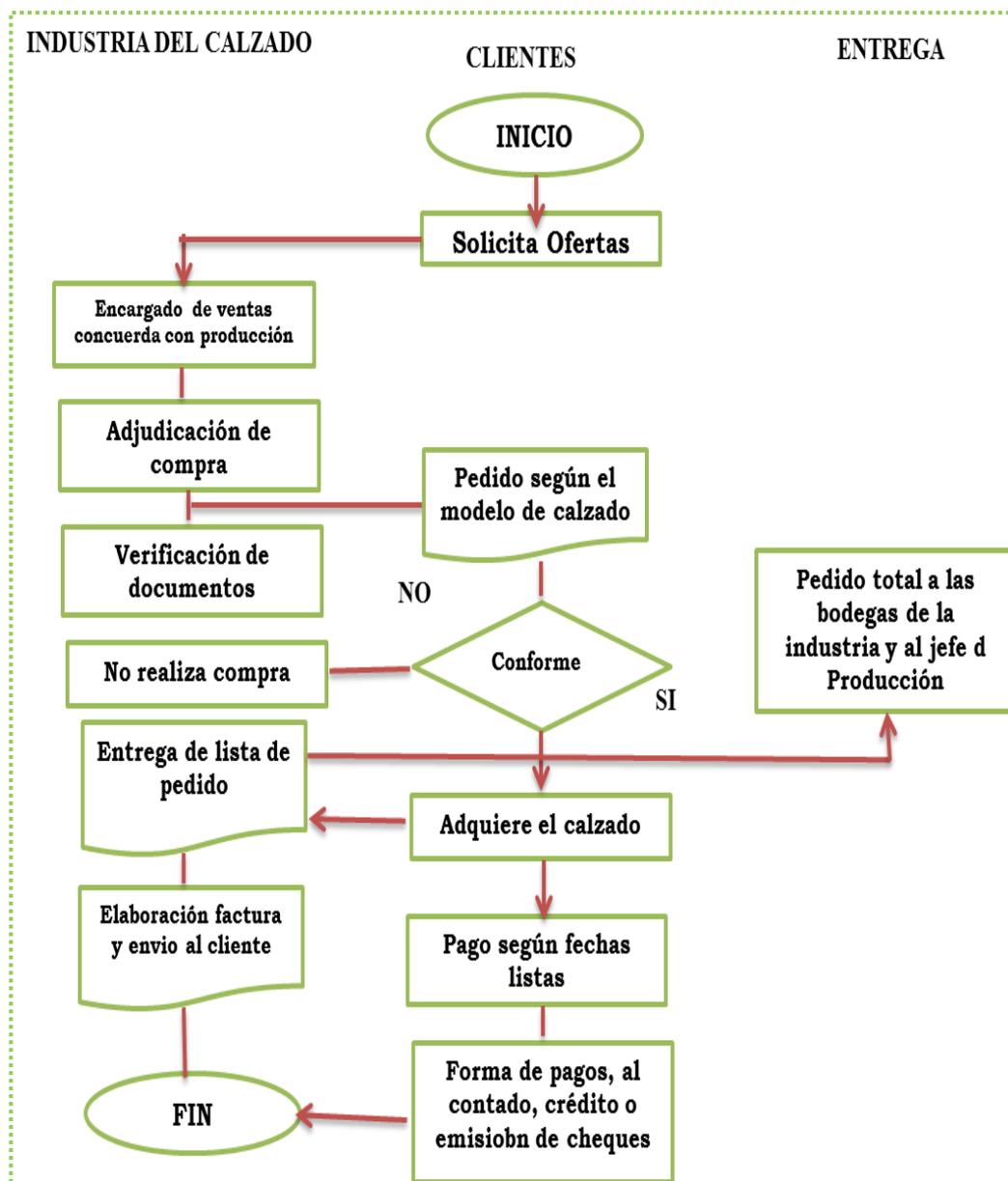
Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.5.4. Descripción de los procesos de venta del calzado

Para esta etapa hay que tomar en cuenta los procesos que realizan la industria de calzado, y el cliente, para poder realizar la respectiva entrega de los pedidos de calzados y así terminar el proceso de compra y venta del mismo. Obteniendo así una mejor organización en la compra y venta del producto en este sector comercial de la provincia de Santa Elena.

De tal manera se ha realizado un diagrama de flujos de proceso, donde se detalla cada paso, desde la solicitud del producto hasta la realización de las facturas y envío del calzado a las bodegas de los comerciantes.

4.5.4.1. Diagrama de flujos de los procesos



Fuente: Diagrama de flujo de los procesos
 Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.5.5. Descripción del proceso de producción del calzado

El proceso de fabricación de calzado de cuero para hombres, no ha variado significativamente desde sus inicios.

Cabe recalcar que para la elaboración del calzado se necesitará de máquinas mecánicas y con la mano de obra artesanal que se encargarán de darle los detalles al calzado. El proceso estándar de fabricación del calzado:

1.- DISEÑO Y MODELADO DEL ZAPATO: Para realizar el calzado se diseña y modela el calzado, donde se sacan los moldes o patrones para ser cortadas y realizar el respectivo proceso hasta tener un producto terminado.

2.- CORTE.- Consiste en realizar el respectivo corte se clasifica los tipos de materiales a utilizar, en especial el cuero ya al adquirirla ostenta rayas, marcas, e incluso garrapatas. Luego se realiza el corte mediante los moldes y de acuerdo con la medida que se requiera para darle forma al calzado, considerando el modelo diseñado. Cabe recalcar que cada zapato lleva de 5 a 8 piezas según el patrón, donde sale codificado con el número y talla del calzado.

3.- PREPARADO.- Se pintan los filos, se marca la costura colocándole puntos donde van los detalles del calzado con la trocaladora manual, según el diseño acordado.

4.- ÁREA DE DETALLADO.- En esta área se prepara el cuero para poder juntar las piezas del calzado, en la maquina detalladora.

5.- ÁREA DE APARADO O DESPUNTE.- Se unen las piezas según el modelo del calzado, donde primero se pegan las piezas para poder cocerlas en las

maquinas de postes. Además en este proceso se cosen las etiquetas, forros y se prepara la plantilla. Si el calzado es de tipo tubular se incrementa el área de empiolado donde se une la placa con el larguero.

6.- ÁREA DE ARMADO.- Se le da forma al calzado acoplándole a la horma. Luego se ingresa el calzado al horno de envejecimiento o secado para tener el proceso de secado y conformado.

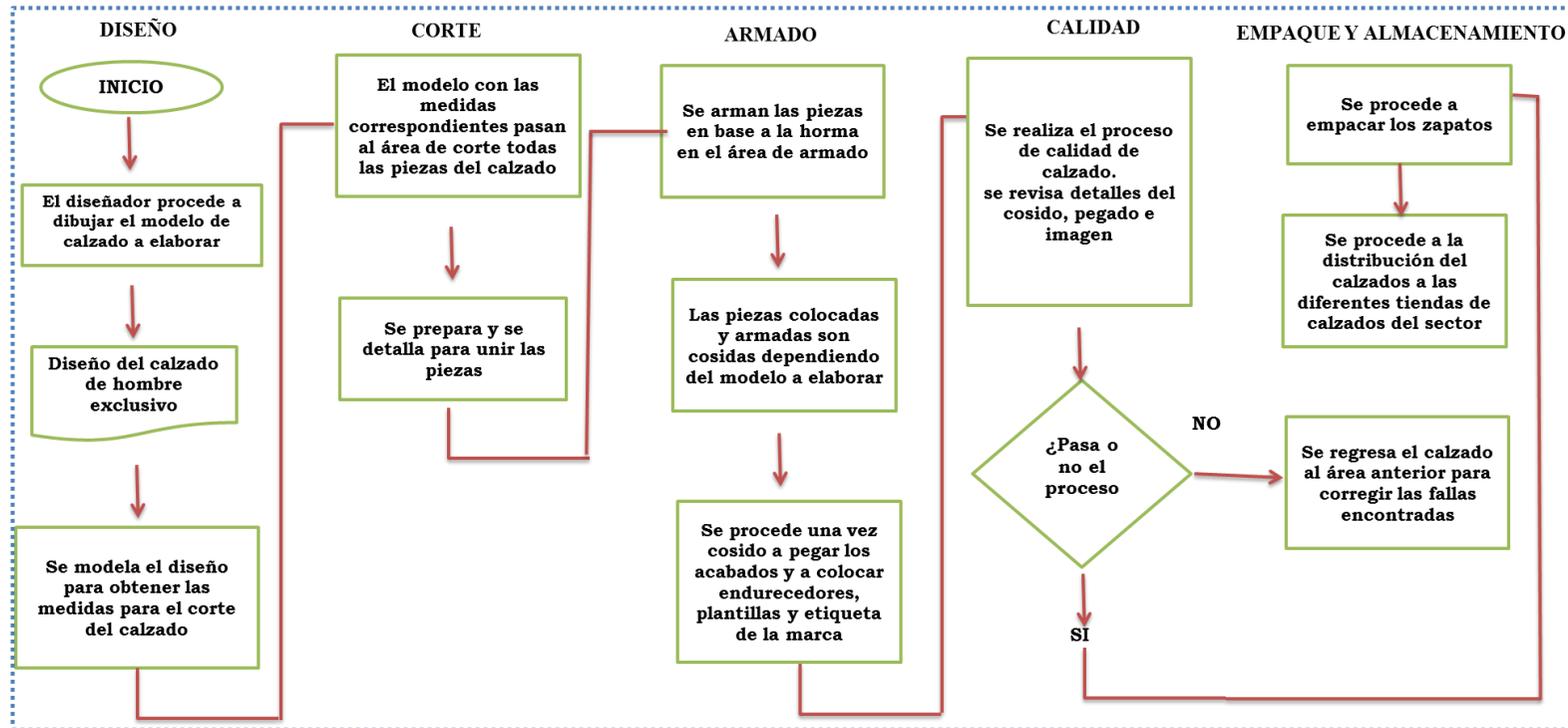
7.- PLANTADA.- En este proceso se coloca la suela del zapato. La suela es cementada a la pulidora usando un pegamento de alta resistencia y colocada en un horno de reactivo. La suela es prensada para asegurar el proceso de sellado en la máquina pegador de suelas.

8.- DESMONTE DEL CALZADO.- El calzado es enfriado y removido de la horma y pasa al área de acabado.

9.- ACABADO.- En esta área se coloca la plantilla y etiqueta al calzado se limpian los excedentes de gomas y cualquier hilo u otro material de desecho son obtenidos por un soplador de aire caliente.

Además las agujetas y las plantillas son colocadas en los calzados. También son pulidos para darle brillo a los calzados con cremas para dar el acabado y colocarlos en las respectivas cajas. De la misma manera que el de flujos de proceso y venta del calzado se ha ejecutado un diagrama de flujo para el proceso de producción del calzado, donde se inicia desde el diseño del calzado hasta el empaque del calzado, donde ya ha sido pasado por el proceso de calidad del mismo y es ubicado en la bodega de la industria y realicen una solicitud del calzado por medio de los clientes de la empresa.

4.5.5.1. Diagrama de flujos de los procesos de producción



Fuente: Diagrama de flujo de los procesos de producción

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.5.6. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas

Las pequeñas industrias ecuatorianas de la fabricación del calzado, aun no pueden acceder a la alta tecnología utilizada en los países con un mayor nivel de desarrollo; por lo que la capacidad tecnológica industrial, cubre parcialmente las necesidades del tamaño del mercado, pues la producción es deficiente en la provincia de Santa Elena con relación a la demanda del producto.

Por lo tanto los pocos recursos tecnológicos a utilizar en la industria son los equipos de cómputo como las computadoras y las impresoras laser para realizar los diseños y el trabajo administrativo de la empresa.

Las maquinarias a utilizar son de la mejor calidad, importada y con los niveles de producción a la altura de grandes fábricas de calzado, y que son encontradas en el mercado de Guayaquil. Lo cual permitirá automatizar los procesos y con mano de obra calificada lograr los mejores estándares de calidad.

A continuación se cita la maquinaria, equipos y herramientas considerada la parte tecnológica:

CUADRO N° 16 Recursos de maquinaria

MAQUINARIAS	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL
Detalladora	1	\$1200	\$1200
Maquinas de Postes	3	1200	6000
Trocaladora Manual	1	600	600
Selladora	1	700	700
Horno de Envejecimiento o secado	1	1400	1400
Pulidora	1	600	600
Horno de Reactivo	1	400	400
Prensa	1	1300	1300
Hormas	80	1,40	112

Fuente: Industrias CAL-APOS

Elaborado por: Gloria Peña Indio

Los recursos de maquinaria para la industria del calzado, se pueden adquirir en la ciudad de Guayaquil, ya que en este sector se encuentran las mejores maquinarias del país.

CUADRO N° 17 Recursos de equipos

MAQUINARIAS	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL
Computadoras + impresoras	4	\$400	\$1600
Calculadoras	4	20	80
Teléfonos	4	20	80
Equipos Acondicionado	2	325	659
Archivadores	2	120	240

Fuente: Industrias CAL-APOS

Elaborado por: Gloria Peña Indio

Los recursos de equipos para la empresa, se adquirirá en la provincia de Santa Elena y en la ciudad de Guayaquil.

CUADRO N° 18 Recursos de herramientas

MAQUINARIAS	LUGAR DE COMPRA	CANT.	P. UNITARIO
Cuero	Curtiduría Tungurahua	Decímetros	\$0,30
Planta Deportiva	Distribuidora DACIM	Unidades	\$3,50
Planta Casual	Comercial Richard	Unidades	\$2,00
Mallas	Comercial Súper Star	Metros	\$3,00
Hilos #3	Comercial Súper Star	Unidades	\$6,70
Cartón para plantillas	Comercial Súper Star	Planchas	\$3,50
Cartón para punteras	Comercial Súper Star	Planchas	\$2,20
Goma	Comercial Súper Star	Tanque	\$540
Lucupicador	Comercial Súper Star	Galón	\$14,29
Etiquetas	Texprint	Unidades	\$0,011
Cajas	Texprint	Unidades	\$0,50

Fuente: Industrias CAL-APOS

Elaborado por: Gloria Peña Indio

Los recursos de herramientas para la producción del calzado, se adquirirá en la ciudad de Guayaquil y la ciudad de Ambato.

4.6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.6.1. Marco Legal

4.6.1.1. Permisos para la creación de una industria manufacturera de calzados en la provincia de Santa Elena

La puesta en marcha de cualquier empresa, es necesario que cuente con los permisos correspondientes a fin de cumplir con todos los lineamientos legales que rigen en nuestro país, los principales requisitos con los que se debe contar son los siguientes:

- Inscripción en la Superintendencia de Compañía.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Permiso de Funcionamiento de la Comisaria Municipal de La Libertad
- Contrato de arrendamiento
- Uso del suelo
- Permiso del Cuerpo de Bomberos de La Libertad
- Permiso de Sanidad del Ministerio de Salud Pública

❖ Superintendencia de Compañía

Para efectos de esta inscripción del centro de terapias y rehabilitación física para personas con discapacidad se lo realizará como compañía anónima para lo cual deberá de cumplir con lo estipulado en la ley de compañías.

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la secretaría general de la oficina matriz de la superintendencia de compañías (R. O. 496 de 29

de diciembre de 2008). Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art. 16 LC). El “principio de propiedad” consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra. El “principio de inconfundibilidad o peculiaridad” consiste en que el nombre de cada compañía. Debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la superintendencia de compañías.

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la ley de propiedad intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la superintendencia de compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

Solicitud de aprobación: La presentación al superintendente de compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la ley de compañías).

El objeto social: La compañía anónima podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la ley de compañías.

Números de accionistas: La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la ley de compañías,

sustituido por el Artículo 68 de la ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

Capital mínimo: El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la ley de compañías).

El extracto contendrá:

- Nombres, apellidos, nacionalidad, domicilio, estado civil de los socios si son personas naturales, o la denominación objetiva o razón social si fuesen personas jurídicas.
- Denominación objetiva o razón social de la compañía.
- El objeto social concreto.
- Duración de la compañía
- Domicilio de la compañía
- Importe del capital social, el número de participaciones en que este dividido y el valor nominal de las mismas
- El valor pagado del capital suscrito.
- Nombre del representante legal.

❖ **Registro Mercantil**

El registro mercantil es una institución administrativa que tiene por objeto la publicidad oficial de las situaciones jurídicas de los empresarios en él inscritos.

El registro mercantil tiene la obligación de llevar los libros oficiales en los que consten las circunstancias de una empresa: creación, domicilio y razón social, capital, constitución, estatutos, representante legal y demás circunstancias que afecten a la vida de la empresa o sociedad, así como su desaparición.

Para que una empresa sea inscrita en el registro mercantil, debe presentar:

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).
- Pago de la patente municipal.
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.

❖ **Registro Único del Contribuyente**

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria y que para fines de la puesta en marcha del proyecto es necesario cumplir. Todas las instituciones del estado, empresas particulares y personas naturales están obligadas a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha institución.

Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el registro único de contribuyentes.

También están obligados a inscribirse en el registro único de contribuyentes, las entidades del sector público; las fuerzas armadas y la policía nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

Los requisitos con los que se debe cumplir para obtener el RUC son los siguientes:

- Copia de cedula vigente legible y certificado de votación (último proceso electoral) del representante Legal.
- Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- Formularios 01-A y 01-B (resolución 0070).
- Original y copia de la planilla de cualquier servicio básico (último trimestre) a nombre de la compañía o del representante legal.
- Original del registro de sociedades en la superintendencia de compañía (datos generales y accionistas).
- Original y copia de la escritura de constitución con su respectiva resolución e inscripción en el registro mercantil.
- Copia de cedula de identidad vigente del contador.

❖ **Permiso de funcionamiento de la comisaria Municipal del cantón La Libertad**

Patente Municipal

Conjunto de derechos que la ley concede al inventor de un objeto o producto, que tiene como principal característica su novedad, es decir, que no haya sido conocido ni puesto en práctica o a prueba en el Estado que expide la patente.

Solicitud de la patente municipal

La solicitud de la Patente se la realiza en el Departamento de Rentas del Gobierno Municipal de La Libertad. Donde el Licenciado Byron Suarez facilita al demandante una solicitud dirigida al Econ. Marco Chango Jacho – Alcalde del Gobierno Municipal de La Libertad, en la que se detalla toda la información necesaria sobre el negocio a emprender (Ver Anexo N° F). Entre los puntos más importantes encontramos los siguientes:

- ❖ Lugar y fecha
- ❖ Nombres y Apellidos del solicitante
- ❖ Número de Cédula de Identidad del solicitante
- ❖ Actividad Comercial del Negocio
- ❖ Denominación del Negocio
- ❖ Ubicación del Negocio

En caso de solicitar la patente por PRIMERA VEZ se anexarán los siguientes documentos:

- Copia de Cédula de Ciudadanía
- Certificado de Salud
- Copia del Contrato de Arrendamiento y predio urbano al día (Juzgado Décimo sexto de lo Civil Salinas)
- Copia de planilla de Servicios básicos
- Copia del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- Uso de Suelo (Departamento de Planificación)

En caso de RENOVACIÓN de la patente se emitirán la siguiente documentación:

- ⊥ Patente del último año de pago

- ⊥ Certificado de Salud
- ⊥ Balance general del Negocio

❖ **Uso del Suelo**

El Uso de Suelo es un documento en el que se detalla el tipo de negocio que se desea crear y su ubicación, para su posterior inspección, la misma que determinará si el negocio es factible o no ubicarse en el sector mencionado.

Este documento (Uso de suelo) lo facilita la Sra. Mireya González en el Departamento de Planificación del Gobierno Municipal de La Libertad. Una vez que el negocio haya sido aceptado la señora antes mencionada procederá hacer la respectivas entrega de los documentos donde reflejará la aprobación del negocio a la persona solicitante para continuar con los tramite correspondientes. (Ver Anexo N° G)

❖ **Permiso cuerpo de bomberos**

Para obtener el Permiso de Funcionamiento que otorga el Cuerpo de Bomberos de La Libertad deben acercarse con la aprobación del documento de Uso de Suelo.

El Cuerpo de Bomberos tomará en cuenta para la emisión del Permiso de Funcionamiento los siguientes indicadores:

- ❖ R.U.C
- ❖ Factura de Número de Extintor
- ❖ Inspección
- ❖ Pago de la Tasa

El R.U.C es el principal documento que sirve para la identificación y obligaciones tributarias de una entidad. La compra del Extintor es indispensable en las

empresas y este se lo determina de acuerdo a las dimensiones del local y se lo recarga anualmente.

En la Inspección, evalúan la ubicación del negocio y el interior del mismo, el cual debe tener por obligación una puerta principal de acceso y una puerta de emergencia en caso de algún suceso. El pago de la tasa es anualmente y se lo determina de acuerdo a la actividad comercial del negocio, que va desde los \$12 - \$58, ej.: si es una Tienda el valor de la tasa a pagar es de \$12 y si es un Comisariato el valor de la tasa a pagar sería de \$58. En caso de renovación del Permiso de Funcionamiento deben entregarse la Factura de la Recarga de Extintor, el valor de tasa a pagar se lo determina en este caso de acuerdo a la magnitud de ingreso del negocio.

En caso de que el usuario quiera crear otro negocio, se le pedirá un RUC nuevo y se someterá a la evaluación de los indicadores anteriormente mencionados.

Los valores mencionados son recaudados en las oficinas de secretaría del Cuerpo de Bomberos del mismo Cantón.

❖ **Permiso de sanidad del Ministerio de Salud Pública**

La dirección provincial de salud otorga el permiso de funcionamiento con los siguientes documentos a continuación.

- Copia y cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Copia del permiso del cuerpo de bombero.
- Copia del RUC.
- Acta de creación de la planta.
- Nombramiento del representante legal.

- Nombramiento del responsable técnico.
- Copia del certificado de salud del representante legal y de los empleados.
- Solicitud dirigida al director de la dirección provincial de salud.
- Inspección de la Planta

4.6.2. Acta de Constitución

Para el acta de constitución de la empresa, se ha realizado el presente modelo para que cuando los socios de la industria pretendan ejecutar el proyecto ya tengan un modelo a seguir.

PEQUEÑA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE CALZADOS ACTA DE CONSTITUCIÓN

En la ciudad de _____, a los _____ del mes de _____ del _____, a las _____ horas se reunieron en _____ las personas que a continuación se detalla:

Nombre Completo	Identificación	Domicilio
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Acuerdan:

Orden del día:

1. Manifestación de voluntad de constituir la industria manufacturera y designación del nombre de.
2. Aprobación de los estatutos
3. Designación de Gerente General, Jefe Administrativo, Jefe de Producción.
4. Aportes Sociales
5. Lectura y aprobación del texto integral del acta.

1º Los constituyentes y/o fundadores relacionados en la presente acta, manifestaron su voluntad de constituir una pequeña industria manufacturera de calzados para caballeros, bajo la denominación de _____ la cual tendrá su funcionamiento en la ciudad de _____.

2º Determinar las disposiciones legales vigentes y se han conformado los estatutos según lo indicado en las normas especiales que la regulan.

Una vez elaborados y analizados los estatutos de la entidad sin ánimo de lucro que se constituye, los constituyentes y/o fundadores darán su APROBACIÓN por unanimidad los estatutos que incorporan a esta acta de constitución como anexo.

3º Designar de forma unánime por la junta directiva de la entidad, a las siguientes personas para integrar sus órganos de administración y producción de la entidad:

Gerente General:

Jefe Administrativo:

Jefe de Producción:

Contador:

4º Los constituyentes y/o fundadores han manifestado fijar el capital social que se estableció en _____ efectivo además de aportar bienes muebles de capital con un valor de _____, el cual ha sido entregado por cada uno de los socios de la siguientes manera.

ASOCIADO

APORTE

Además se acuerda que el ____% del dinero en efectivo será depositado en una cuenta corrientes de la Institución Financiera_____de la ciudad de La Libertad.

5° Sin mas asuntos a tratarse, se dio la lectura a la siguiente acta, la misma que fue aprobada por unanimidad, se levantó la sesión siendo las_____ horas del día establecido, firmando todos los presentes en señal de aceptación y conformidad.

4.6.3. Misión

“Ofrecer al mercado comercial del cantón La Libertad, un calzado para caballeros de cuero que le otorgue comodidad y elegancia a los consumidores finales, asimismo satisfacer las necesidades de los pequeños comerciantes en cuanto a la calidad del calzado para poder mantener el prestigio en el mercado, valorando la honestidad, el sólido trabajo en equipo y la eficiencia”

4.6.4 Visión

“Ser una industria de calzado líder en la provincia de Santa Elena, a través de un calzado de calidad y de precio accesible, que cumpla con las exigencias del mercado y llegue a ser el preferido por los comerciantes, creando así la confianza y la fidelidad de cada uno de ellos”

4.6.5. Objetivos Generales

Brindar al mercado local y nacional un calzado de buena calidad, mediante el manejo adecuado de la materia prima y la creatividad del diseñador, buscando de esta manera el desarrollo socio-económico del cantón La Libertad y de la provincia de Santa Elena.

4.6.5.1. Objetivos específicos

- Incrementar la capacidad instalada de la empresa para aumentar el volumen de ventas anuales en un 20% en 5 años.
- Vender un producto de calidad con buena imagen que permita ser una marca reconocida por el producto de calidad que se ofrece y de la misma manera conseguir prestigio en el mercado.
- Optimizar los recursos de la empresa y buscar nuevas alternativas que permitan recuperar la inversión realizada en 2 años.
- Convertirse en un referente nacional e internacional en la producción del calzado para caballeros.

4.6.6. Valores Institucionales

- Ser responsables es un valor importante de la industria, porque mediante este principio se cumplirá la puntualidad en la producción, entrega de pedidos, pagos de las cuentas, entre otros.
- Ser honestos ofreciéndoles a los comerciantes del calzado lo que la empresa está en condiciones de cumplir, actuando dentro de la verdad, con honradez y transparencia.
- Eficiencia en las actividades a desarrollarse en toda las áreas de la industria, mediante un trabajo conjunto y coordinado que de como resultado un calzado de calidad.
- Cuidar la imagen de la empresa con el buen desempeño de labores de cada uno de los colaboradores de la industria, cumpliendo las obligaciones, políticas y principios con transparencia en el desarrollo de las mismas.
- Brindar una buena atención a los clientes, creándoles alternativas para solucionar los problemas o quejas que permitan obtener una buena relación con cada uno de ellos.

- Tener responsabilidad social, garantizando que las operaciones y políticas de la empresa vayan de acuerdo con las leyes y reglamentos aplicados hacia la prevención de problemas sociales del sector.

4.6.7. FODA

La industria de calzados tendrá como fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas los siguientes que se menciona a continuación:

❖ FORTALEZAS:

Se fabricará calzados de excelente calidad y durabilidad.

Los calzados tendrán una atractiva presentación.

Contará con principales tiendas de calzados del cantón La Libertad.

Mano de obra calificada y peninsular.

❖ OPORTUNIDADES:

Atraer el Mercado Nacional con novedosos diseños.

Captar pedidos de mayor volumen en las tiendas más representativas de calzados del cantón La Libertad.

Los créditos de diferentes entidades bancarias a los microempresarios

❖ DEBILIDADES:

Falta de tecnología nacional en la fabricación del calzado.

Limitada experiencia en el mercado.

❖ AMENAZAS

Preferencia marcas internacionales por parte de las grandes cadenas.

Nuevas fabricas de calzados que ingresen al mercado peninsular.

Los importadores que inserten en el mercado peninsular calzado para caballeros a un menor precio.

4.6.8. Actividades de la industria de calzados

4.6.8.1. Principales

Las actividades principales de la industria se refieren a la creación física del calzado, diseño, fabricación y venta del producto, donde se menciona cada pasa de elaboración del producto hasta cuando es distribuido hasta las bodegas de las tiendas y centros comerciales donde comercializan el calzado.

Entre las principales actividades de la industria tenemos:

- ELABORACIÓN DEL CALZADO:
 - Diseño del calzado
 - Corte de las piezas de cuero
 - Detallado
 - Aparado de cada una de las piezas
 - Montaje
 - Plantado de las suelas
 - Desmontaje
 - Control de calidad

- VENTA Y ENTREGA FINAL
 - Distribución
 - Entrega final alas bodegas de los comerciantes de calzados

4.6.4. Secundarias

Las actividades secundarias están apoyadas de las actividades primarias de la industria, en la cual se menciona la recepción de los materiales que se utilizan para la elaboración del calzado.

De la misma se identifican las actividades que se realizan en la parte administrativa de la industria.

Las actividades secundarias de la industria son las siguientes:

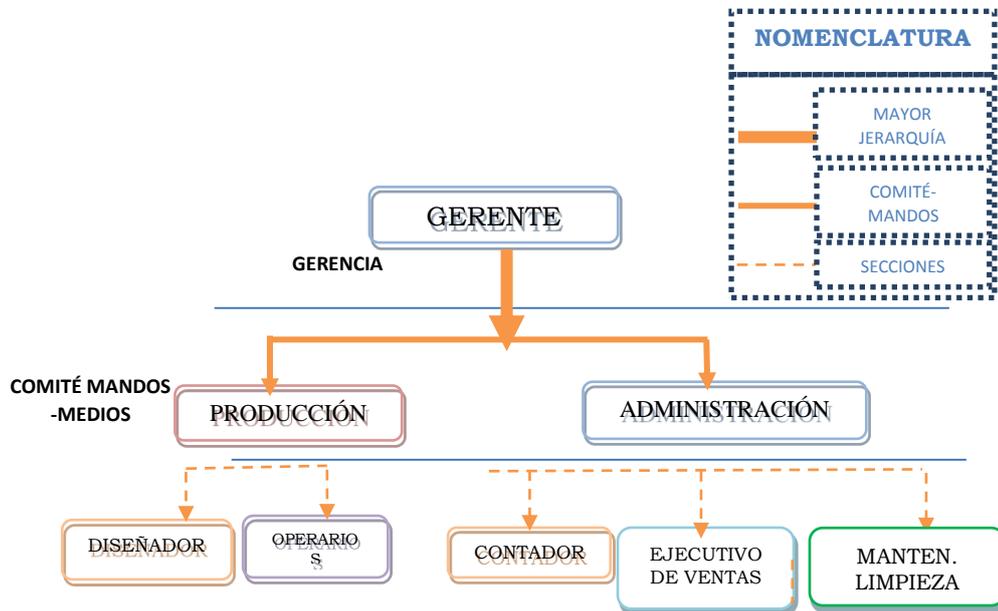
- **PROVISIÓN DE MATERIALES**
 - Solicitud de según requerimiento de materiales
 - Recepción y revisión de materiales

- **INFRAESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA**
 - Actividades de la administración
 - Actividades del contador
 - Actividades del jefe de producción

4.6.9. Estructura orgánica administrativa

En la estructura organizacional de la industria estará representado a través el organigrama estructural, el cual facilitará el conocimiento de los departamentos, niveles de autoridad, líneas de mando donde se indica la descripción de cada puesto a ocupar por los colaboradores de la industria manufacturera de calzados.

4.6.9.1. Organigrama estructural



Fuente: Organigrama estructural
Elaborado por: Gloria Peña

4.6.9.2. Responsabilidades de los departamentos

❖ GERENCIA GENERAL

La gerencia general tiene como responsabilidad a los departamentos de administración y de producción.

La gerencia general tiene se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar calcular y deducir el trabajo de la industria. Por lo tanto será el eje central de cada proceso que realiza la empresa.

FUNCIONES GERENTE GENERAL:

- ✓ Planifica, organiza, dirige, controla y evalúa la gestión financiera, de mercado, producción y recursos humanos de la empresa para garantizar la toma de decisiones.
- ✓ Representará a la industria ante el gobierno, el banco y demás entidades.

- ✓ Ordena comprar materiales.
- ✓ Abrir mercado con nuevas compañías, buscando convenios y mejoras de la industria
- ✓ Seleccionar y contratar personal

LUGAR DE TRABAJO: Planta de producción.

REQUISITO: Administrador de empresas, ingeniero con especialización en economías y/o financieras.

❖ DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

El jefe del departamento de producción tiene el compromiso de dirigir a los 9 obreros que están a cargo del proceso de producción del calzado. Tomando en cuenta al diseñador de los calzados de la empresa. Este jefe departamental de producción estará a cargo de los procesos productivos de la industria, donde tendrá que planificar los flujos de trabajo, optimizar el uso del espacio de la planta de producción, minimizar los consumos energéticos, inspección de calidad y del mantenimiento y reposiciones del producto.

FUNCIONES DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN:

- ✓ Controlar el desarrollo de todas y cada una de las etapas del proceso de producción del calzado.
- ✓ verificar las cantidades, pesos, rótulos, calidades de los despachos de los operadores.
- ✓ Controlar el trabajo de los obreros de la planta.
- ✓ Garantizar el adecuado manejo de los materiales de trabajo.
- ✓ recibir todos los materiales de inventario.
- ✓ Realizar el control de calidad de cada calzado terminado.

LUGAR DE TRABAJO: Planta de producción.

REQUISITO: Ingeniero con especialización en producción.

Funciones de los operarios de la producción del calzado:

DISEÑADOR.-

- ✓ Realiza todos los modelos a realizar, el dibujo y el diseño.

CORTADOR Y TROQUELADOR.-

- ✓ Preparan el cuero antes de ser cortado.
- ✓ Adquiere las medidas exactas dependiendo del modelo.
- ✓ Realizan el corte del cuero con la trocaladora manual.

DETALLADOR.-

- ✓ Prepara el cuero antes de ser cosido en la maquina detalladora.

APARADOR Y COSTUREROS.-

- ✓ Se encargan de unir las piezas del calzado, usando las maquinas de coser industriales.

ARMADOR.-

- ✓ Dan forma al calzado acoplándole a la horma.
- ✓ Utilizan el horno de envejecimiento o secado.

PLANTADO.-

- ✓ Colocan la suela del zapato.
- ✓ Utilizan el horno de reactivo.
- ✓ Aseguran el proceso de sellado en la maquina prensadora.
- ✓ Se encargan de enfriar y remover la horma.

ACABADO.-

- ✓ Colocar la plantilla y las agujetas al calzado.
- ✓ Colocar la etiqueta al calzado.
- ✓ Desechar los excedentes de goma y cualquier hilo.
- ✓ Pulir y dar brillo a los calzados.
- ✓ Empacar los pares de calzados en sus respectivas cajas.

LUGAR DE TRABAJO: Planta de producción.

REQUISITO: Bachilleres académicos con certificado artesanal sobre manufactura de calzado.

❖ DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

En el departamento de administración se responsabilizará del contable, ejecutivo e ventas, automovilista, guardia y mantenimiento y limpieza de la industria.

En el departamento de administración se encargará de administrar adecuadamente todos los recursos humanos y materiales de la empresa, ya que estará a cargo de llevar la contabilidad de la industria, donde le tocará revisar los estados financieros correspondientes para un análisis de los ratios de la empresa.

Así como también preparar planes y presupuestos de ventas, estableciendo metas y objetivos para obtener nuevos clientes.

FUNCIONES DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN:

- ✓ Administrar los recursos de la empresa tanto económicos como insumos para la producción.
- ✓ Llevar agenda de compromisos y colaborar en la organización de las reuniones que se deban efectuar

- ✓ Tomar decisiones administrativas que permitan mejorar el desempeño de la empresa.
- ✓ Controlar todos los movimientos de la empresa tanto organizacionales, ventas, y de servicio como el guardia, mantenimiento y el transportista.

LUGAR DE TRABAJO: Planta de producción.

REQUISITO: Ingeniero con especialización en economías y/o financieras.

Funciones de los colaboradores de la administración de la empresa:

CONTADOR.-

- ✓ Llevar los libros de contabilidad de la industria tomando en cuenta las normas NIFF Y NIC.
- ✓ Revisar diariamente los registros contables con sus respectivos ajustes.
- ✓ Presentar los estados financieros pertinentes en el tiempo determinado y con exactitud.
- ✓ Llevar los roles de pago de cada colaborador.
- ✓ Manejar los temas legales de la empresa.

LUGAR DE TRABAJO: Planta de producción.

REQUISITO: Experiencia laboral en contabilidad y auditoría.

VENDEDOR.-

- ✓ Vender el calzado en los locales y centros comerciales del cantón La Libertad.
- ✓ Se encarga de la promoción de los calzados.
- ✓ Brindar con una buena atención a los clientes.
- ✓ Reportar las ventas e ingresos diarios al administrador general.

LUGAR DE TRABAJO: Planta de producción y centros comerciales.

REQUISITO: Experiencia laboral en administración de ventas y marketing.

GUARDIA

- ✓ Atender y guiar al público.
- ✓ Revisar que los sitios de acceso estén bien protegidos.
- ✓ Controlar las entradas y salidas del personal.
- ✓ Vigilar constantemente la puerta principal de la industria.

LUGAR DE TRABAJO: Planta de producción.

REQUISITO: Experiencia laboral en servicio de vigilancia.

TRANSPORTISTA

- ✓ Se encarga de manejar el camión que transporta el calzado.
- ✓ Retira el producto terminado de la planta de producción y llevarlo a la venta.
- ✓ Realizar entregas y retiros del calzado a tiempo.

LUGAR DE TRABAJO: Camión.

REQUISITO: Experiencia laboral en el servicio de transporte con licencia profesional.

LIMPIEZA

- ✓ Se encarga de la limpieza general y mensajería de la fábrica.

LUGAR DE TRABAJO: Planta de producción.

REQUISITO: Bachiller académico. Experiencia laboral en el servicio de limpieza.

4.7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.7.1. Inversión Inicial

4.7.1.1. Activos Fijos

CUADRO N° 19 Activos Fijos

BALANCE DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
Máquinas	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Util Años
MAQUINARIA				
Detalladora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	10
Maquina de Postes	3	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00	10
Trocaladora manual	1	\$ 600,00	\$ 600,00	10
Selladora	1	\$ 700,00	\$ 700,00	10
Horno de Secado	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	10
Pulidora	1	\$ 600,00	\$ 600,00	10
Horno de reactivo	1	\$ 400,00	\$ 400,00	10
Prensadora	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	10
Hormas	80	\$ 1,40	\$ 112,00	10
TOTAL MAQUINARIA	90		\$ 9.912,00	
EQUIPO DE OFICINA				
Calculadoras	4	\$ 20,00	\$ 80,00	5
Teléfonos Panasonic Kx ts500	4	\$ 20,00	\$ 80,00	5
Equipos acondicionados	2	\$ 300,00	\$ 600,00	5
Archivadores con 4 gavetas	2	\$ 120,00	\$ 240,00	5
TOTAL EQUIPO DE OFC.	12		\$ 1.000,00	
MUEBLES DE OFICINA				
Escritorios	4	\$ 150,00	\$ 600,00	10
Sillas Giratorias	4	\$ 75,00	\$ 300,00	10
Juego de sillones de sala	1	\$ 500,00	\$ 500,00	10
Mesas	8	\$ 60,00	\$ 480,00	10
Sillas	9	\$ 20,00	\$ 180,00	10
Perchas	6	\$ 75,00	\$ 450,00	10
TOTAL MUEBLES DE OFICINA	32		\$ 2.510,00	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Computadoras + impresoras	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00	3
TOTAL EQ. COMPUTACIÓN	4		\$ 1.600,00	
VEHICULO				
Vehiculo	1	\$ 32.900,00	\$ 32.900,00	5
TOTAL VEHICULO	1		\$ 32.900,00	
INFRAESTRUCTURA				
Infraestructura	1	\$ 75.741,00	\$ 75.741,00	25
TOTAL INFRAESTRUCTURA	1		\$ 75.741,00	
TOTAL			\$ 123.663,00	

Fuente: Activos Fijos

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.1.2. Inversión en obras físicas

En la inversión de obras físicas del proyecto se toma en cuenta las 14 áreas de la infraestructura de la industria las cuales tienen un valor total de \$5800,00 y es detallado continuación en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 20 Inversión en obras físicas

ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (US\$)	COSTO TOTAL (US\$)
AREAS DE PRODUCCIÓN	m2	6	\$ 500,00	\$ 3.000,00
BAÑO	m2	1	\$ 300,00	\$ 300,00
BODEGA Y GARAJE	m2	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Oficinas	m2	5	\$ 400,00	\$ 2.000,00
Inversión Total de Obras Físicas				\$ 5.800,00

Fuente: Inversión en obras físicas

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.1.3. Capital de trabajo

Para calcular el capital de trabajo se consideró el total de cada gasto que la empresa solventará cada mes, donde se proyectó un valor de \$110054,72 como resultado del capital de trabajo.

CUADRO N° 21 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
GASTOS DE SERVICIO	\$ 1.920,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 750,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 105.875,16
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 540,00
GASTOS DE SUM. LIMPIEZA	\$ 701,50
GASTOS DE SUM. OFICINA	\$ 268,06
TOTAL	\$ 110.054,72

Fuente: Capital de trabajo

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.1.4. Resumen de inversión inicial

Como resumen de la inversión inicial del proyecto se incluye la adquisición de equipos y materiales para la instalación de la oficina así como también la inversión de las obras físicas y la inversión en capital de trabajo, proyectando un valor total de inversión de \$239.517,72.

CUADRO N° 22 Inversión total

INVERSIÓN TOTAL	
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	\$ 123.663,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 110.054,72
INVERSIÓN OBRAS FISICAS	\$ 5.800,00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 239.517,72

Fuente: Inversión Total

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.2. Financiamiento

4.7.2.1. Amortización de la deuda

En este proyecto la inversión total \$239.517,72, monto que será financiada mediante un préstamo a la Corporación financiera Nacional.

- ❖ **Tasa de Interés:** 12%
- ❖ **Años:** 10
- ❖ **Préstamo:** \$233.717,72

CUADRO N° 23 Amortización de la deuda

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
N° DE PAGOS	DIVIDENDOS	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				\$ 239.517,72
1	\$ 52.693,90	\$ 28.742,13	\$ 23.951,77	\$ 215.565,95
2	\$ 49.819,69	\$ 25.867,91	\$ 23.951,77	\$ 191.614,18
3	\$ 46.945,47	\$ 22.993,70	\$ 23.951,77	\$ 167.662,40
4	\$ 44.071,26	\$ 20.119,49	\$ 23.951,77	\$ 143.710,63
5	\$ 41.197,05	\$ 17.245,28	\$ 23.951,77	\$ 119.758,86
6	\$ 38.322,84	\$ 14.371,06	\$ 23.951,77	\$ 95.807,09
7	\$ 35.448,62	\$ 11.496,85	\$ 23.951,77	\$ 71.855,32
8	\$ 32.574,41	\$ 8.622,64	\$ 23.951,77	\$ 47.903,54
9	\$ 29.700,20	\$ 5.748,43	\$ 23.951,77	\$ 23.951,77
10	\$ 26.825,98	\$ 2.874,21	\$ 23.951,77	\$ 0,00
TOTALES	\$ 397.599,42	\$ 158.081,70	\$ 239.517,72	

Fuente: Amortización de la deuda

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.3. Proyección de ventas

CUADRO N° 24 Proyección de ventas

AÑOS	Demanda anual de calzados	CALZADOS DEPORTIVOS				CALZADOS CASUALES				VENTAS TOTALES
		Mercado Meta	Total Mercado	PRECIO	VENTAS	Mercado Meta	Total Mercado	PRECIO	VENTAS	
2013	46800	20%	10764	\$ 18,00	\$ 193.752,00	25%	11700	\$ 16,00	\$ 187.200,00	\$ 380.952,00
2014	47900		11017	\$ 18,50	\$ 203.778,39		11975	\$ 16,44	\$ 196.887,34	\$ 400.665,73
2015	49025		11276	\$ 19,01	\$ 214.323,64		12256	\$ 16,90	\$ 207.075,98	\$ 421.399,62
2016	50178		11541	\$ 19,53	\$ 225.414,59		12544	\$ 17,36	\$ 217.791,87	\$ 443.206,46
2017	51357		11812	\$ 20,07	\$ 237.079,48		12839	\$ 17,84	\$ 229.062,30	\$ 466.141,78
2018	52564		12090	\$ 20,62	\$ 249.348,01		13141	\$ 18,33	\$ 240.915,95	\$ 490.263,96
2019	53799		12374	\$ 21,19	\$ 262.251,42		13450	\$ 18,84	\$ 253.383,02	\$ 515.634,44
2020	55063		12665	\$ 21,78	\$ 275.822,56		13766	\$ 19,36	\$ 266.495,23	\$ 542.317,80
2021	56357		12962	\$ 22,38	\$ 290.096,00		14089	\$ 19,89	\$ 280.285,99	\$ 570.381,98
2022	57681		13267	\$ 23,00	\$ 305.108,06		14420	\$ 20,44	\$ 294.790,39	\$ 599.898,45
2023	59037		13579	\$ 23,63	\$ 320.896,97		14759	\$ 21,01	\$ 310.045,38	\$ 630.942,36
2024	60424		13898	\$ 24,28	\$ 337.502,94		15106	\$ 21,59	\$ 326.089,80	\$ 663.592,74

Fuente: Proyección de ventas
Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.4. Costos Operativos

4.7.4.1. Costos operativos proyectados

CUADRO N° 25 Costos operativos

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
COSTOS DE PRODUCCIÓN											
COSTOS FIJOS C. DEPORTIVOS		\$ 16.525,43	\$ 17.380,60	\$ 18.280,02	\$ 19.225,99	\$ 20.220,90	\$ 21.267,31	\$ 22.367,86	\$ 23.525,37	\$ 24.742,77	\$ 113.144,24
COSTOS FIJOS C. CASUALES		\$ 17.962,43	\$ 18.891,96	\$ 19.869,59	\$ 20.897,81	\$ 21.979,24	\$ 23.116,64	\$ 24.312,89	\$ 25.571,05	\$ 26.894,32	\$ 28.286,06
COSTOS VARIABLES C. DEPORTIVOS		\$ 138.961,25	\$ 146.152,30	\$ 153.715,47	\$ 161.670,03	\$ 170.036,23	\$ 178.835,37	\$ 188.089,85	\$ 197.823,24	\$ 208.060,31	\$ 951.422,36
COSTOS VARIABLES C. CASUALES		\$ 138.641,78	\$ 145.816,30	\$ 153.362,09	\$ 161.298,36	\$ 169.645,32	\$ 178.424,23	\$ 187.657,44	\$ 197.368,45	\$ 207.581,99	\$ 218.324,06
CIF C. DEPORTIVOS		\$ 11.016,95	\$ 11.587,07	\$ 12.186,68	\$ 12.817,32	\$ 13.480,60	\$ 14.178,20	\$ 14.911,91	\$ 15.683,58	\$ 16.495,18	\$ 75.429,49
CIF C. CASUALES		\$ 11.974,95	\$ 12.594,64	\$ 13.246,39	\$ 13.931,87	\$ 14.652,83	\$ 15.411,09	\$ 16.208,59	\$ 17.047,37	\$ 17.929,54	\$ 18.857,37
DEPRECIACIÓN MAQUINARIAS		\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		335.974,87	353.314,93	371.552,32	390.733,47	410.907,22	432.124,93	454.440,62	477.911,12	502.596,19	1.406.355,66

Fuente: Costos Operativos

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.5. Depreciación

Todos los activos de la industria debido al uso al que están sometidos o por el simple transcurso del tiempo están sujetos a una baja del valor y el método que se utilizara para la depreciación de los activos fijos será el de línea recta, con los años de vida útil que establece la ley y dejando un valor de rescate para cada uno de los activos según su vida útil.

CUADRO N° 26 Depreciación

ACTIVO	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPREC. ANUAL	AÑO DEPREC.	DEPREC. ACUMUL.	VALOR EN LIBRO
MAQUINARIA						
Detalladora	\$ 1.200,00	10	\$ 120,00	5	\$ 600,00	\$ 600,00
Maquina de Postes	\$ 3.600,00	10	\$ 360,00	5	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Trocadora manual	\$ 600,00	10	\$ 60,00	5	\$ 300,00	\$ 300,00
Selladora	\$ 700,00	10	\$ 70,00	5	\$ 350,00	\$ 350,00
Horno de Secado	\$ 1.400,00	10	\$ 140,00	5	\$ 700,00	\$ 700,00
Pulidora	\$ 600,00	10	\$ 60,00	5	\$ 300,00	\$ 300,00
Horno de reactivo	\$ 400,00	10	\$ 40,00	5	\$ 200,00	\$ 200,00
Prensadora	\$ 1.300,00	10	\$ 130,00	5	\$ 650,00	\$ 650,00
Hormas	\$ 112,00	10	\$ 11,20	5	\$ 56,00	\$ 56,00
TOTAL MAQUINARIA	\$ 9.912,00		\$ 991,20		\$ 4.956,00	\$ 4.956,00
EQUIPO DE OFICINA						
Calculadoras	\$ 80,00	5	\$ 16,00	2	\$ 32,00	\$ 48,00
Teléfonos Panasonic Kx ts500	\$ 80,00	5	\$ 16,00	2	\$ 32,00	\$ 48,00
Equipos acondicionados	\$ 600,00	5	\$ 120,00	2	\$ 240,00	\$ 360,00
Archivadores con 4 gavetas	\$ 240,00	5	\$ 48,00	2	\$ 96,00	\$ 144,00
TOTAL EQUIPO DE OF.	\$ 1.000,00		\$ 200,00		\$ 400,00	\$ 600,00
MUEBLES DE OFICINA						
Escritorios	\$ 600,00	10	\$ 60,00	5	\$ 300,00	\$ 300,00
Sillas Giratorias	\$ 300,00	10	\$ 30,00	5	\$ 150,00	\$ 150,00
Juego de sillones de sala	\$ 500,00	10	\$ 50,00	5	\$ 250,00	\$ 250,00
Mesas	\$ 480,00	10	\$ 48,00	5	\$ 240,00	\$ 240,00
Sillas	\$ 180,00	10	\$ 18,00	5	\$ 90,00	\$ 90,00
Perchas	\$ 450,00	10	\$ 45,00	5	\$ 225,00	\$ 225,00
TOTAL MUEBLES DE OF.	\$ 2.510,00		\$ 251,00		\$ 1.255,00	\$ 1.255,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN						
Computadoras + impresoras	\$ 1.600,00	3	\$ 533,33	2	\$ 1.066,67	\$ 533,33
TOTAL EQ. COMPUTACIÓN	\$ 1.600,00		\$ 533,33		\$ 1.066,67	\$ 533,33
VEHICULO						
Vehiculo	\$ 32.900,00	5	\$ 6.580,00	3	\$ 19.740,00	\$ 13.160,00
TOTAL VEHICULO	\$ 32.900,00		\$ 6.580,00		\$ 19.740,00	\$ 13.160,00
INFRAESTRUCTURA						
Infraestructura	\$ 75.741,00	25	\$ 3.029,64	20	\$ 60.592,80	\$ 15.148,20
TOTAL INFRAESTRUCTURA	\$ 75.741,00		\$ 3.029,64		\$ 60.592,80	\$ 15.148,20
		Depreciación Anual	\$ 11.585,17	Valor de Salvamento		\$ 35.652,53

Fuente: Depreciación
Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.6. Estado de Resultados proyectados (PYG)

CUADRO NO. 27 Estado de Resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS											
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS BRUTOS C. DEPORTIVOS		\$ 203.778,39	\$ 457.034,18	\$ 491.163,21	\$ 527.840,82	\$ 567.257,34	\$ 609.617,28	\$ 655.140,45	\$ 704.063,06	\$ 756.638,97	\$ 2.117.554,65
INGRESOS BRUTOS C. CASUALES		\$ 196.887,34	\$ 211.589,90	\$ 227.390,38	\$ 244.370,75	\$ 262.619,14	\$ 282.230,22	\$ 303.305,76	\$ 325.955,12	\$ 350.295,82	\$ 376.454,16
TOTAL INGRESOS BRUTOS		\$ 400.665,73	\$ 668.624,08	\$ 718.553,59	\$ 772.211,58	\$ 829.876,48	\$ 891.847,50	\$ 958.446,21	\$ 1.030.018,18	\$ 1.106.934,79	\$ 2.494.008,82
IVA		\$ 42.928,47	\$ 71.638,29	\$ 76.987,88	\$ 82.736,95	\$ 88.915,34	\$ 95.555,09	\$ 102.690,67	\$ 110.359,09	\$ 118.600,16	\$ 267.215,23
INGRESOS NETOS		357.737,26	596.985,79	641.565,70	689.474,62	740.961,14	796.292,41	855.755,55	919.659,09	988.334,64	2.226.793,59
COSTOS DE PRODUCCIÓN											
COSTOS FIJOS C. DEPORTIVOS		\$ 16.525,43	\$ 17.380,60	\$ 18.280,02	\$ 19.225,99	\$ 20.220,90	\$ 21.267,31	\$ 22.367,86	\$ 23.525,37	\$ 24.742,77	\$ 113.144,24
COSTOS FIJOS C. CASUALES		\$ 17.962,43	\$ 18.891,96	\$ 19.869,59	\$ 20.897,81	\$ 21.979,24	\$ 23.116,64	\$ 24.312,89	\$ 25.571,05	\$ 26.894,32	\$ 28.286,06
COSTOS VARIABLES C. DEPORTIVOS		\$ 138.961,25	\$ 146.152,30	\$ 153.715,47	\$ 161.670,03	\$ 170.036,23	\$ 178.835,37	\$ 188.089,85	\$ 197.823,24	\$ 208.060,31	\$ 951.422,36
COSTOS VARIABLES C. CASUALES		\$ 138.641,78	\$ 145.816,30	\$ 153.362,09	\$ 161.298,36	\$ 169.645,32	\$ 178.424,23	\$ 187.657,44	\$ 197.368,45	\$ 207.581,99	\$ 218.324,06
CIF C. DEPORTIVOS		\$ 11.016,95	\$ 11.587,07	\$ 12.186,68	\$ 12.817,32	\$ 13.480,60	\$ 14.178,20	\$ 14.911,91	\$ 15.683,58	\$ 16.495,18	\$ 75.429,49
CIF C. CASUALES		\$ 11.974,95	\$ 12.594,64	\$ 13.246,39	\$ 13.931,87	\$ 14.652,83	\$ 15.411,09	\$ 16.208,59	\$ 17.047,37	\$ 17.929,54	\$ 18.857,37
DEPRECIACIÓN MAQUINARIAS		\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08	\$ 892,08
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		335.974,87	353.314,93	371.552,32	390.733,47	410.907,22	432.124,93	454.440,62	477.911,12	502.596,19	1.406.355,66
UTILIDAD BRUTA		21.762,39	243.670,86	270.013,38	298.741,15	330.053,92	364.167,49	401.314,93	441.747,97	485.738,44	820.437,92
GASTOS OPERATIVOS											
Gastos administrativos		\$ 105.875,16	\$ 111.168,92	\$ 116.727,36	\$ 122.563,73	\$ 128.691,92	\$ 135.126,51	\$ 141.882,84	\$ 148.976,98	\$ 156.425,83	\$ 164.247,12
Gastos de servicios		\$ 4.560,00	\$ 4.788,00	\$ 5.027,40	\$ 5.278,77	\$ 5.542,71	\$ 5.819,84	\$ 6.110,84	\$ 6.416,38	\$ 6.737,20	\$ 7.074,06
Gastos de publicidad		\$ 540,00	\$ 567,00	\$ 595,35	\$ 625,12	\$ 656,37	\$ 689,19	\$ 723,65	\$ 759,83	\$ 797,83	\$ 837,72
Gastos de constitución		\$ 750,00									
Gastos Sum. Oficina		\$ 268,06	\$ 281,46	\$ 295,54	\$ 310,31	\$ 325,83	\$ 342,12	\$ 359,23	\$ 377,19	\$ 396,05	\$ 415,85
Gastos Sum. Limpieza		\$ 701,50	\$ 736,58	\$ 773,40	\$ 812,07	\$ 852,68	\$ 895,31	\$ 940,08	\$ 987,08	\$ 1.036,43	\$ 1.088,26
Depreciación muebles de oficina		\$ 200,80	\$ 200,80	\$ 200,80	\$ 200,80	\$ 200,80	\$ 200,80	\$ 200,80	\$ 200,80	\$ 200,80	\$ 200,80
Depreciación equipos de oficina		\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Depreciación equipos de computación		\$ 355,57	\$ 355,57	\$ 355,57	\$ 355,57	\$ 355,57	\$ 355,57	\$ 355,57	\$ 355,57	\$ 355,57	\$ 355,57
Depreciación vehículo		\$ 5.264,00	\$ 5.264,00	\$ 5.264,00	\$ 5.264,00	\$ 5.264,00	\$ 5.264,00	\$ 5.264,00	\$ 5.264,00	\$ 5.264,00	\$ 5.264,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		118.675,09	123.522,33	129.399,43	135.925,95	142.405,45	154.632,93	161.421,00	168.921,84	177.153,28	179.803,38
UTILIDAD ANTES DE IMP.E INT.		-96.912,70	120.148,53	140.613,95	162.815,20	187.648,47	209.534,56	239.893,92	272.826,13	308.585,16	640.634,55
INTERESES CFN		\$ 28.742,13	\$ 25.867,91	\$ 22.993,70	\$ 20.119,49	\$ 17.245,28	\$ 14.371,06	\$ 11.496,85	\$ 8.622,64	\$ 5.748,43	\$ 2.874,21
UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PARTICIP.		-125.654,83	94.280,61	117.620,25	142.695,71	170.403,19	195.163,49	228.397,07	264.203,50	302.836,74	637.760,33
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ -18.848,22	\$ 14.142,09	\$ 17.643,04	\$ 21.404,36	\$ 25.560,48	\$ 29.274,52	\$ 34.259,56	\$ 39.630,52	\$ 45.425,51	\$ 95.664,05
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-106.806,60	80.138,52	99.977,21	121.291,35	144.842,71	165.888,97	194.137,51	224.572,97	257.411,23	542.096,28
IMPUESTOS		\$ -24.565,52	\$ 18.431,86	\$ 22.994,76	\$ 27.897,01	\$ 33.313,82	\$ 38.154,46	\$ 44.651,63	\$ 51.651,78	\$ 59.204,58	\$ 124.682,15
UTILIDAD NETA		-82.241,08	61.706,66	76.982,46	93.394,34	111.528,89	127.734,51	149.485,88	172.921,19	198.206,64	417.414,14

Fuente: Estados de Resultados Proyectados

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.7. Flujo de Caja proyectado

CUADRO N° 28 Flujo de Caja proyectado

CASH FLOW		2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023
VENTAS BRUTAS		\$ 400.665,73	\$ 668.624,08	\$ 718.553,59	\$ 772.211,58	\$ 829.876,48	\$ 891.847,50	\$ 958.446,21	\$ 1.030.018,18	\$ 1.106.934,79	\$ 2.494.008,82
COSTO DE PRODUCCIÓN		\$ 335.974,87	\$ 353.314,93	\$ 371.552,32	\$ 390.733,47	\$ 410.907,22	\$ 432.124,93	\$ 454.440,62	\$ 477.911,12	\$ 502.596,19	\$ 1.406.355,66
GASTOS OPERATIVOS		\$ 118.675,09	\$ 123.522,33	\$ 129.399,43	\$ 135.925,95	\$ 142.405,45	\$ 154.632,93	\$ 161.421,00	\$ 168.921,84	\$ 177.153,28	\$ 179.803,38
INTERES CFN		\$ 28.742,13	\$ 25.867,91	\$ 22.993,70	\$ 20.119,49	\$ 17.245,28	\$ 14.371,06	\$ 11.496,85	\$ 8.622,64	\$ 5.748,43	\$ 2.874,21
PARTICIPACION TRABAJADORES		\$ -18.848,22	\$ 14.142,09	\$ 17.643,04	\$ 21.404,36	\$ 25.560,48	\$ 29.274,52	\$ 34.259,56	\$ 39.630,52	\$ 45.425,51	\$ 95.664,05
IMPUESTO TOTAL		\$ -24.565,52	\$ 18.431,86	\$ 22.994,76	\$ 27.897,01	\$ 33.313,82	\$ 38.154,46	\$ 44.651,63	\$ 51.651,78	\$ 59.204,58	\$ 124.682,15
PAGO DE DIVIDENDOS		\$ 52.693,90	\$ 49.819,69	\$ 46.945,47	\$ 44.071,26	\$ 41.197,05	\$ 38.322,84	\$ 35.448,62	\$ 32.574,41	\$ 29.700,20	\$ 26.825,98
TOTAL CASH FLOW		\$ -92.006,51	\$ 83.525,27	\$ 107.024,87	\$ 132.060,04	\$ 159.247,18	\$ 184.966,76	\$ 216.727,93	\$ 250.705,87	\$ 287.106,60	\$ 657.803,38
CASH FREE		2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023
INVERSION INFRAESTRUCTURA	\$ (75.741)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION MAQUINARIAS	\$ (9.912)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION EQUIPOS DE COMPUTO	\$ (1.600)	\$ -	\$ -	\$ -1.600,00	\$ -	\$ -	\$ -1.600,00	\$ -	\$ -	\$ -1.600,00	\$ -
INVERSION EQUIPOS DE OFICINA	\$ (1.000)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -1.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION MUEBLES	\$ (2.510)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION VEHICULO	\$ (32.900)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -32.900,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	\$ (110.055)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VALOR DE RESCATE INFRAEST.											
VALOR DE RESCATE MAQUINARIAS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 991,20
VALOR DE RESCATE EQ. DE COMP.		\$ -	\$ -	\$ 533,28	\$ -	\$ -	\$ 533,28	\$ -	\$ -	\$ 533,28	\$ -
VALOR DE RESCATE EQ. DE OFIC.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200,00
VALOR DE RESCATE MUEBLES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 502,00
VALORRESCATE VEHICULO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.580,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.580,00
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRAB.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 110.054,72
TOTAL CASH FREE	\$ (233.718)	\$ -	\$ -	\$ -1.066,72	\$ -	\$ -27.120,00	\$ -1.066,72	\$ -	\$ -	\$ -1.066,72	\$ 118.327,92
FLUJO DE INVERSION	\$ (233.718)	\$ -92.006,51	\$ 83.525,27	\$ 105.958,15	\$ 132.060,04	\$ 132.127,18	\$ 183.900,04	\$ 216.727,93	\$ 250.705,87	\$ 286.039,88	\$ 776.131,30

Fuente: Flujo de caja Proyectados

Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.8. Evaluación Financiera Del Flujo

4.7.8.1.Tasa de descuento

La tasa de descuento que se tomo e consideración para este proyecto es del **12%** ya que según datos del Banco Central del Ecuador este valor promedio utilizado para estos tipos de proyectos reembolsables.

4.7.8.2.Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La forma en que se calculó el VAN de la industria de calzados consiste en descontar al momento actual es decir, actualizar mediante la tasa del 12% todos los flujos de caja futuros del proyecto del año 1 al año 10 y disminuyendo la inversión inicial dando como resultado \$764.039,60 que corresponde al Valor Actual Neto del proyecto.

4.7.8.3.Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es el promedio geométrico de los rendimientos geométricos esperados de una inversión y que implica un por cierto el supuesto de una oportunidad para invertir. En el caso de la pequeña industria de calzados tenemos que el porcentaje es del 35% En este proyecto la TIR es mayor que la tasa del costo de capital consideramos ACEPTADO.

4.7.8.4.Periodo de recuperación de la inversión de proyecto

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, lo cual es justificado debido a que la cantidad de dinero que se necesita para la puesta en marcha del

proyecto es alta. Aunque esto no significa que este capital no se pueda recuperar al contrario es una inversión fuerte que se realiza con la finalidad de obtener beneficios en un periodo dado.

De acuerdo con el flujo de caja proyectada, y sin tomar en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, se recuperará el capital en el segundo año de ejecución del proyecto, esto representa una ventaja competitiva porque el periodo de recuperación es corto en relación a la inversión.

CUADRO N° 29 Periodo de recuperación de inversión

RECUPERACION DE INVERSION										
INVERSION TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
239517,72	FLUJO DE INVERSIÓN									
	-\$92.006,51	\$83.525,27	\$105.958,15	\$132.060,04	\$132.127,18	\$183.900,04	\$216.727,93	\$250.705,87	\$286.039,88	\$776.131,30
	-\$331.524,23	\$415.049,50								

Fuente: Periodo de recuperación de inversión
Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.9. Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio se consideró los 2 productos a ofrecer, lo que demuestra que se realizó un punto de equilibrio para los calzados Sport, y casuales. Donde se realizo las siguientes fórmulas:

Derivación de la fórmula:

Q = cantidad

Qe = cantidad de equilibrio

VT = ventas totales

VTe = ventas totales de equilibrio

CT = costes totales

Cu = coste unitario

Pu = precio unitario

Mu = margen unitario

CV = costes variables

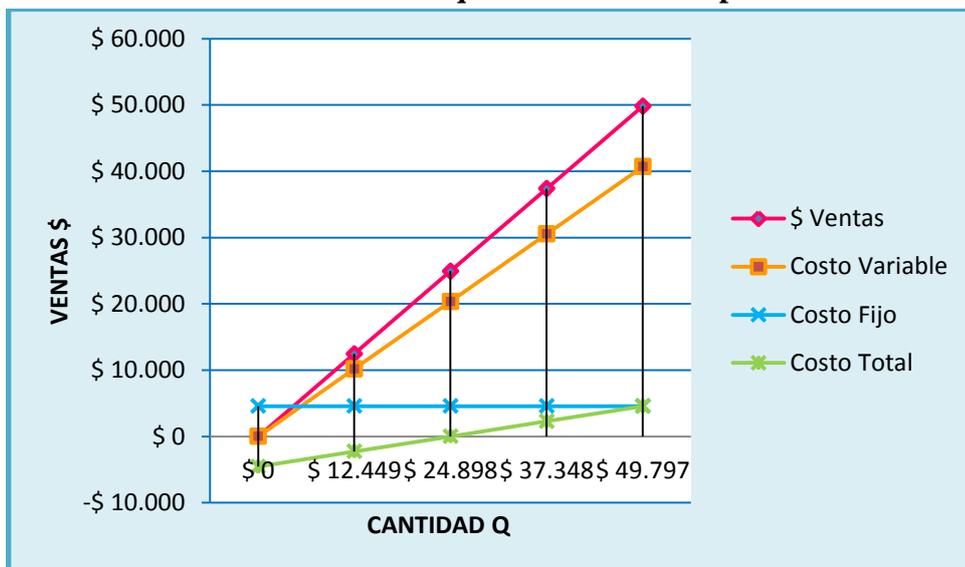
CF = costes fijos

CUADRO N° 30 Datos de punto de equilibrio calzados Sport

Datos iniciales		Datos para el gráfico					
Precio Venta	18,50	Q Ventas	\$ 0	\$ 673	\$ 1.346	\$ 2.019	\$ 2.692
Coste Unitario M/P	15,11	\$ Ventas	\$ 0	\$ 12.449	\$ 24.898	\$ 37.348	\$ 49.797
Gastos	4.554	Costo Variable	\$ 0	\$ 10.172	\$ 20.344	\$ 30.516	\$ 40.688
Pto. Equilibrio	1.346	Costo Fijo	\$ 4.554	\$ 4.554	\$ 4.554	\$ 4.554	\$ 4.554
\$ Ventas Equilibrio	\$ 24.898	Costo Total	\$ 4.554	\$ 14.726	\$ 24.898	\$ 35.070	\$ 45.242
		Beneficio	-\$ 4.554	-\$ 2.277	\$ 0	\$ 2.277	\$ 4.554
		Para alcanzar el punto de equilibrio se debera vender 1.346 unidades mes					

Fuente: Datos punto de equilibrio calzados deportivos
Elaborado por: Gloria Peña Indio

FIGURA N° 15 Equilibrio calzados Sport



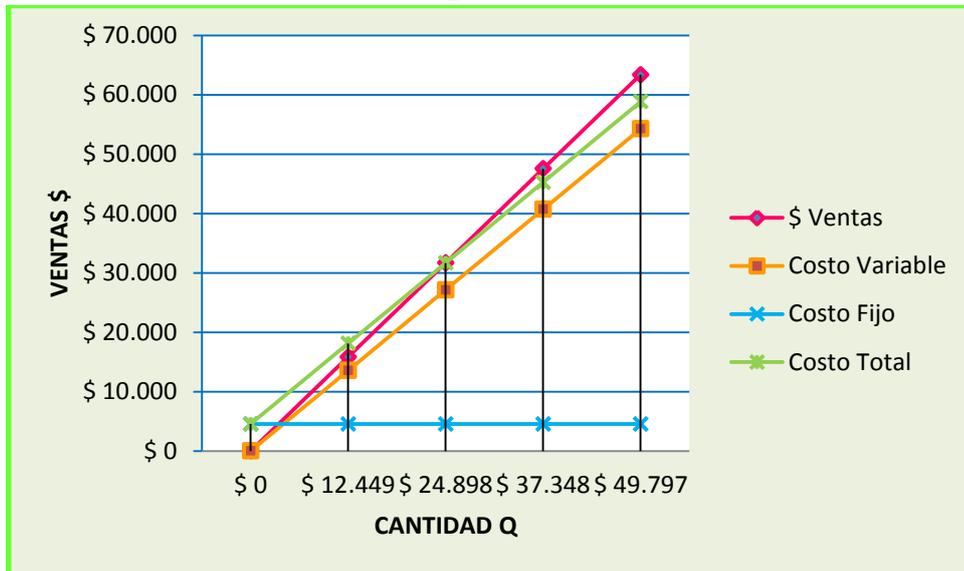
Fuente: Punto de equilibrio calzados deportivos
Elaborado por: Gloria Peña Indio

CUADRO N° 31 Datos de punto de equilibrio calzados casuales

Datos iniciales		Datos para el gráfico					
Precio Venta	16,44	Q Ventas	\$ 0	\$ 963	\$ 1.927	\$ 2.890	\$ 3.853
Coste Unitario M/P	14,08	\$ Ventas	\$ 0	\$ 15.838	\$ 31.676	\$ 47.514	\$ 63.352
Gastos	4.554	Costo Variable	\$ 0	\$ 13.561	\$ 27.122	\$ 40.683	\$ 54.244
Pto. Equilibrio	1.927	Costo Fijo	\$ 4.554	\$ 4.554	\$ 4.554	\$ 4.554	\$ 4.554
\$ Ventas Equilibrio	\$ 31.676	Costo Total	\$ 4.554	\$ 18.115	\$ 31.676	\$ 45.237	\$ 58.798
		Beneficio	-\$ 4.554	-\$ 2.277	\$ 0	\$ 2.277	\$ 4.554
		Para alcanzar el punto de equilibrio se debera vender 1.927 unidades mes					

Fuente: Datos punto de equilibrio calzados casuales
Elaborado por: Gloria Peña Indio

FIGURA NO. 16 Equilibrio calzados casuales



Fuente: Punto de equilibrio calzados casuales
Elaborado por: Gloria Peña Indio

4.7.10. Escenario

Los escenarios optimistas, normal y pesimista para el proyecto se muestran a consideración, prestando en consideración al VAN del estudio y una probabilidad del 40%, 50% y 10% respectivamente.

CUADRO NO. 32 Escenarios del proyecto

ESCENARIO	VAN(X)	PROBABILIDAD	Factor	Desviación	Desviación 2	Producto
Optimista	1.000.000	40%	400.000	212.982	45.361.312.001	18.144.524.801
Normal	756.036	50%	378.018	-30.982	959.881.368	479.940.684
Pesimista	90.000	10%	9.000	-697.018	485.834.158.833	48.583.415.883
			787.018			67.207.881.368

Fuente: Escenarios del proyecto
Elaborado por: Gloria Peña Indio

$$\sigma = \sqrt{\sum_{k=1}^n (re_k - rep)^2 * p(k)}$$

$$\sigma = 259244,83$$

4.8. Análisis de impacto del proyecto

4.8.1. Análisis de la Evaluación Ambiental

En el país existen varias consultoras que se encargan de revisar cual sería el impacto ambiental de un a industria, ya que es un estudio técnico, objetivo de carácter pluri e interdisciplinario para medir las posibles consecuencias del proyecto sobre la salud ambiental, la integridad del ecosistemas del cantón La Libertad; entre la principal consultora se encuentra ECUADOR AMBIENTAL presta servicios de Consultoría a diferentes empresas, la cual esta registrada en el Comité de Consultoría a nombre del Ing. Eduardo Briceño con el Registro N°. 1-07872-CIN. El impacto ambiental es un punto importante dentro del proyecto, ya que es considera parte fundamental en el desarrollo de las actividades de la industria, por lo que se plantea implementar las siguientes estrategias:

- No se sobreutilizará recursos naturales no renovables.
- La caja de los zapatos por los diseños, pueden tener varios usos y se incentivará al reciclaje o reutilización de la misma.
- No se destruirá si se utilizará pieles naturales para la confección del calzado.

Por lo expuesto se puede percatar que el impacto ambiental por parte de la empresa va a ser mínimo. Por lo cual se dependerá de que en cada proceso se analice antes de llevar a cabo una acción que vaya en contra de las políticas fijadas.

4.8.2. Análisis socioeconómico del proyecto

El análisis socioeconómico se refiere a los resultados que tendrá el proyecto ante la sociedad, detectando los defectos que puede tener de la misma manera la

magnitud cuantitativa del cambio en el problema de la población y de los comerciantes de calzados.

Entre los beneficio directos del proyecto recaen en los comerciantes de calzados que ya no tendrán que trasladarse a las ciudades de Guayaquil y Ambato a adquirir su mercadería así como también dejaran de realizar una búsqueda exhaustiva para conseguir un par de calzado.

La pequeña industria manufacturera de calzados se convertirá en una fuente de empleo para los habitantes de la provincia de Santa Elena. La mayoría de los insumos y materia prima será adquirida en el país en las ciudades aledañas lo cual beneficiará el comercio del ecuador.

4.9. CONCLUSIONES

- El principal objetivo que se planteó al iniciar el proyecto, fue el efectuar un estudio de factibilidad, mediante la investigación de mercado, que permita identificar las necesidades de calidad y demanda de los productos, para la creación de una pequeña industria de calzados para caballeros en el cantón de La Libertad en la provincia de Santa Elena.
- En vista de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los comerciantes de calzados del cantón La Libertad y la entrevista a los expertos dueños de la industria de calzados CAL-APOS se pudo obtener un alto porcentaje de respuesta en actitud positiva con lo que respecta a la creación de una industria de calzados para hombres, como una alternativa de fuente de empleo para los habitantes de este sector.

- Mediante el análisis de cada una de las preguntas de la investigación de mercado se obtuvo información necesaria para el desarrollo de la estrategia de mercadeo, que se aplicará para ofertar los calzados Sport y casuales, que satisfaga las necesidades del mercado. Se determinó las características y presentación de los productos para el cliente objetivo.
- Se pudo conocer que el proyecto goza de un alto porcentaje de aceptación que indico que si se creara la pequeña industria manufacturera de calzados si estarían dispuestos a adquirir los calzados por sus bajos costos y buena calidad, lo que permite asegurar que si existe un mercado por satisfacer en mencionados sectores.

4.10. RECOMENDACIONES

- Como recomendación principal se pide la puesta en marcha del proyecto de inversión para la creación de la pequeña industria manufacturera de calzados para caballeros, debido a los altos índices de rentabilidad. Adicionalmente se recomienda que los productos sean ofrecidos en las principales tiendas de calzados del cantón La Libertad como sector comercial de este producto, ya que dicho estudio fue concebido para este sector en cuanto a necesidades y exigencias de los clientes potenciales.
- Por medio de la investigación de mercado se puede mencionar como recomendación para los inversionistas que inviertan su capital en este tipo de empresa ya que existe un mercado potencial que aun no ha sido satisfecho, de implementarse el presente proyecto de inversión en la creación de una pequeña industria manufacturera de calzados para caballeros en el Cantón La Libertad se podrá brindar mayor plazas de trabajo así como participar del desarrollo socioeconómico de la provincia.

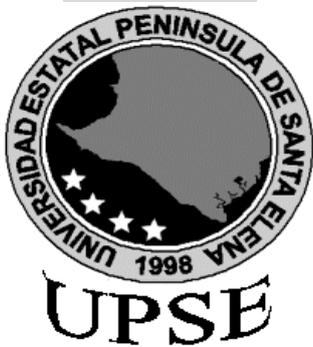
- Mantener los convenios con los proveedores de materia prima e insumos que le permita a la empresa optimizar sus costos del proceso de producción del servicio, mediante el proceso de desarrollo del proyecto se ha demostrado su factibilidad rentable, por lo que brindara a los inversionistas fructuosos rendimientos por su capital, recomendando la aplicación, además de que se siga fomentando este tipo de proyectos de creación de empresas que permitan tanto el desarrollo del profesional que los estudiantes que lo elaboran como, los beneficios que brindada para la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, V., & Sáenz, M. (2012). *Impactos macroeconómicos de la crisis internacinal en el Ecuador*. Quito: FLACSO, MIPRO.
- Arteaga, L., & Arias, F. (2013). *Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción de botas de cuero para varones adulto (modelo español y texano) ubicada en el norte de la ciudad de Quito*. Quito: ESPE, Quito 2013.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción* . Quito: MIPRO, 2010.
- Asamblea Nacional. (2011). *Ley Orgánica de Economía Polpular y Solidaria, Título I, Capítulo I - Art.9 y Capitulo II - Art.75 y 77*. Quito: Lexis, MIES 2011.
- Asamblea Nacional. (2013). *Constitución de la República de Ecuador*, . Quito: Asamblea Constituyente, 2013.
- Asamblea Nacional. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: SEMPLADES, 2013 - Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Asamblea Nacional, I. E. (2013). *De la Conseción de patentes*. Quito: IEPI,2013.
- Banco Central del Ecuador. (2013). *La economía ecuatoriana continua creciendo en el primer trimiestre del 2013*. Quito: BCE, 2013.
- Cedeño, I., Gallardo, J., & Izurieta, Y. (2010). *Proyecto de inversión para la creación de un afábrica de calzados femeninos de cuero en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: ESPOL, Guayaquil 2010.

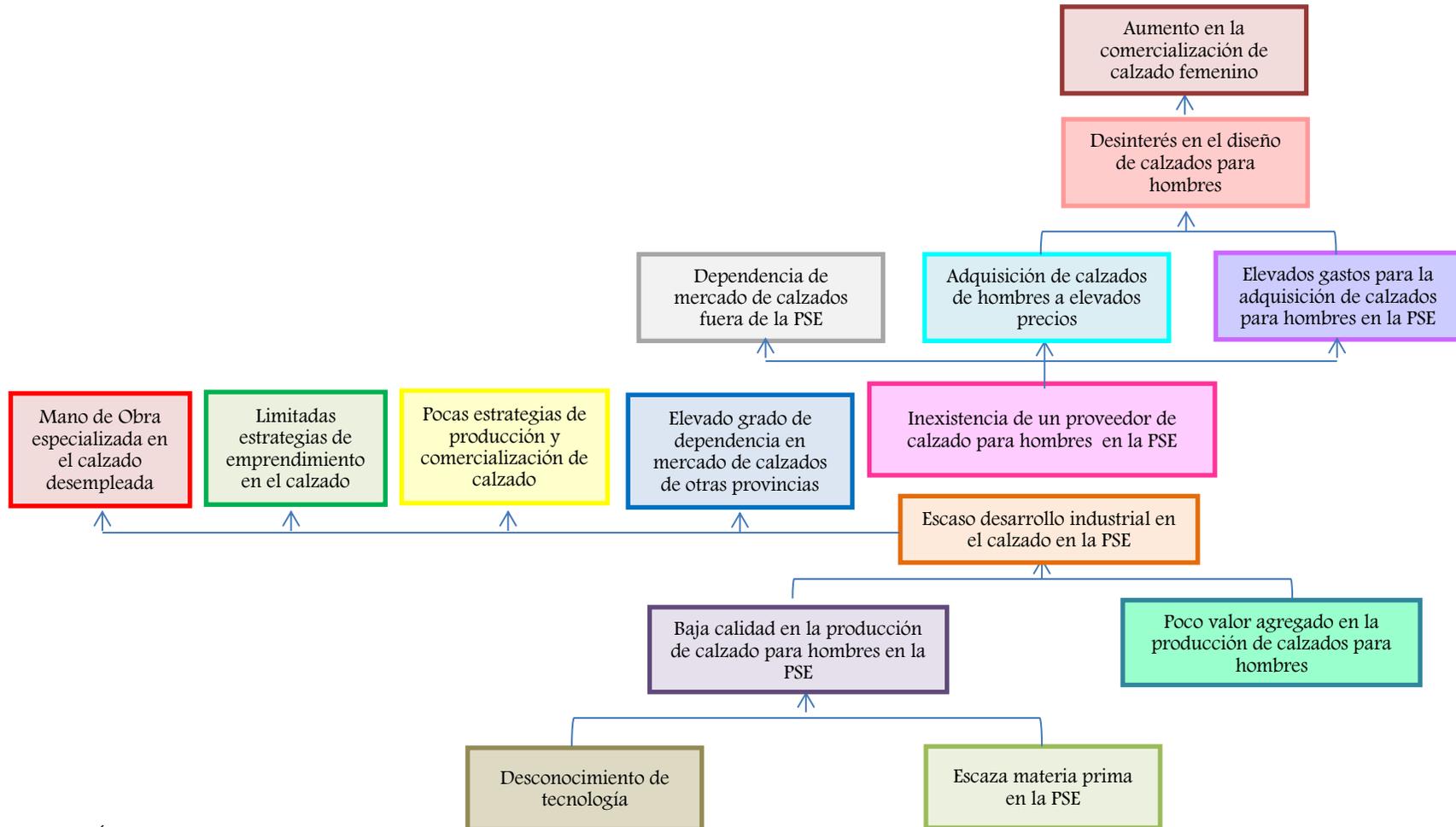
- Chauca, G., & Correa, O. (2011). *Proyecto de inversión para la instalación de un fabrica de calzados industrializado en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: ESPOL, Guayaquil 2011.
- Chicaiza, E., Changoluisa, É., & Suárez, M. (2011). *Historia del calzado*. Quito: El Calzado.
- Dennise, R. (5 de Junio de 2013). Industroa del calzado genera 100.000 empleos en el Ecuador. *La Hora*, pág. 14.
- Freire, M. (2013). *Estrategias de marketing para la empresa productora y comercializadora de calzados Geordazze*. Quito}: Universidad Politécnica Salesiana, Quito 2013.
- Gómez, J. (2010). *Guía para la planificación de marketing en la PYME*. Getafe: Quintero.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de Investigación*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). *Resultados del censo 2010 de l población y vivienda en el ecuador, Fascículo provincia de Santa Elena*. Santa Elena: INEC, 2010.
- Maldonado, G. (2008). *Herramientas y técnicas lean manufacturing en sistemas de producción y calidad*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercado*. México: Pearson Educacion, 2008.
- Méndez, C. (2008). *Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Mexico : Limusa.
- Normas Internacionales de Contabilidad. (2013). *NIC 2 "Existencias" NIC 7 "Estados de Flujos de Efectivo" NIC 16 "Propiedad Planta y Equipo"*. Londres: Cipseus SL.

- Normas Internacionales de Información Financiera. (2013). *NIFF 1*. Londres: Cipreus SL.
- Ortiz, F. (2008). *Potencialidades de la Península de Santa Elena*. Santa Elena: Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.
- Paredes, W., & Paredes, N. (2011). *Investigación Acción*. Quito: Rijabal.
- Pérez, M. (2009). *La participación del auditor interno en el diseño de un sistema computarizado en el proceso productivo de una empresa manufacturera de calzado*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. América Latina: Harvar Business Review, Reimpresión R080 1E-E.
- Recalde, M. (2009). *Estudio para la creación de un empresa productora y comercializadora de calzado industrial de seguridad ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito: Escuela Politécnica del Ejercito, Quito 2009.
- Rivas, R. (6 de Junio de 3013). La industria del calzado renace en el Ecuador, tras crisis de 2008. *La Hora*, pág. 13.



ANEXOS

ANEXO N° A Árbol de problema



Fuente: Árbol de Problemas
Elaborado por: Gloria Peña Indio

ANEXO N° B Folleto informativo de la matriz productiva

Folleto Informativo |



Transformación de la Matriz Productiva

Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano



Fuente: Folleto informativo de la transformación de la Matriz Productiva
Elaborado por: SEMPLADES



Sectores priorizados

Se han identificado 14 sectores productivos y 5 industrias estratégicas para el proceso de cambio de la matriz productiva del Ecuador. Los sectores priorizados así como las industrias estratégicas serán los que faciliten la articulación efectiva de la política pública y la materialización de esta transformación, pues permitirán el establecimiento de objetivos y metas específicas observables en cada una de las industrias que se intenta desarrollar. De esta manera el Gobierno Nacional evita la dispersión y favorece la concentración de sus esfuerzos.

Cuadro 1: Industrias priorizadas

Sector	Industria
BIENES	1) Alimentos frescos y procesados
	2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina)
	3) Confecciones y calzado
	4) Energías renovables
	5) Industria farmacéutica
	6) Metalmeccánica
	7) Petroquímica
SERVICIOS	8) Productos forestales de madera
	9) Servicios ambientales
	10) Tecnología (software, hardware y servicios informáticos)
	11) Vehículos, automotores, carrocerías y partes
	12) Construcción
	13) Transporte y logística
	14) Turismo

Cuadro 2: Industrias estratégicas

Industria	Posibles bienes o servicios	Proyectos
1) Refinería	Metano, butano, propano, gasolina, queroseno, gasoil	* Proyecto Refinería del Pacífico
2) Astillero	Construcción y reparación de barcos, servicios asociados	* Proyecto de Implementación de astillero en Posorja
3) Petroquímica	Urea, pesticidas herbicidas, fertilizantes	* Estudios para la producción de urea y fertilizantes nitrogenados



Fuente: Folleto informativo de la transformación de la Matriz Productiva
Elaborado por: SEMPLADES

ANEXO N° C Ficha de observación

<p>UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIA</p> 	
<h3>FICHA DE OBSERVACIÓN</h3>	
OBJETO DE ESTUDIO:	
LUGAR DE OBSERVACIÓN:	
FECHA DE OBSERVACIÓN:	
NOMBRE DEL INVESTIGADOR:	
DESCRIPCION DE LA OBSERVACIÓN:	
INTERPRETACIÓN DE LA OBSERVACIÓN:	

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: Gloria Peña Indio

ANEXO N° D Ficha de entrevista

<p>UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL</p>  <p>ENTREVISTA</p> <p>OBJETIVO: Identificar la situación actual de la industria manufacturera de calzados CAL-APOS mediante la aplicación de la entrevista para determinar componentes estratégicos de competitividad de la emprendedora.</p> <p>ENTREVISTA A GERENTE DE INDUSTRIAS CAL-APOS</p> <ol style="list-style-type: none">1. ¿Qué factores le motivaron a fabricar calzados para caballeros?2. ¿Cuáles son las características del calzado para caballeros y en que se diferencia de las demás?3. Piensa usted que las características de su producto satisfacen las necesidades de sus clientes y consumidores. ¿Por qué?4. ¿Qué tipo de venta aplica usted para comercializar su producto?5. ¿Qué factores cree usted que limitan captar clientes?	<ol style="list-style-type: none">6. ¿Quiénes son sus principales clientes en esta ciudad?7. ¿Qué tipo de publicidad utiliza su empresa para comercializar su producto? ¿En qué medio lo hace?8. ¿Qué tipo de incentivos y motivaciones utiliza usted para que los clientes compren sus calzados?9. ¿Cómo ha visto usted el comercio del calzado en la provincia de Santa Elena?10. ¿Cree usted que implementando una industria manufacturera de calzados en la provincia de Santa Elena, facilitara la comercialización del mismo?
--	---

Fuente: Ficha de entrevista
Elaborado por: Gloria Peña Indio

ANEXO N° E Ficha de encuesta

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL			
ENCUESTA			
1. Datos Generales			
Género:			
MASCULINO	<input type="checkbox"/>	FEMENINO	<input type="checkbox"/>
Edad:			
18 A 26 AÑOS	<input type="checkbox"/>	36 A 44 AÑOS	<input type="checkbox"/>
27 A 35 AÑOS	<input type="checkbox"/>	45 AÑOS EN ADELANTE	<input type="checkbox"/>
Ingresos Económicos:			
MENOS DE \$100	<input type="checkbox"/>	\$501 A \$1000	<input type="checkbox"/>
\$100 A \$500	<input type="checkbox"/>	MAYOR A \$1000	<input type="checkbox"/>
2. ¿Qué tiempo tiene ejerciendo esta actividad económica?			
	CANT.		CANT.
DIAS	<input type="checkbox"/>	MESES	<input type="checkbox"/>
SEMANAS	<input type="checkbox"/>	AÑOS	<input type="checkbox"/>
3. ¿Qué aspecto considera más importantes para adquirir los calzados?			
PRECIO	<input type="checkbox"/>	MODELO/COLORES	<input type="checkbox"/>
CALIDAD	<input type="checkbox"/>	DURABILIDAD	<input type="checkbox"/>
COMODIDAD	<input type="checkbox"/>	MARCA	<input type="checkbox"/>
OTRO:	<input type="text"/>		
4. ¿Conoce sobre empresas que confeccionen calzados en nuestra provincia?			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
CUALES:	<input type="text"/>		
5. ¿Qué marcas adquiere?			
NACIONALES	<input type="checkbox"/>		
EXTRANJEROS	<input type="checkbox"/>		
AMBOS	<input type="checkbox"/>		
¿POR QUÉ	<input type="text"/>		
6. ¿Considera importante la trayectoria de una marca al momento de adquirir los calzados?			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
7. ¿Dónde adquiere los calzados para su local comercial?			
GUAYAQUIL	<input type="checkbox"/>	SANTA ELENA	<input type="checkbox"/>
AMBATO	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
8. ¿Qué tipos de calzaos vende en su tienda comercial?			
SPORT	<input type="checkbox"/>		
CASUAL	<input type="checkbox"/>		
AMBOS	<input type="checkbox"/>		
9. ¿Qué líneas de calzado vende más en su tienda comercial?			
HOMERES	<input type="checkbox"/>		
MUJERES	<input type="checkbox"/>		
NINOS	<input type="checkbox"/>		
TODOS	<input type="checkbox"/>		
10. ¿Cuántos proveedores de calzado tiene?			
DE 1 A 2	<input type="checkbox"/>	DE 5 A 6	<input type="checkbox"/>
DE 3 A 4	<input type="checkbox"/>	MAS DE 6	<input type="checkbox"/>
11. Indique cuántos de sus proveedores son nacionales.			
NINGUNO	<input type="checkbox"/>	MAS DEL 50%	<input type="checkbox"/>
MENOS DEL 50%	<input type="checkbox"/>	TODOS	<input type="checkbox"/>
12. ¿Con qué frecuencia realizan pedidos de calzado en su negocio?			
MENSUAL	<input type="checkbox"/>	SEMESTRAL	<input type="checkbox"/>
TRIMESTRAL	<input type="checkbox"/>	ANUAL	<input type="checkbox"/>
13. ¿Cuántas docenas de pares de zapatos compran actualmente?			
MENOS DE 50	<input type="checkbox"/>	DE 100 A 150	<input type="checkbox"/>
DE 50 A 100	<input type="checkbox"/>	MAS DE 150	<input type="checkbox"/>
14. ¿Cómo son las entregas del pedido de calzados?			
EN SUS BODEGAS	<input type="checkbox"/>		
BODEGAS DE LOS PROVEEDORES	<input type="checkbox"/>		
15. ¿Cómo son los pagos en las ordenes de compra d calzado?			
DENTRO DE LOS 30 PRIMEROS DIAS	<input type="checkbox"/>		
DENTRO DE LOS 45 PRIMEROS DIAS	<input type="checkbox"/>		
DENTRO DE LOS 60 PRIMEROS DIAS	<input type="checkbox"/>		
16. ¿Qué acogida tiene su tienda de zapatos dentro del centro comercial en el que se encuentra?			
MUY BUENA	<input type="checkbox"/>	REGULAR	<input type="checkbox"/>
BUENA	<input type="checkbox"/>	NULLA	<input type="checkbox"/>
17. ¿Qué medio utiliza para dar a conocer su negocio?			
TELEVISION	<input type="checkbox"/>	AMIGOS	<input type="checkbox"/>
PRENSA ESCRITA	<input type="checkbox"/>	FAMILIA	<input type="checkbox"/>
RADIO	<input type="checkbox"/>	FOR CUASILIDAD	<input type="checkbox"/>
OTRO:	<input type="text"/>		
18. ¿Estaría dispuesto a ofrecer una nueva marca nacional de calzados para caballeros, que cumpla todos los requerimientos?			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
19. ¿Cuál es el precio promedio que estaría dispuesto a pagar por este tipo de calzado?			
MENOS DE \$10	<input type="checkbox"/>	\$30 A \$40	<input type="checkbox"/>
\$10 A \$20	<input type="checkbox"/>	MAS DE \$40	<input type="checkbox"/>

Fuente: Ficha de encuesta
Elaborado por: Gloria Peña Indio

ANEXO N° F Patente Municipal

 **GOBIERNO MUNICIPAL DE LA LIBERTAD**
DEPARTAMENTO DE RENTAS 

La Libertad, _____ de _____ del _____

Señor:
Ec. MARCO CHANGO JACHO
ALCALDE DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE LA LIBERTAD
En su despacho:

Sr. Alcalde:

Yo, _____ con cédula de ciudadanía
No. _____ Solicito a Usted, la emisión de la PATENTE MUNICIPAL para el
año _____. Para mi negocio cuya actividad comercial es: _____
_____ denominado _____
_____ ubicado en el sector _____

Para la cual anexo la siguiente documentación:

PRIMERA VEZ

- 1.- Copia de Cédula de ciudadanía
- 2.- Certificado de Salud
- 3.- Copia de RUC, para personas Jurídicas
- 4.- Balance General del Negocio
- 5.- Copia del Contrato de Arriendo y predio urbano al día
- 6.- Copia de planilla de servicio Básico
- 7.- Copia del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

RENOVACIÓN

- 1.- Patente del último año de pago
- 2.- Certificado Salud
- 3.- Balance General del Negocio

Comprometiendome a cumplir lo estipulado en las ordenanzas y leyes Municipales

ATENTAMENTE

¡Salve siempre balneario del PUEBLO!
Av. 9 de Octubre Diagonal a la Iglesia Central Edificio "Valamar" Teléfono: 2784256 - 2784257
Prov. Santa Elena - La Libertad - Ecuador

Fuente: Gobierno Municipal del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

ANEXO N° G Uso del suelo

 <p style="font-size: small;">Econ. Marco Chango J. Alcalde</p>	CONSULTA DE:	DIA:	MES:	AÑO:
	USO DE SUELO	No. DE SOLICITUD: 2011 - _____		
DATOS DEL SOLICITANTE				
APELLIDOS Y NOMBRES:			CED. DE IDENTIDAD	
CARACTERÍSTICAS DEL SOLAR				
DIRECCIÓN		CÓDIGO CATASTRAL	SOLAR VACIO	
SECTOR:	M.Z.:	SOLAR:	SOLAR CONST.	
ACTIVIDAD SOLICITADA		RAZON SOCIAL		

Fuente: Gobierno Municipal del cantón La Libertad
Elaborado por: Gloria Peña Indio

ANEXO N° H PLAN DE ACCIÓN

PLAN DE ACCIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE CALZADOS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD.				
Problema Principal: Falta de estrategias de emprendimiento en el sector formal del comercio del calzado en el cantón La Libertad				
Fin del proyecto: Crear una pequeña industria manufacturera de calzados en el cantón La Libertad.	Indicadores: <ul style="list-style-type: none"> Base de datos de comerciantes de calzados en el cantón La Libertad. Encuesta a clientes. Entrevistas a dueño de Industrias APOS. 			
Propósito de Proyecto: Crear una pequeña industria manufacturera de calzados en el cantón La Libertad, de la Provincia de Santa Elena, para que facilite el comercio del producto en el mercado y se convierta en una marca reconocida dentro de la provincia y mantenerse en el mercado peninsular.	Indicador: <ul style="list-style-type: none"> Número de clientes que prefieren adquirir un nuevo calzado. 			
VARIABLES	OBJETIVOS	ESTUDIOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
	Determinar cómo influyen las estrategias de emprendimiento en el comercialización de calzados en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena; mediante el método de la observación y un	Estudio De Mercado y Entrevista a Experto	<p style="text-align: center;">Segmentación del mercado</p> <p>La segmentación de mercado hace énfasis a la determinación de un grupo específico de clientes, como es los pequeños comerciantes de calzados el cantón La Libertad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Buscar las fuentes de información, encuestas y entrevistas. Determinar la población objetivo. Identificar los clientes metas
			<p style="text-align: center;">Penetración en el Mercado</p> <p>Hace referencia a la introducción de la nueva marca calzado en el mercado y la difusión de este a los clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Se deben establecer las técnicas publicitarias para que los calzados ingresen al mercado y ala mente del consumidor final, ofreciendo flyers y tarjetas de presentación. Realizar el presupuesto de publicidad.

ESTRATEGIAS DE EMPRENDEMIENTO	estudio de mercado.		<p>Estrategia de precio Consiste en la determinación de los precios para la comercialización de los calzados, en este caso estará basada en la competencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Especificar el control y manejo de los precios de los calzados de parte de la competencia. • Proyectar los precios por cada producto.
	Establecer los procesos administrativos para la nueva industria en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, mediante el cumplimiento del acta de constitución del proyecto.	Estudio Administrativo Organizacional y Legal	<p>Adecuación de sistema Administrativo Hace referencia a implementación o adaptación de un sistema administrativo, llevando de esta forma una mejor manera de planificar, organizar, dirigir y controlar en la industria de calzados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con los permisos de funcionamiento para la creación de la industria en el cantón La Libertad. • Determinar misión, visión, valores y objetivos institucionales. • Establecer una estructura organizacional. • Describir puestos y departamentos.
Producción y comercialización del calzado	Identificar las técnicas de producción del calzado para caballeros, mediante un estudio técnico y así facilitar este proceso del proyecto.	Estudio técnico	<p>Estrategias de producción del calzado. Esta estrategia se basa en identificar la forma mejor factible para producir el calzado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar las maquinarias a utilizar en el proceso de productivo, así como los recursos de equipos y herramientas. • Detallar la capacidad instalada del proyecto. • Identificar la ubicación de la industria de calzados. • Describir el proceso de producción del calzado

	Identificar las estrategias competitivas sector formal del calzado del cantón La Libertad como futuros clientes de la empresa, mediante un estudio de mercado.	Estudio de mercado y entrevista a experto.	Estrategias del sector comercial del calzado. Consiste en identificar las tácticas que realizan los comerciantes de calzados del cantón La Libertad.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar la frecuencia de compras del producto por parte de los comerciantes. • Identificar el posicionamiento que tienen en el mercado • Identificar como se manejan con sus clientes y proveedores.
TEMA: Creación de una pequeña industria manufacturera de calzados en el cantón La Libertad.	Analizar cómo influye la creación de una pequeña industria manufacturera de calzados en el cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena, mediante la opinión de los comerciantes de calzados.	Estudio Técnico	Implementación de una pequeña industria manufacturera de calzados Se basa en la infraestructura adecuada de la industria, incluyendo la descripción de los procesos de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar la infraestructura de la pequeña industria. • Determinar la capacidad Instalada. • Descripción de los procesos de producción. • Establecer el presupuesto de maquinaria, herramientas y equipos.
		Estudio Financiero	Identificación de la viabilidad del proyecto Hace énfasis a los estados e indicadores financieros que permiten determinar la factibilidad del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecciones de ventas. • Realizar los balances financieros. • Determinar el TIR y VAN
		Estudio Ambiental	Impacto ambiental del proyecto Indica la causa o nivel de impacto ambiental y socioeconómico que va a tener la ejecución del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el estudio ambiental del proyecto. • Identificación del estudio socio-económico.

Fuente: Plan de acción

Elaborado por: Gloria Peña Indio

ANEXO N° I Apoyos del tema de investigación



**CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL
Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO**



OFICIO-CIDE-AT-020-2012

La Libertad, Octubre 26 de 2012

**Señora Ingeniera
MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE
En su despacho.-**

Por medio del presente, comunico a usted que:

Luego de la evaluación de Proyecto presentado por el estudiante **PEÑA INDIO GLORIA ESPERANZA**, denominado " **CREACION DE UNA PEQUEÑA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE CALZADOS PARA CABALLEROS EN EL CANTON LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA**", se encuentra dentro de los sectores priorizados de la agenda de desarrollo productivo del Gobierno Nacional, por lo tanto a través del Centro y con el apoyo de las diferentes entidades de Gobierno, es posible la puesta en marcha de dicho proyecto.

Atentamente


Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.
**CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL
Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO**



La Libertad, 14 de Septiembre del 2012

Señora Ingeniera.
MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE
En su despacho.-

Por medio de la presente, comunico a usted:

CARTA AVAL

Yo, Ec. Jimmy Quispe Gonzabay, Jefe de Oficina de la Corporación Financiera Nacional de Santa Elena, me permito emitir la presente carta de compromiso, para que la Srta. Gloria Esperanza Peña Indio, levante información técnica en nuestra institución con fines académicos, al respecto con su tema denominado **IMPLEMENTACIÓN DE UNA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE CALZADO PARA CABALLEROS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

Cabe destacar que actualmente contamos con líneas de crédito de financiamiento estratégico y de emprendimiento, dentro de las cuales el proyecto si es actividad financiable para nuestra Institución, debido a que pertenece a la *categoria D, numeración 1.9.2.0: Fabricación de calzado.*

Es importante indicar que para la aprobación del financiamiento, el sujeto de crédito debe cumplir requisitos que en esta carta aval no se especifican.

Atentamente,

Ec. Jimmy Quispe Gonzabay
Corporación Financiera Nacional
Jefe de Oficina

ANEXO N° J Fotográficos

Foto de observación N° 1



Fuente: Centro Económico del cantón La Libertad
Elaborado: Gloria Peña Indio

Foto de observación N° 2



Fuente: Comerciantes del cantón La Libertad
Elaborado: Gloria Peña Indio

FOTOS ENTREVISTA

Foto de entrevista N° 1



Fuente: Área de Corte CAL-APOS
Elaborado: Gloria Peña Indio

Foto de entrevista N° 2



Fuente: Área de Detallado CAL-APOS
Elaborado: Gloria Peña Indio

Foto de entrevista N° 3



Fuente: Área de Aparado CAL-APOS
Elaborado: Gloria Peña Indio

Foto de entrevista N° 4



Fuente: Área de Armado CAL-APOS
Elaborado: Gloria Peña Indio

Foto de entrevista N° 5



Fuente: Área de Plantado CAL-APOS
Elaborado: Gloria Peña Indio

Foto de entrevista N° 6



Fuente: Área de Acabado CAL-APOS
Elaborado: Gloria Peña Indio

FOTOS ENCUESTA

Foto de encuesta N° 1



Fuente: Comerciantes del cantón La Libertad
Elaborado: Gloria Peña Indio

Foto de encuesta N° 2



Fuente: Comerciantes del cantón La Libertad
Elaborado: Gloria Peña Indio

Foto de encuesta N° 3



Fuente: Comerciantes del cantón La Libertad
Elaborado: Gloria Peña Indio