



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
CALZADO MASCULINO EN EL CANTÓN CEVALLOS,  
PROVINCIA DE TUNGURAHUA, AÑO 2022.”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA:**

**EVELIN FERNANDA SULCA MALIZA**

Riobamba – Ecuador

2023



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
CALZADO MASCULINO EN EL CANTÓN CEVALLOS,  
PROVINCIA DE TUNGURAHUA, AÑO 2022.”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA:** EVELIN FERNANDA SULCA MALIZA

**DIRECTOR:** ING. MAURO PATRICIO ANDRADE ROMERO

Riobamba – Ecuador

2023

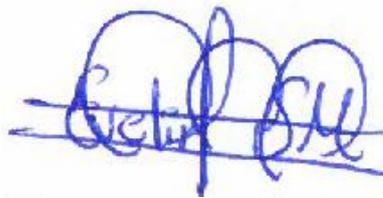
© 2023, Evelin Fernanda Sulca Maliza

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Evelin Fernanda Sulca Maliza, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 23 de octubre de 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Evelin Sulca Maliza', written over a horizontal line.

**Evelin Fernanda Sulca Maliza**  
**180520079-5**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO MASCULINO EN EL CANTÓN CEVALLOS, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, AÑO 2022.”**, realizado por la señorita: **EVELIN FERNANDA SULCA MALIZA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

**FIRMA**

**FECHA**

Ing. Francisco Eduardo Toscano Guerrero  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

2023-10-23

Ing. Mauro Patricio Andrade Romero  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN**

2023-10-23

Ph.D. Roberto Isaac Costales Montenegro  
**ASESOR DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN**

2023-10-23

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado primordialmente a Dios gracias por darme salud, vida, perseverancia y esas ganas de nunca rendirme, también a mis padres Juan y Germania a mis hermanos Danny, Christian, Gabriela, Lorena sin ustedes nada de esto podría ser posible, a mi sobrina Sofia que cada día me brinda una sonrisa y una motivación más para seguir, ustedes mi familia querida siempre serán el motivo de mis triunfos, gracias.

Evelin

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi madre Germania Maliza, a mi padre Juan Sulca que siempre me han apoyado en cada decisión que he tomado conforme a mi preparación académica, han sido y serán siempre mi mayor motor para seguir adelante, a mis hermanos Danny, Christian, Gabriela, Lorena siempre han estado dándome ánimos para seguir, aunque había días en los que costaba más, ustedes y mis padres son para mí un ejemplo de superación constante, además a mis amigos y docentes que han hecho que esté camino sea de constante esfuerzo pero con una magnífica recompensa y finalmente a mi querida Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por permitirme cumplir uno de mis sueños más preciados y formarme como una excelente profesional.

Evelin

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| ÍNDICE DE TABLAS.....        | xiv   |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES..... | xvi   |
| ÍNDICE DE ANEXOS.....        | xvii  |
| RESUMEN.....                 | xviii |
| ABSTRACT.....                | xviii |
| INTRODUCCIÓN.....            | 1     |

### CAPÍTULO I

|  |   |
|--|---|
| 1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....           | 2 |
| 1.1. Planteamiento del Problema.....           | 2 |
| 1.2. Objetivos.....                            | 4 |
| 1.2.1. <i>Objetivo General</i> .....           | 4 |
| 1.2.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....      | 4 |
| 1.3. Justificación.....                        | 4 |
| 1.3.1. <i>Justificación Teórica</i> .....      | 4 |
| 1.3.2. <i>Justificación Metodológica</i> ..... | 5 |
| 1.3.3. <i>Justificación Práctica</i> .....     | 5 |
| 1.4. Idea a defender.....                      | 6 |

### CAPÍTULO II

|  |   |
|--|---|
| 2. MARCO TEÓRICO.....                                | 7 |
| 2.1. Referencias teóricas.....                       | 7 |
| 2.1.1. <i>Proyecto</i> .....                         | 7 |
| 2.1.1.1. <i>Importancia de proyectos</i> .....       | 7 |
| 2.1.1.2. <i>Clases de proyectos</i> .....            | 7 |
| 2.1.1.3. <i>Los beneficiarios del proyecto</i> ..... | 8 |

|                 |   |    |
|-----------------|---|----|
| <b>2.1.1.4.</b> | <b><i>Selección del proyecto</i></b> .....              | 8  |
| 2.1.1.5.        | <i>Estructura de un proyecto</i> .....                  | 9  |
| <b>2.1.2.</b>   | <b><i>Factibilidad</i></b> .....                        | 9  |
| 2.1.2.1.        | <i>Tipos de factibilidad</i> .....                      | 9  |
| 2.1.2.2.        | <i>Análisis de factibilidad</i> .....                   | 10 |
| 2.1.2.3.        | <i>Objetivos del análisis de factibilidad</i> .....     | 10 |
| <b>2.1.3.</b>   | <b><i>Proyecto de factibilidad</i></b> .....            | 10 |
| 2.1.3.1.        | <i>Factibilidad financiera de un proyecto</i> .....     | 11 |
| 2.1.3.2.        | <i>Etapas del ciclo de proyectos</i> .....              | 11 |
| <b>2.1.4.</b>   | <b><i>Producción</i></b> .....                          | 12 |
| <b>2.1.5.</b>   | <b><i>Comercialización</i></b> .....                    | 12 |
| <b>2.1.6.</b>   | <b><i>Empresa industrial</i></b> .....                  | 12 |
| 2.1.6.1.        | <i>Empresa de calzado</i> .....                         | 12 |
| 2.1.6.2.        | <i>Características de una empresa industrial</i> .....  | 12 |
| 2.1.6.3.        | <i>Tipos de empresas industriales</i> .....             | 13 |
| <b>2.1.7.</b>   | <b><i>Mercado</i></b> .....                             | 13 |
| 2.1.7.1.        | <i>Participantes del mercado</i> .....                  | 13 |
| 2.1.7.2.        | <i>Estudio de mercado</i> .....                         | 14 |
| 2.1.7.3.        | <i>Estructura del estudio de mercado</i> .....          | 14 |
| 2.1.7.4.        | <i>Objetivos y alcance del estudio de mercado</i> ..... | 14 |
| <b>2.1.8.</b>   | <b><i>Demanda</i></b> .....                             | 15 |
| 2.1.8.1.        | <i>Demanda presente y futura</i> .....                  | 15 |
| 2.1.8.2.        | <i>Demanda insatisfecha</i> .....                       | 15 |
| 2.1.8.3.        | <i>Demanda futura</i> .....                             | 15 |
| <b>2.1.9.</b>   | <b><i>Oferta</i></b> .....                              | 16 |
| 2.1.9.1.        | <i>Análisis de oferta</i> .....                         | 16 |
| <b>2.1.10.</b>  | <b><i>Análisis de los precios</i></b> .....             | 16 |
| <b>2.1.11.</b>  | <b><i>Métodos de proyección</i></b> .....               | 16 |
| <b>2.1.12.</b>  | <b><i>Canal de comercialización</i></b> .....           | 16 |

|  |    |
|--|----|
| <b>2.1.13. Estudio técnico</b> .....                         | 16 |
| 2.1.13.1. Aspectos fundamentales del estudio técnico.....    | 17 |
| 2.1.13.2. Elementos del estudio técnico .....                | 17 |
| 2.1.13.3. Enfoques del estudio técnico .....                 | 18 |
| <b>2.1.14. Ingeniería del proyecto</b> .....                 | 18 |
| <b>2.1.15. Estudio administrativo</b> .....                  | 18 |
| <b>2.1.16. Misión</b> .....                                  | 19 |
| <b>2.1.17. Visión</b> .....                                  | 19 |
| <b>2.1.18. Estructura organizacional</b> .....               | 19 |
| <b>2.1.19. Organigrama estructural</b> .....                 | 19 |
| <b>2.1.20. Estudio legal</b> .....                           | 19 |
| <b>2.1.21. Estudio económico y financiero</b> .....          | 19 |
| <b>2.1.22. Inversión del proyecto</b> .....                  | 20 |
| <b>2.1.23. Capital de trabajo</b> .....                      | 20 |
| <b>2.1.24. Depreciaciones</b> .....                          | 20 |
| <b>2.1.25. Evaluación financiera</b> .....                   | 21 |
| 2.1.25.1. Tasa interna de retorno (TIR).....                 | 21 |
| 2.1.25.2. Valor actual neto (VAN) .....                      | 21 |
| 2.1.25.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)..... | 22 |
| 2.1.25.4. Razón beneficio costo (B/C).....                   | 22 |
| 2.1.25.5. Punto de equilibrio .....                          | 23 |
| <b>2.1.26. Costos fijos</b> .....                            | 23 |
| <b>2.1.27. Costos variables</b> .....                        | 23 |
| <b>2.1.28. Materia prima</b> .....                           | 24 |
| <b>2.1.29. Mano de obra</b> .....                            | 24 |
| <b>2.1.30. Presupuesto</b> .....                             | 24 |
| <b>2.1.31. Análisis financiero</b> .....                     | 24 |
| <b>2.1.32. Proyección</b> .....                              | 24 |
| <b>2.1.33. Factor de actualización</b> .....                 | 25 |

|  |    |
|--|----|
| <b>2.1.34. Tasa de descuento</b> .....                         | 25 |
| <b>2.1.35. Métodos de análisis</b> .....                       | 25 |
| <b>2.1.36. Estados financieros</b> .....                       | 25 |
| 2.1.36.1. <i>Estado de Situación Financiera</i> .....          | 25 |
| 2.1.36.2. <i>Estado de Resultados</i> .....                    | 26 |
| 2.1.36.3. <i>Estado de Flujo de Efectivo</i> .....             | 26 |
| <b>2.1.37. Ratios Financieros</b> .....                        | 26 |
| 2.1.37.1. <i>Clasificación de los ratios financieras</i> ..... | 26 |
| 2.1.37.2. <i>Ratios de liquidez</i> .....                      | 26 |
| 2.1.37.3. <i>Ratios de gestión</i> .....                       | 28 |
| 2.1.37.4. <i>Ratios de endeudamiento</i> .....                 | 29 |
| 2.1.37.5. <i>Ratios de rentabilidad</i> .....                  | 29 |

### CAPÍTULO III

|   |    |
|---|----|
| <b>3. MARCO METODOLÓGICO</b> .....            | 31 |
| <b>3.1. Enfoque de la investigación</b> ..... | 31 |
| 3.1.1. <i>Enfoque cualitativo</i> .....       | 31 |
| 3.1.2. <i>Enfoque cuantitativo</i> .....      | 31 |
| <b>3.2. Alcance de la investigación</b> ..... | 31 |
| 3.2.1. <i>Descriptivo</i> .....               | 31 |
| <b>3.3. Diseño de la investigación</b> .....  | 32 |
| 3.3.1. <i>No experimental</i> .....           | 32 |
| <b>3.4. Tipo de estudio</b> .....             | 32 |
| 3.4.1. <i>Transversal</i> .....               | 32 |
| <b>3.5. Tipo de investigación</b> .....       | 33 |
| 3.5.1. <i>De campo</i> .....                  | 33 |
| 3.5.2. <i>Bibliográfica Documental</i> .....  | 33 |
| <b>3.6. Métodos</b> .....                     | 33 |
| 3.6.1. <i>Método inductivo</i> .....          | 33 |

|          |  |    |
|----------|--|----|
| 3.6.2.   | <i>Método deductivo</i> .....                          | 34 |
| 3.7.     | <b>Técnicas</b> .....                                  | 34 |
| 3.7.1.   | <i>Encuesta</i> .....                                  | 34 |
| 3.7.2.   | <i>Entrevista</i> .....                                | 34 |
| 3.7.3.   | <i>Observación</i> .....                               | 35 |
| 3.7.3.1. | <i>Observación directa</i> .....                       | 35 |
| 3.8.     | <b>Instrumentos</b> .....                              | 35 |
| 3.8.1.   | <i>Cuestionario</i> .....                              | 35 |
| 3.8.2.   | <i>Guía de entrevista</i> .....                        | 36 |
| 3.9.     | <b>Población, selección y cálculo de muestra</b> ..... | 36 |
| 3.9.1.   | <i>Población</i> .....                                 | 36 |
| 3.9.2.   | <i>Tabulación</i> .....                                | 36 |
| 3.9.3.   | <i>Muestra</i> .....                                   | 36 |

#### CAPÍTULO IV

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 4.     | <b>MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....       | 38 |
| 4.1.   | <b>Procesamiento, análisis e interpretación de resultados</b> ..... | 38 |
| 4.1.1. | <i>Resultados de las encuestas</i> .....                            | 38 |
| 4.2.   | <b>Discusión de resultados de la encuesta y entrevista</b> .....    | 53 |

#### CAPÍTULO V

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 5.     | <b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....         | 54 |
| 5.1.   | <b>El contenido de propuesta</b> ..... | 54 |
| 5.2.   | <b>Estudio de mercado</b> .....        | 54 |
| 5.2.1. | <i>Segmentación del mercado</i> .....  | 55 |
| 5.2.2. | <i>Análisis de la demanda</i> .....    | 56 |
| 5.2.3. | <i>Proyección de la demanda</i> .....  | 56 |
| 5.2.4. | <i>Análisis de la oferta</i> .....     | 57 |

|               |  |     |
|---------------|--|-----|
| <b>5.2.6.</b> | <b><i>Demanda insatisfecha</i></b> .....         | 60  |
| <b>5.2.7.</b> | <b><i>Precios</i></b> .....                      | 61  |
| <b>5.2.8.</b> | <b><i>Mix del mercado</i></b> .....              | 62  |
| 5.2.8.1.      | <i>Producto</i> .....                            | 62  |
| 5.2.8.2.      | <i>Características del producto</i> .....        | 62  |
| 5.2.8.3.      | <i>Precio</i> .....                              | 64  |
| 5.2.8.4.      | <i>Plaza</i> .....                               | 65  |
| 5.2.8.5.      | <i>Promoción</i> .....                           | 65  |
| <b>5.3.</b>   | <b>Estudio técnico</b> .....                     | 66  |
| <b>5.3.1.</b> | <b><i>Localización</i></b> .....                 | 66  |
| 5.3.1.1.      | <i>Macro localización</i> .....                  | 66  |
| 5.3.1.2.      | <i>Micro localización</i> .....                  | 66  |
| <b>5.3.2.</b> | <b><i>Ingeniería del proyecto</i></b> .....      | 68  |
| 5.3.2.1.      | <i>Flujograma</i> .....                          | 69  |
| 5.3.2.2.      | <i>Equipo necesario</i> .....                    | 72  |
| 5.3.2.3.      | <i>Infraestructura</i> .....                     | 74  |
| <b>5.3.3.</b> | <b><i>Estudio legal</i></b> .....                | 76  |
| <b>5.3.4.</b> | <b><i>Estudio Administrativo</i></b> .....       | 79  |
| 5.3.4.1.      | <i>Misión</i> .....                              | 79  |
| 5.3.4.2.      | <i>Visión</i> .....                              | 79  |
| 5.3.4.3.      | <i>Organigrama estructural</i> .....             | 79  |
| 5.3.4.4.      | <i>Manual de funciones</i> .....                 | 80  |
| <b>5.3.5.</b> | <b><i>Estudio económico financiero</i></b> ..... | 86  |
| 5.3.5.1.      | <i>Análisis de la inversión inicial</i> .....    | 86  |
| <b>5.3.6.</b> | <b>Capital de trabajo</b> .....                  | 93  |
| 5.3.6.1.      | <i>Cálculo Mano de Obra</i> .....                | 95  |
| <b>5.3.7.</b> | <b><i>Información Financiera</i></b> .....       | 100 |
| <b>5.3.8.</b> | <b><i>Valor actual neto VAN</i></b> .....        | 106 |
| <b>5.3.9.</b> | <b><i>Tasa interna de retorno TIR</i></b> .....  | 106 |

|                |  |     |
|----------------|--|-----|
| <b>5.3.10.</b> | <i>Relación costo / beneficio</i> .....    | 107 |
| <b>5.3.11.</b> | <i>Cálculo de ratios financieros</i> ..... | 108 |

## **CAPÍTULO VI**

|             |                              |     |
|-------------|------------------------------|-----|
| <b>6.</b>   | <b>CONCLUSIONES</b> .....    | 110 |
| <b>6.1.</b> | <b>RECOMENDACIONES</b> ..... | 110 |

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXOS**

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 2-1:</b> Tipos de empresas industriales .....                            | 13 |
| <b>Tabla 2-2:</b> Clasificación de los ratios financieros.....                    | 26 |
| <b>Tabla 4-1:</b> Género.....   | 38 |
| <b>Tabla 4-2:</b> Rango de edad .....   | 39 |
| <b>Tabla 4-3:</b> Tipo de calzado de preferencia .....                            | 40 |
| <b>Tabla 4-4:</b> Talla de calzado .....  | 41 |
| <b>Tabla 4-5:</b> Color de preferencia del calzado.....                           | 42 |
| <b>Tabla 4-6:</b> Tipo de material del calzado .....                              | 43 |
| <b>Tabla 4-7:</b> Atributos de mayor importancia .....                            | 44 |
| <b>Tabla 4-8:</b> Preferencia de adquisición .....                                | 45 |
| <b>Tabla 4-9:</b> Adquisición de calzado acorde a requerimientos .....            | 46 |
| <b>Tabla 4-10:</b> Características específicas del calzado.....                   | 47 |
| <b>Tabla 4-11:</b> Frecuencia de compra de calzado .....                          | 48 |
| <b>Tabla 4-12:</b> Rango de precio .....  | 49 |
| <b>Tabla 4-13:</b> Compra de calzado de la empresa “Dandro’s” .....               | 50 |
| <b>Tabla 5-1:</b> Segmentación del mercado.....                                   | 55 |
| <b>Tabla 5-2:</b> Establecimiento de la demanda actual .....                      | 56 |
| <b>Tabla 5-3:</b> Demanda proyectada.....   | 57 |
| <b>Tabla 5-4:</b> Oferta.....   | 58 |
| <b>Tabla 5-5:</b> Oferta.....   | 58 |
| <b>Tabla 5-6:</b> Oferta proyectada.....  | 59 |
| <b>Tabla 5-7:</b> Demanda Insatisfecha .....                                      | 60 |
| <b>Tabla 5-8:</b> Capital instalada frente a la demanda y oferta proyectada ..... | 60 |
| <b>Tabla 5-9:</b> Precios del calzado (competencia) .....                         | 61 |
| <b>Tabla 5-10:</b> Características de producto .....                              | 63 |
| <b>Tabla 5-11:</b> Simbología empleada en el flujograma .....                     | 69 |
| <b>Tabla 5-12:</b> Descripción de los procesos de producción de calzado .....     | 71 |
| <b>Tabla 5-13:</b> Maquinaria.....  | 72 |
| <b>Tabla 5-14:</b> Equipo de producción .....                                     | 72 |
| <b>Tabla 5-15:</b> Muebles y enseres.....   | 73 |
| <b>Tabla 5-16:</b> Mano de obra necesaria para operar en la fabricación.....      | 73 |
| <b>Tabla 5-17:</b> Permisos legales.....  | 76 |
| <b>Tabla 5-18:</b> Manual de funciones gerente .....                              | 80 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Tabla 5-19:</b> Manual de funciones administrativo .....               | 81  |
| <b>Tabla 5-20:</b> Manual de funciones diseñador.....                     | 82  |
| <b>Tabla 5-21:</b> Manual de funciones plantador .....                    | 83  |
| <b>Tabla 5-22:</b> Manual de funciones terminador.....                    | 84  |
| <b>Tabla 5-23:</b> Manual de funciones vendedor .....                     | 85  |
| <b>Tabla 5-24:</b> Inversión Inicial .....                                | 86  |
| <b>Tabla 5-25:</b> Inversión en maquinaria.....                           | 86  |
| <b>Tabla 5-26:</b> Inversión equipo producción.....                       | 87  |
| <b>Tabla 5-27:</b> Inversión muebles y enseres .....                      | 87  |
| <b>Tabla 5-28:</b> Inversión en equipo de cómputo .....                   | 88  |
| <b>Tabla 5-29:</b> Inversión mobiliario de oficina .....                  | 88  |
| <b>Tabla 5-30:</b> Inversión materiales de oficina .....                  | 89  |
| <b>Tabla 5-31:</b> Equivalente a efectivo.....                            | 89  |
| <b>Tabla 5-32:</b> Costos fijos .....                                     | 89  |
| <b>Tabla 5-33:</b> Costos variables .....                                 | 90  |
| <b>Tabla 5-34:</b> Costos diferidos .....                                 | 91  |
| <b>Tabla 5-35:</b> Depreciación maquinaria .....                          | 91  |
| <b>Tabla 5-36:</b> Depreciación equipo de producción.....                 | 92  |
| <b>Tabla 5-37:</b> Depreciación muebles y enseres .....                   | 92  |
| <b>Tabla 5-38:</b> Depreciación equipo de cómputo.....                    | 92  |
| <b>Tabla 5-39:</b> Depreciación mobiliario de oficina.....                | 93  |
| <b>Tabla 5-40:</b> Materia prima .....                                    | 93  |
| <b>Tabla 5-41:</b> Materiales indirectos.....                             | 94  |
| <b>Tabla 5-42:</b> Mano de obra directa .....                             | 95  |
| <b>Tabla 5-43:</b> Mano de obra indirecta .....                           | 95  |
| <b>Tabla 5-44:</b> Proyección fabricación calzado a cinco años .....      | 96  |
| <b>Tabla 5-45:</b> Reserva legal.....                                     | 99  |
| <b>Tabla 5-46:</b> Estado de situación financiera proyectado 5 años ..... | 101 |
| <b>Tabla 5-47:</b> Estado de Resultados proyectado 5 años.....            | 103 |
| <b>Tabla 5-48:</b> Flujo de caja proyectado .....                         | 105 |
| <b>Tabla 5-49:</b> Valor actual neto a 5 años.....                        | 106 |
| <b>Tabla 5-50:</b> Tasa interna de retorno .....                          | 107 |
| <b>Tabla 5-51:</b> Relación beneficio / costo.....                        | 108 |
| <b>Tabla 5-52:</b> Periodo de recuperación de la Inversión PRI .....      | 109 |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|  |    |
|--|----|
| <b>Ilustración 4-1:</b> Género.....  | 38 |
| <b>Ilustración 4-2:</b> Rango de edad.....   | 39 |
| <b>Ilustración 4-3:</b> Tipo de calzado de preferencia.....                            | 40 |
| <b>Ilustración 4-4:</b> Talla de calzado.....  | 41 |
| <b>Ilustración 4-5:</b> Color de preferencia del calzado .....                         | 42 |
| <b>Ilustración 4-6:</b> Tipo de material del calzado.....                              | 43 |
| <b>Ilustración 4-7:</b> Atributos de mayor importancia .....                           | 44 |
| <b>Ilustración 4-8:</b> Preferencia de adquisición.....                                | 45 |
| <b>Ilustración 4-9:</b> Adquisición del calzado acorde a requerimientos.....           | 46 |
| <b>Ilustración 4-10:</b> Características específicas del calzado .....                 | 47 |
| <b>Ilustración 4-11:</b> Frecuencia de compra de calzado .....                         | 48 |
| <b>Ilustración 4-12:</b> Rango de precio.....  | 49 |
| <b>Ilustración 4-13:</b> Compra de calzado de la empresa “Dandro’s” .....              | 50 |
| <b>Ilustración 5-1:</b> Estudios de la propuesta, 2022.....                            | 54 |
| <b>Ilustración 5-2:</b> Logotipo Dandro’s .....  | 63 |
| <b>Ilustración 5-3:</b> Logotipo y Slogan Dandro’s, 2022.....                          | 64 |
| <b>Ilustración 5-4:</b> Macro localización de la empresa. ....                         | 66 |
| <b>Ilustración 5-5:</b> Micro localización (producción). ....                          | 67 |
| <b>Ilustración 5-6:</b> Micro localización (comercialización). ....                    | 67 |
| <b>Ilustración 5-7:</b> Micro localización (comercialización). ....                    | 68 |
| <b>Ilustración 5-8:</b> Flujograma para la producción de calzado .....                 | 70 |
| <b>Ilustración 5-9:</b> Infraestructura del área de comercialización, “Dandro’s”. .... | 74 |
| <b>Ilustración 5-10:</b> Infraestructura del área de producción, “Dandro’s”. ....      | 74 |
| <b>Ilustración 5-11:</b> Sección A.....  | 75 |
| <b>Ilustración 5-12:</b> Sección B .....   | 75 |
| <b>Ilustración 5-13:</b> Organigrama estructural de la empresa “Dandro’s”. ....        | 79 |

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** FORMATO DE ENCUESTA

**ANEXO B:** FORMATO DE ENTREVISTA

**ANEXO C:** APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA

## RESUMEN

El proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de calzado masculino en el cantón Cevallos, provincia de Tungurahua, año 2022, tiene por objetivo realizar un estudio económico y financiero que permita identificar la viabilidad del proyecto. La investigación se realizó a través de un enfoque cualitativo y cuantitativo, con lo cual se llegó a visualizar la realidad del sector, siendo necesario además aplicar un diseño no experimental que aportó a la identificación de las variables dentro de su entorno natural, la recolección de datos se realizó mediante el empleo de técnicas como la entrevista, misma que fue dirigida a la población del cantón Cevallos para conocer su apreciación con respecto al desarrollo del proyecto. Los resultados alcanzados en cada estudio dan muestra sobre la factibilidad para la creación, producción y comercialización de calzado para caballero, así lo demuestra el estudio financiero, dejando notar el uso adecuado de los recursos según el cálculo de los indicadores financieros como la TIR que estimó las ganancias esperadas de la inversión y del costo beneficio que el proyecto genera. Lo mencionado llevó a la conclusión de que el proceso de fabricación, y los costos en los que incurre la empresa para presentar su producto, son accesibles y la actividad productiva proporciona un nivel aceptable de rentabilidad, por lo que el proyecto es factible en su implementación y desarrollo.

**Palabras clave:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS> <PROYECTO DE FACTIBILIDAD> <ESTUDIO FINANCIERO> <INVERSIÓN> <INDICADORES FINANCIEROS> <RENTABILIDAD> <CEVALLOS (CANTÓN)>.

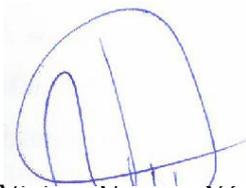
1884-DBRA-UPT-2023



## ABSTRACT

The feasibility project for the creation of a company for the production and marketing of men's footwear in the canton of Cevallos, province of Tungurahua, year 2022, aims to conduct an economic and financial study to identify the feasibility of the project. The research was conducted through a qualitative and quantitative approach, with which it was possible to visualize the reality of the sector, being also necessary to apply a non-experimental design that contributed to the identification of variables within their natural environment, the data collection was done through the use of techniques such as the interview, which was directed to the population of the canton Cevallos to know their appreciation with respect to the development of the project. The results achieved in each study show the feasibility for the creation, production and commercialization of men's footwear, as demonstrated by the financial study, showing the adequate use of resources according to the calculation of financial indicators such as the IRR, which estimated the expected profits from the investment and the cost-benefit that the project generates. The aforementioned led to the conclusion that the manufacturing process, and the costs incurred by the company to present its product, are accessible and the productive activity provides an acceptable level of profitability, so the project is feasible in its implementation and development.

**Key words:** <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <PROJECT FEASIBILITY>, <TECHNICAL - FINANCIAL STUDIES>, <INVESTMENT>, <FINANCIAL INDICATORS>, <PROFITABILITY>, <CEVALLOS (CANTON)>.



Lic. Viviana Vanessa Yáñez Valle MSc.

C.I: 0201571411

## INTRODUCCIÓN

La investigación relacionada con el estudio de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de calzado masculino en el cantón Cevallos, provincia de Tungurahua, año 2022, se ha desarrollado en cinco capítulos específicos:

En el primer capítulo, denominado problema de investigación en este apartado se describe la problemática por la cual se desarrolló la investigación, es decir si el proyecto es factible en su ejecución.

En el capítulo 2, se describe el marco teórico con el cual se presenta un enfoque general de los temas requeridos para la investigación, para el caso particular estos se encuentran asociados al desarrollo de algunos estudios como: el de mercado, administrativo, legal y económico financiero necesarios para determinar la factibilidad del proyecto, además de otros temas que en su complemento son un aporte al estudio.

El capítulo 3, se encuentra relacionado al marco metodológico, en este punto se detallan los métodos, enfoque, alcance, técnicas e instrumentos que servirán para recolectar información relevante sobre el tema de investigación.

Capítulo 4, se lo identifica como análisis e interpretación de resultados, en esta parte de la investigación se exponen los resultados obtenidos posterior a la aplicación de las técnicas e instrumentos de investigación, mismos que serán una parte fundamental para el desarrollo del proyecto.

El capítulo 5, se relaciona con el desarrollo de la propuesta, en este punto se aplica de manera práctica la información obtenida de los anteriores capítulos, el procesamiento de la información da forma al estudio, por lo que este apartado es el que determina la factibilidad de desarrollo del proyecto.

Finalmente, se plantean conclusiones y recomendaciones generadas de los resultados alcanzados en la investigación.

## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del Problema

El cantón Cevallos pertenece a la provincia de Tungurahua, se localiza al centro de la Región interandina del Ecuador, mediante los datos obtenidos en el (INEC, 2021) la población del cantón Cevallos en el año 2020 asciende a 9.936 habitantes, cabe acotar que no existe una segmentación actualizada en donde muestre el número de habitantes acorde a su género en la actualidad, por otro lado el cantón es reconocido por la producción agrícola, artesanal y gastronómica entre ellas figura la producción de calzado en pequeños y grandes talleres, que han ido incrementando su maquinaria, siendo fundamental la preservación de la mano de obra que es vital para su producción, también se caracteriza por la parte agrícola, en donde destacan los cultivos de manzana, pera, claudias, capulí, duraznos y la crianza de especies menores, cabe destacar que los turistas pueden disfrutar del producto e incluso de su cosecha haciéndose más popular con la creación de quintas en diversos sectores del cantón, en ello esta inverso la gastronomía la cual ofrece fritada, cuyes asados, gallina al horno, entre otros, en si posee diversos atractivos turísticos por esta razón las personas visiten al cantón con más afluencia los fines de semana.

Existen varios artesanos que se dedican a la elaboración de calzado de manera empírica, situación que conlleva en muchos casos a tener inestabilidades económicas que repercuten tanto a la producción como a la comercialización del mismo, si nos enfocamos en la zona rural al poseer escaso conocimiento de cómo crear una empresa que se pueda posicionar en el mercado hace que se efectúe un manejo no adecuado del financiamiento o de su capital propio, esto causa un desequilibrio directamente de la producción e incluso en los plazos de entrega, lo cual genera la insatisfacción del consumidor y a su vez del propietario a no percibir una buena rentabilidad, en la actualidad existen diversos problemas en la comercialización del calzado masculino de cuero, uno de ellos son las marcas conocidas que están en el mercado y se siguen posicionando aún más, aunque tengan un alto costo adquisitivo.

En el cantón Cevallos las empresas del sector del calzado, en su mayoría son negocios familiares, los cuales, al no poseer plenos conocimientos en cuanto a las ventas, repercute en la productividad de los negocios, ocasionando un riesgo económico del sector de forma general. (Arevalo, 2021, p. 5)

Además de existir un problema que no se encuentra controlado aún por el Gobierno, es el contrabando, en este sector en específico ha sido cada año afectando, por diversos factores como

son la competencia en cuanto a materia prima (cuero) la cual es procedente de China, Estados Unidos, Brasil, Argentina; a más de ello, es el mismo calzado que es traído por caminos ilegales del contrabando, lo cual repercute a los pequeños negocios de calzado del cantón causando la reducción en su nivel de competitividad. (Arevalo, 2021, p. 5)

Para la ministra de Industrias y Productividad, Eva García, en una publicación del periódico digital el Productor, recalcó que de los 31 millones de pares de zapatos que se producen en Ecuador, por lo menos el 80% proviene de la provincia de Tungurahua, siendo está, un polo de desarrollo de la industria del calzado con gran impacto en nuestra economía. (El productor, 2018)

Aunque sea una de las provincias con más fabricación de calzado como actividad económica las familias cevallences no mejoran su situación económica y con ello perciben una ganancia baja en cuanto a la producción y comercialización, referente a lo mencionado anteriormente como inician las empresas son de manera empírica sin un estudio pertinente, el cual termina con un sobreendeudamiento y por ende el daño al mercado al ofrecer el producto a bajo costo con una ganancia mínima.

En la zona rural los pequeños productores generan entregas a grandes negocios pero a bajo costo y más aún cuando se entrega varias docenas de calzado masculino de cuero ya sea casual o semi casual, lo cual en dichos negocios los revenden, en algunos casos a más del doble de su valor que adquieren de los fabricantes, otro punto importante es que no existe gran variedad de calzado masculino pues en el sector existe más variedad de calzado para dama, en si todos estos factores ocasionan que empresas fracasen en el cantón, por el escaso estudio que se le brinda para saber cuan rentable será crear una empresa de esta índole y como se maneja la misma económicamente, aportando así más espacio a otras marcas que influyen en el mercado nacional.

Según datos de la Cámara Nacional de Calzado, en una publicación del Diario el Comercio, menciona que en el cantón se elaboran alrededor de 4,8 millones de pares de zapato en el año 2018 y se generaron USD 96 millones; hay que considerar también en el año previo se confeccionaron 4,9 millones de pares, percibiendo ingresos de más de USD 99 millones. (Diario El Comercio, 2019)

Pero grandes empresas perciben dichas ganancias, los emprendedores ya sea por la mala administración o no conocer bien cómo funciona dicha actividad económica, en cuanto a su comercialización o altos costos al adquirir materia prima de calidad en poca cantidad repercuten directamente al productor. Entonces al crear la empresa se pretende aportar en la dinamización de la economía del sector, al crear fuentes de empleo y a incentivar a las nuevas generaciones de

jóvenes a aprender del oficio de la confección del calzado, además de mejorar la calidad de vida de los artesanos que son la mano de obra directa de la empresa.

## **1.2. Objetivos**

### ***1.2.1. Objetivo General***

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de calzado masculino en el cantón Cevallos, provincia de Tungurahua, año 2022.

### ***1.2.2. Objetivos Específicos***

- Efectuar la sustentación teórica mediante fuentes bibliográficas confiables que aporten al proyecto de factibilidad.
- Desarrollar un estudio de mercado, administrativo, técnico y legal para determinar la factibilidad del proyecto.
- Realizar un estudio económico y financiero que permita identificar la viabilidad del proyecto.

## **1.3. Justificación**

### ***1.3.1. Justificación Teórica***

El material bibliográfico que se utilice aportará en su adecuada estructuración y desarrollo de la investigación a efectuarse, se puede enfatizar en el estudio de mercado, siendo una de las partes vitales para determinar cuan factible es llevar la creación de dicha empresa de esta naturaleza en el cantón Cevallos, con ello se recaba en investigaciones efectuadas anteriormente que brinden material teórico confiable para establecer el marco teórico adecuado con la información pertinente.

El apoyar económicamente mediante fuentes de trabajo a las familias cevalleces, que en su vida diaria los ciudadanos se han dedicado a diferentes actividades económicas, tales como: la producción frutícola, ganadería menor (cuyes y conejos), avicultura ya sea familiar o en pequeñas empresas, la artesanía de calzado y afines, confección de ropa, dulces y procesados de lácteos entre otros (GADMCC, 2014).

Como menciona (Villavicencio, 2018) el sector del calzado ecuatoriano está compuesto por 5.800 empresas que producen alrededor de 31 millones de pares de zapatos anualmente, estas son empresas

por lo general de origen familiar, varias de estas son artesanales que ya van pasando de generación en generación. El 80% de las compañías se encuentran en la provincia de Tungurahua (centro de Ecuador), cuya economía depende grandemente de la actividad manufacturera.

Según el Instituto Nacional de Normalización (INEN, 2017), “la contribución del sector cuero y calzado a la economía ecuatoriana, a nivel nacional en su orden corresponde a las provincias de: Tungurahua 50%, Guayas 18%, Pichincha 15%, Azuay 12%, El Oro 3% y otros 2%.” Esto ha generado grandes oportunidades de una mejora continua, al aprovechar nuevas tecnologías y materiales que incrementarán la calidad del calzado.

### ***1.3.2. Justificación Metodológica***

En el presente Trabajo de Investigación se podrá emplear las apropiadas metodologías e incluso técnicas que aporten en la recolección de información necesaria entorno a su desarrollo al explorar diferentes áreas por analizar, y precisar cuan influyente son los instrumentos que se aplicarán. Los logros de los objetivos planteados en el presente trabajo por medio de los estudios de mercado, económico, financiero entre otros, se aplicarán entorno a encuestas, aportando así en el estudio real del entorno económico del cantón, siendo este uno de los aspectos principales que se considera y que se estiman con el fin de evaluar todo lo que influye al crear la empresa de calzado masculino.

Cabe acotar que al obtener los objetivos planteados en el trabajo mediante los estudios que se han establecido como el estudio de mercado, administrativo, técnico, económico y financiero, además de utilizar el método inductivo y deductivo, en si otros instrumentos que se aplicarán, esto influye directamente en el estudio de oferta y demanda mediante la aplicación de la encuesta, en los cuales estarán inversos tanto productor como consumidor, con el fin principal de determinar la viabilidad del proyecto con las derivaciones obtenidas de las figuras primordiales en su desarrollo.

### ***1.3.3. Justificación Práctica***

Con la creación de la empresa se innovará constantemente en modelos generando satisfacción en la compra que realiza el cliente, se podrá tener mayores ventas, lo cual generará rentabilidad al productor posicionando así el calzado en el mercado, este es el fin por el cual se ha planteado la creación de la empresa, que así cubrirá las necesidades de distribución ágil con productos de alta calidad y durabilidad con el beneficio económico directo al productor e indirecto en la zona rural en el que se producirá pues se crearan varias plazas de trabajo que benefician a familias del cantón y en si finalmente al consumidor, cabe acotar que este calzado va dirigido especialmente a varones

que estén en una edad comprendida desde los 15 años en adelante, con tallas desde el número 33 hasta el número 45, en si el calzado masculino al requerir menor esfuerzo en cuanto a la producción sería más rápida su confección, al no poseer tanto detalle, lo cual sería uno de los factores de partida claves para ser aprovechado en el desarrollo inicial de la empresa.

#### **1.4. Idea a defender**

La creación de una empresa de producción y comercialización de calzado masculino aportará tanto en la dinamización de la economía como en crear fuentes de empleo para los ciudadanos del cantón Cevallos, provincia de Tungurahua en el año 2022.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Referencias teóricas

A continuación, se detalla la base teórica que brindará apoyo en la elaboración del proyecto de factibilidad:

##### 2.1.1. *Proyecto*

Para (Vigo et al., 2018) el proyecto “es un conjunto de actividades interrelacionadas destinadas a lograr un objetivo específico de desarrollo, en un tiempo y costo predeterminados”. (p. 15)

Un proyecto es un vínculo de varias acciones que se planifican a fin de conseguir una meta previamente establecida, para lo que se cuenta con una determinada cantidad de recursos, además se pretende con ello crear un producto único que satisfaga una necesidad específica, la misma que debe estar claramente expresada. (Maldonado, 2014, p. 2)

##### 2.1.1.1. *Importancia de proyectos*

La importancia del proyecto parte de todos los aspectos que abarca, siendo un análisis de diversas áreas como el financiero y económico en los principales, este tiene como fin aprovecha los recursos, así puede satisfacer una necesidad de un sector específico, en sí aporta en la determinación de la viabilidad que tendrá el proyecto el ejecutarlo. (Vigo et al., 2018, p. 15)

##### 2.1.1.2. *Clases de proyectos*

Según (Red educativa, 2022) los proyectos de acuerdo con su función, objetivo, quién lo lleve a cabo y de dónde provengan los fondos, se pueden clasificar de la siguiente forma:

Según el grado de dificultad

- Proyecto simple: en donde las ideas se van creando acorde se va avanzando con el proyecto, no se encuentra planificado (Red educativa, 2022).
- Proyecto complejo: desde su inicio se encuentran ya establecidas las tareas o acciones, además de las limitaciones en un periodo establecido (Red educativa, 2022).

Según el grado de experiencia y su objetivo (organizaciones).

- Proyecto experimental: se efectúa varias actividades para determinar si es factible o no (Red educativa, 2022).

Según la procedencia del capital (organizaciones)

- Proyecto público: todo proyecto que se realice por instituciones del gobierno mediante el presupuesto proveniente del fondo público (Red educativa, 2022).
- Proyecto privado: el que lo realiza personas físicas o jurídicas mediante un capital propio (Red educativa, 2022).
- Proyecto mixto: en donde intervienen instituciones públicas y privadas (Red educativa, 2022).  
Según su orientación (organizaciones).
- Proyecto productivo: en donde se desea generar rentabilidad económica y por ende utilidades (Red educativa, 2022)
- Proyecto educativo: en donde se realizan actividades con el fin de complementar o mejorar un sistema educativo determinado (Red educativa, 2022).
- Proyecto social: en donde se busca obtener un impacto sobre la calidad de vida de una comunidad en específico (Red educativa, 2022).
- Proyecto de investigación: su objetivo primordial es crear un aporte en cuanto a conocimientos en área específica (Red educativa, 2022).
- Proyecto tecnológico: en donde su resultado es un nuevo producto u otro ya mejorado. (Red educativa, 2022)

#### 2.1.1.3. *Los beneficiarios del proyecto*

Dichos beneficiarios son los individuos o conjuntos de personas que percibirán los beneficios directamente del proyecto, en donde primero se los integra mediante el modelo económico predominante. Se puede adentrar en la caracterización incluyendo otras variables como: tipo de organización, objetivo de la explotación, producto principal, tecnología, capacidad de innovación tecnológica, capital invertido y productividad. (Córdoba, 2011, p. 36)

#### 2.1.1.4. *Selección del proyecto*

Para (Córdoba, 2011) el proyecto no nace de una simple voluntad del inversionista; en la selección se debe considerar que dicho plan preliminar presentado cumpla con los objetivos del país y además tenga:

- Coherencia a nivel conceptual y relevante para las necesidades y capacidades nacionales.
- Técnicamente racional.
- Atrayente para los beneficiarios futuros.

- Realizable a nivel operativo y de gestión, e institucionalmente sostenible. (p. 2)
- Viable financiera y económicamente.
- Sostenible para el medio ambiente. (p. 2)

#### 2.1.1.5. Estructura de un proyecto

Para (Viñán et al., 2018) los componentes de un proyecto son tres, los cuáles son:

- Estudio de mercado: en donde se encuentra el consumidor, competidor, proveedor y distribuidor.
- Estudio técnico: en donde se considera el tamaño, localización, proceso productivo, distribución física, estructura organizacional del proyecto.
- Estudio financiero: en donde su punto específico es la evolución financiera, económica y social (p. 11).

#### 2.1.2. Factibilidad

La factibilidad parte de entender cuan accesible es alcanzar los objetivos propuestos en un proyecto, además de entender con los resultados obtenidos cuan positivo o negativo será el ponerlo en marcha o en si las dificultades que se pueden presentar, mediante el estudio de la factibilidad se puede generar estrategias que lleven al éxito. (Quiroa, 2020)

##### 2.1.2.1. Tipos de factibilidad

Como (Córdoba, 2011) menciona que al recomendar la aprobación de cualquier tipo de proyecto es necesario estudiar cómo mínimo tres factibilidades las cuales condicionarán el éxito o fracaso de una inversión las cuales son:

- Factibilidad técnica: mediante este tipo se puede determinar si es posible física o materialmente realizar un proyecto.
- Factibilidad legal: se lo efectúa para saber si existe alguna traba legal para su instalación y operación, en ella se incluyen las normas internas de la empresa.
- Factibilidad económica: en donde muestra la rentabilidad de lo que se va a invertir en el proyecto.
- Factibilidad de gestión: muestra como resultado si existe las capacidades gerenciales internas en la empresa para que mediante ello se tenga una correcta puesta en marcha en el ámbito administrativo de la empresa.

- Factibilidad ambiental: se determina el impacto ambiental que va a tener la empresa.
- Factibilidad política: hace énfasis en cuanto a las decisiones de llevar o no a cabo el proyecto, indiferentemente de la rentabilidad que esté presente.
- La factibilidad social: instituye los beneficios que la puesta en marcha del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de su nivel de vida. (pp. 16-17)

#### *2.1.2.2. Análisis de factibilidad*

Según el autor (Saffirio, 2017) afirma que dicho análisis es la tercera y última parte del anteproyecto se determina si el proyecto es:

- Técnicamente factible
- Factible para el costo estimado.
- Será rentable

Además hace énfasis en analizar los riesgos, el costo y los beneficios, claramente se está que dicha estimación se lo hace deduciendo que es técnicamente realizable en ello los riesgos son acotados y los beneficios si justificasen el valor económico en su ejecución, es importante considerar dicho análisis de factibilidad en cualquier fase, por el hecho de que se podría mejorar la estimación continuamente (Saffirio, 2017).

#### *2.1.2.3. Objetivos del análisis de factibilidad*

(Moreta, 2021) afirma que existen varios objetivos que abarca el análisis, pero entre los principales se encuentran los siguientes.

- El primero parte de lo fundamental se centra en identificar si se debe o no llevar a cabo un proyecto en lo cual se debe considerar diversos aspectos como: el económico, financiero, social, comercial en sí, diversos aspectos que influyen referente al objeto de estudio.
- El segundo objetivo parte de identificar los riesgos de los proyectos que integran en parte los puntos débiles de las organizaciones que lo perpetran (p. 9).

#### *2.1.3. Proyecto de factibilidad*

Los proyectos de factibilidad se estructuran de diversas acciones e ideas que están estrechamente conectadas las cuales se llevan a cabo de manera ordenada para alcanzar la meta, en ello la factibilidad inicia de lo susceptible de realización, es por ello que los proyectos factibles son viables y permiten satisfacer una necesidad concreta, encontrada mediante el previo análisis efectuado (Pérez & Merino, 2022).

### 2.1.3.1. Factibilidad financiera de un proyecto

La factibilidad de un proyecto es un punto clave de partida al efectuarse estudios de mercado, técnicos, económicos, financieros, entre otros, lo cual es de gran interés los resultados obtenidos conforme a la meta u objetivos establecidos. (Moreta, 2021) afirma que “si el nivel de rentabilidad que arrojan los indicadores se ubica en márgenes económicamente atractivos, se procede a realizar los estudios específicos del proyecto”. (p. 9)

### 2.1.3.2. Etapas del ciclo de proyectos

Para (Cevallos, 2020) las etapas del ciclo de los proyectos son los siguientes:

- **Estudio idea inicial:** Dicha idea comienza al desear satisfacer una necesidad de una comunidad la cual puede ser un bien o servicio, ya sea por la existencia de un déficit o es financieramente atractiva para llevarla a cabo. (p. 7)
- **Estudio preliminar o perfil:** En esta etapa se busca establecer la viabilidad técnico-económica de llevar adelante la idea del proyecto mediante la aplicabilidad de una prueba de factibilidad, además un estudio de perfil permite adoptar algunas de las siguientes decisiones (p. 8):
  - Profundizar el estudio en los aspectos del proyecto que lo requiera;
  - Ejecutar los proyectos con los antecedentes disponibles es esta etapa, siempre que se haya llegado a un grado aceptable de certidumbre (p. 8);
  - Abandonar definitivamente la idea si el perfil no muestra su conveniencia;
  - Postergar la ejecución del proyecto a la elaboración del estudio de prefactibilidad según corresponde.
- **Estudio de prefactibilidad:** en esta etapa se procede a descartar soluciones e indagar alternativas, la cual finaliza al encontrar una opción factible desde el punto de vista técnico y económico (p. 8).
- **Estudio de factibilidad:** Dicho estudio tiene componentes parecidos a los de prefactibilidad, pero en esta etapa ya las investigaciones son más profundas y por ende los márgenes de error al cuantificar los costos y beneficios del proyecto son menores (p. 9).
- **Diseño definitivo:** El diseño se comienza el estado de inversión del proyecto, el cual se lleva a cabo cuando se decida la ejecución. También en el estudio de ingeniería de detalle comprende los estudios finales de ingeniería, el diseño de planos de construcción, la confección de manuales de procedimientos, las especificaciones entorno a los equipos y el respectivo análisis de propuestas de materiales referente al capital-trabajo implicado en la tecnología (p. 10)
- **Ejecución:** Se debe implementar la organización para la construcción del bien definido en el estudio del proyecto, en sí, adquirir todo lo necesario tanto obras físicas y personal para ponerlo en marcha (p. 10).

#### **2.1.4. Producción**

De acuerdo con (Quiroa, 2020) la producción “es la actividad económica que transforma los insumos para convertirlos en productos, va dirigida para satisfacer las necesidades humanas, a través del procesamiento de las materias primas, hasta generar productos o mercancías, que serán intercambiadas dentro del mercado”.

#### **2.1.5. Comercialización**

Mediante la comercialización se entrega el producto que previamente salió de su empresa fabricante y este ha sido adquirido por el consumidor. Desde la perspectiva de (Heinrichs et al., 2018) mencionan que “la comercialización es un mecanismo de coordinación para las transferencias e intercambios que realizan los diferentes agentes que participan en una cadena productiva” (p. 5).

#### **2.1.6. Empresa industrial**

Como menciona (Riquelme, 2022) “son entidades económicas que se dedican a la explotación y transformación de materia prima, se procede a la fabricación y comercialización de productos elaborados o semielaborados, donde intervienen maquinarias, herramientas y técnicas específicas para las diferentes actividades económicas.”

##### **2.1.6.1. Empresa de calzado**

Para (Torres, 2020) la empresa de calzado “posee gran importancia debido a su capacidad en la generación de empleo y por ser proveedora de un artículo de consumo popular que satisface las necesidades básicas de la población”.

La empresa de calzado por su naturaleza económica fabrica su producto mediante la adquisición de materia prima la cual procede a su transformación final a calzado para caballero, dama y niño (a), la empresa maneja mano de obra en las distintas áreas por los diferentes trabajos de confección que requiere el producto, se diseña, se corta la materia prima (cuero), se confecciona, se distribuye y finalmente la comercialización.

##### **2.1.6.2. Características de una empresa industrial**

Según (López, 2020) las principales características que posee una empresa industrial son las siguientes:

- Transformar bienes
- Utilizar maquinaria, herramientas o tecnología para el proceso de transformación.
- Suelen producir gran cantidad de unidades.
- Producen en cadena.
- Se sitúan en polígonos industriales o zonas que faciliten la entrada y salida de sus insumos y productos (López, 2020).

### 2.1.6.3. Tipos de empresas industriales

Para (López, 2020) los tipos de empresas industriales se clasifica de la siguiente manera:

**Tabla 2-1:** Tipos de empresas industriales

| PRODUCTO FABRICADO |                             | OBTENCIÓN DE INSUMOS                         |   |
|--------------------|-----------------------------|--|---|
| Ligera             | Pesada                      | Extractivas                                  | Manufactureras  |
| Bienes de consumo  | Bienes de equipo o capital. | Extraen recursos naturales y los transforman | Transforman materias primas y los convierten en productos semielaborados o terminados |

Fuente: López, 2020.

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### 2.1.7. Mercado

El mercado es dicho proceso que se lleva a cabo al existir personas que son compradores y otros vendedores de bienes y servicios, causando así la acción del intercambio. En la actualidad con los avances en la tecnología ha causado que no sea necesario un espacio físico (Quiroa, 2019).

#### 2.1.7.1. Participantes del mercado

Los participantes del mercado que están inversos directamente según (Quiroa, 2019) son:

- Comprador
- Vendedor

Al estar en dependencia mutua se genera un constante movimiento de la economía del sector, pues el vendedor es aquel que oferta su producto aunque esté debe efectuar un estudio de mercado en el lugar donde se va a comercializar, desde ello se conocerá los gustos o preferencias del comprador (Quiroa, 2019).

#### *2.1.7.2. Estudio de mercado*

Es la parte inicial que se realiza en una investigación de carácter formal en el estudio, se realiza la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, posterior a esto el análisis de los precios y el estudio de la comercialización, mediante ello se puede establecer una política adecuada de los precios, el estudio aborda todo lo que infiere en la elaboración del producto que se va a ofertar (Baca, 2010, p. 7).

Todos los factores que se logran analizar y entender en dicho análisis pueden aportar en el incremento de las ganancias, si bien se puede determinar los puntos fuertes y débiles de una empresa lo cual impulsa a mejorar y conseguir su crecimiento económico constante.

#### *2.1.7.3. Estructura del estudio de mercado*

Según (Echeverría, 2017) señala a continuación la estructura que posee el estudio de mercado:

- Producto.
- Análisis de la demanda.
- Análisis de la oferta.
- Análisis de la demanda insatisfecha.
- Comercialización del producto (p. 181).

#### *2.1.7.4. Objetivos y alcance del estudio de mercado*

El objetivo de dicho estudio será determinar cuál es la demanda del producto o servicio hay que considerar que pueda ser atendida por el proyecto al ponerse en marcha. Hay que considerar todos los factores que incidan en la determinación de la demanda insatisfecha espera al ser precisos al condicionar el éxito del proyecto mediante un correcto resultado en el análisis del mercado (Núñez, 1997, p. 61).

Conforme al alcance del estudio de mercado (Núñez, 1997) afirma que debe cubrir:

- La identificación del producto o servicio.
- El área del mercado.
- La demanda.
- La oferta.
- El balance oferta-demanda.

- Los precios y las tarifas.
- La comercialización.
- Los servicios y los apoyos complementarios. (pp. 61-62)

### 2.1.8. *Demanda*

Se la define como las cantidades demandadas de un bien, las mismas que se deseen y puedan comprar los consumidores es la demanda de dicho bien. Al existir varios factores determinantes de las cantidades que los consumidores ansían adquirir de cada bien por unidad de tiempo, las preferencias, la renta o ingreso en ese período, los precios de los demás bienes y lo más fundamental, el precio del propio bien en cuestión (Vigo et al., 2018, p. 108).

#### 2.1.8.1. *Demanda presente y futura*

La demanda presente y futura como lo afirma (Oliva, 2017) “esta inversa en la determinación del consumo histórico y actual, además de la determinación de la demanda insatisfecha o satisfecha parcialmente”.

#### 2.1.8.2. *Demanda insatisfecha*

La demanda insatisfecha trata de donde la población o un grupo de instituciones no obtienen el servicio o producto que desean, esto da como resultado que lo demandado sea mayor que lo ofertado, por otro lado, se puede generar satisfacción de manera parcial a la población objeto, entonces se debe crear un nuevo servicio en donde infieran los mismos requerimientos lo cual ocasiona que la oferta actual del nuevo servicio sea mala. (Andía , 2011, p. 4)

#### 2.1.8.3. *Demanda futura*

Como menciona (Andía , 2011) la demanda futura es el servicio que se puede brindar sin medición del proyecto, aquí intervienen las variables con información histórica, existe la demanda en donde interviene el proyecto se aporta con variables adicionales en donde muestra el estímulo por la utilización de un servicio diferente, en la demanda futura está inverso la demanda normal y demanda generada así como se demuestra en la fórmula a continuación (p. 4):

$$\text{Demanda futura} = \text{Demanda normal} + \text{Demanda generada}$$

### **2.1.9. Oferta**

Para (Arevalo, 2021) la oferta representa la cantidad de bienes y servicios que varias organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, en el mercado a un precio establecido, ya sea por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía (p. 21).

#### **2.1.9.1. Análisis de oferta**

“En el análisis de la oferta se determina o se mide las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio” (Esparza, s.f.).

### **2.1.10. Análisis de los precios**

Como menciona (Cevallos, 2020) en el análisis de precios los tipos de productos que se venden en el mercado interno o externo tienen distintas calidades y precios, dichos precios están determinados acorde a la cantidad que se compra y la cantidad monetaria a la cual se están dispuestos a vender ya sea los oferentes o los consumidores a comprar (p. 49).

#### **2.1.11. Métodos de proyección**

“Los métodos son diversos, estos aportan en el comportamiento futuro de alguna variable en específico del proyecto, se incluyen algunos elementos para entender su comportamiento, entonces esto es el pronóstico de una variable mediante algunas metodologías” (Morales & Morales, 2009, p. 60)

### **2.1.12. Canal de comercialización**

Para (Sumba et al., 2022) el canal de comercialización es el eje indispensable en las organizaciones para que sus productos lleguen de forma efectiva a su destinatario, tener muy bien especificado todo el proceso para que los productos lleguen en perfectas condiciones, satisfaciendo así las necesidades tanto del consumidor como cumplir con los objetivos planteados de la organización (p. 96).

### **2.1.13. Estudio técnico**

Como lo afirma (IACC, 2015) el estudio técnico engloba todas las características implicadas en la ingeniería industrial del proyecto, se establece los diversos ámbitos de procesos, inversiones, diseño de planta o localización, identificación de insumos, aspectos de consumo, gestión e identificación de personal, costos de instalación e imprevistos, entonces los conceptos a considerar son:

- Inversión en equipos y edificaciones.
- Inversiones en capital de trabajo.
- Costos de instalación y puesta en marcha.
- Costos de imprevistos.
- Layout.
- Descripción y selección de procesos.
- Diagrama de flujo.
- Determinación de insumos, productos y subproductos.
- Consumos de energía.
- Programas de trabajo: turnos y gastos en personal.
- Personal de operaciones, cargos, perfiles y sueldos.
- Balance de masa y energía.
- Proyectos complementarios (p. 31).

#### 2.1.13.1. *Aspectos fundamentales del estudio técnico*

Para (Vigo et al., 2018) los aspectos fundamentales son: la localización, tamaño, tecnología, organización y cronograma de implementación los cuales se mencionan a continuación:

- **Localización del proyecto:** en este aspecto se debe considerar primordialmente el obtener la posición de competencia en cuanto a menores costos de transporte y su rapidez del servicio (p. 143).
- **Tamaño óptimo:** la capacidad conforme a la producción de bienes y servicios del proyecto, en donde se considera la dimensión de instalaciones, capacidad de maquinaria y equipos que aporten en alcanzar un volumen óptimo en la producción (p. 143).
- **Ingeniería del proyecto (selección de tecnología):** al momento de seleccionar la tecnología de un proyecto depende en gran magnitud del volumen de demanda, por consiguiente se puede calcular cuál es técnicamente el proceso óptimo (p. 144).
- **Estudio organizacional:** el propósito es definir la forma de las organizaciones que necesita la unidad ejecutora del proyecto referente a las necesidades funcionales y presupuestarias (p. 146).

#### 2.1.13.2. *Elementos del estudio técnico*

Para (Morales & Morales, 2009) en los diversos proyectos de inversión dicho estudio se centra en evaluar el lugar más correcto para la fabricación del producto, es por ello que los aspectos a considerar son:

- Procesos de fabricación.
- Combinación de factores de producción.
- Identificación del lugar donde deben establecerse las instalaciones de producción (p. 84)

- Materias primas e insumos que se requieren para la fabricación de los productos.
- Equipos y maquinaria.
- Instalaciones.
- Tamaño de la fábrica y de las instalaciones según la capacidad de producción deseada (pp. 84-85)

También (Morales & Morales, 2009) mencionan que se puede resumir los aspectos en los siguientes elementos que deberían contener primordialmente, a continuación se describen los siguientes:

- Estudio de materias primas e insumos del proceso productivo.
- Localización general y específica de las instalaciones.
- Dimensión o tamaño de la planta de producción.
- Estudio de ingeniería del proyecto (p. 85).

#### 2.1.13.3. *Enfoques del estudio técnico*

Para (Echeverría, 2017) el estudio técnico se enfoca primordialmente en:

- **Localización óptima:** determinar la ubicación geográfica óptima para el negocio.
- **Tamaño del proyecto:** fijar la capacidad máxima de producción del negocio.
- **Ingeniería del proyecto:** establecer todos los procesos que se necesiten para generar el producto o servicio.
- **Layout:** efectúa la distribución física de la empresa.
- **Requerimiento de recurso:** establecer los requerimientos de recursos que se necesiten en la empresa para su operar (p. 182).

#### 2.1.14. *Ingeniería del proyecto*

Como lo afirma (Córdoba, 2011) “Mediante dicho estudio se determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción de bienes o servicios, además posee la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción ”. (pp. 122-123)

#### 2.1.15. *Estudio administrativo*

(Fernández, 2010) define al estudio administrativo como la estructura organizativa que se hará responsable del proyecto tanto en la fase de ejecución como en la de operación. Para la fase de ejecución se hace necesario diseñar una estructura organizativa dentro de la empresa que le permita administrar el proceso de contratación, compras, adquisiciones, etc. (p. 47)

### **2.1.16. Misión**

“Es la razón de ser de una empresa u organización, en ella se encuentran dos aspectos importantes los cuales se focalizan en el que se desea hacer y en específico a quien va dirigido”. (Thompson , 2020)

### **2.1.17. Visión**

“La visión nos muestra hacia dónde queremos llevar a la empresa a largo plazo y en que se debería convertir, en ello está inverso el auge tecnológico y la aparición de nuevos escenarios del mercado, entre otros”. (Thompson , 2020)

### **2.1.18. Estructura organizacional**

“El organigrama estructural es el medio por el cual se describen cada una de las responsabilidades que tendrá cada miembro de la empresa, cabe acotar que se considera los costos de operación del proyecto”. (Viñán et al., 2018, pp. 47-48)

### **2.1.19. Organigrama estructural**

Como expresan (Morales & Morales, 2009) el diagrama estructural es una representación gráfica la cual se muestra mediante rectángulos, los cuales se conectan mediante líneas que finalizan con flechas, en donde se ven representados las funciones, autoridad y responsabilidad de cada área, en sí demuestra cómo viaja el mando de un puesto a otro (p. 311).

### **2.1.20. Estudio legal**

(IACC, 2015) afirma que “el estudio legal es en donde se puede identificar los aspectos del medio que interceden en el proyecto, siendo las formas y beneficios tributarios, establecimiento de sociedades y normas a cumplir, los cuales pueden afectar desde el ámbito económico” (p. 32)

### **2.1.21. Estudio económico y financiero**

El estudio económico y financiero trata de la evaluación de todos los aspectos fundamentales a ser evaluado conforme a su valorización, monetarios, económicos y financieros que tiene un proyecto, después de ello se procede a la consolidación de dichos resultados en un flujo en donde constan los ingresos, costos e impuestos, dirige a obtener el pleno resultado monetario e indicadores financieros, al

terminar dichos estudios se deberá realizar un informe presentando los resultados, esto brindará un sustento primordial en el estudio de factibilidad (IACC, 2015, pp. 32-33)

### **2.1.22. Inversión del proyecto**

(Morales & Morales, 2009)“adquieren los activos que se necesitan para la fabricación del producto o brindar el servicio, aunque si el monto económico es alto provee que la rentabilidad sea menor, se tardaría más en recuperar dicha inversión o viceversa” (pp. 247-248).

También (Morales & Morales, 2009) aseguran que los factores que están inversos en la determinación del monto de la inversión son los siguientes:

- Tecnología de fabricación.
- Materiales e insumos de producción.
- Tamaño de mercado.
- Análisis de los costos de operación.
- Nivel de productividad de la planta.
- Volumen de producción (p. 248)

### **2.1.23. Capital de trabajo**

El capital de trabajo muestra la correlación entre el activo y pasivo corriente, mediante ello tiene la capacidad de demostrar el exceso de activo corriente que tiene la empresa siendo esos mismos activos con lo que hace frente a sus obligaciones corrientes, mostrando finalmente el saldo para seguir con sus operaciones después de cumplir con sus deudas inmediatas (Reategui & Hidalgo, 2021, p. 63).

Su fórmula:

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

### **2.1.24. Depreciaciones**

Las depreciaciones es la pérdida de valor que todo activo naturalmente sufre, el no utilizarlos, entre otros factores, existe excepción en los terrenos por ser cuenta de uso, pero dicha pérdida debe ser considerada en la contabilidad de la empresa acorde al método elegido de la entidad (UECOTEC, 2020).

### 2.1.25. Evaluación financiera

Para (Echeverría, 2017, p. 185) menciona que la evaluación financiera primordialmente se analiza la inversión, costos e ingresos que surgen en la ejecución del proyecto, es importante efectuar dicha evaluación para determinar cuan factible es realizar el proyecto lo cual se valida con la aplicación de índices los cuales son:

- Tasa interna de retorno (TIR).
- Valor actual neto (VAN).
- Periodo de recuperación de la inversión (PRI).
- Costo / Beneficio (p. 185).

#### 2.1.25.1. Tasa interna de retorno (TIR)

“Es la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea cero, la TIR se muestra como el valor que no depende de la tasa de interés que rige en el mercado de capitales” (Vigo et al., 2018).

Su fórmula:

$$VPN = \sum_{t=0}^{t=n} \frac{FEt}{(1 + TIR)^t} = 0$$

Dónde:

*VPN*: Valor presente neto o VAN.

*FEt*: Flujo de efectivo en el periodo t.

*TIR*: Tasa interna de retorno.

*t*: Tiempo

*n*: Número de periodos (p. 237).

#### 2.1.25.2. Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto o valor presente neto, representa el valor presente de los beneficios netos que brinda al realizar el proyecto, es decir calcula la moneda actual, siendo el bienestar económico más alto el que sucedería con la ejecución del proyecto, a diferencia de poner el dinero en la acción que posee la rentabilidad de la tasa de despuesto aplicada (Vigo et al., 2018, p. 236).

Además (Córdoba, 2011) brinda la siguiente fórmula para el cálculo del VAN:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+k)^t} = I_0$$

Dónde:

F<sub>t</sub>: Flujo de beneficios (o costos) netos para el período t.

i: Tasa de descuento pertinente.

t: Horizonte del proyecto.

I<sub>0</sub>: Inversión inicial (inversas también las que se efectúan en un período t).

F<sub>t</sub>: se resta, es una salida de recursos. (p. 237)

Por otra parte (Vigo et al., 2018) muestran los criterio de decisión al emplear el VAN los cuales son:

- VAN es positivo: se favorable realizar el proyecto.
- VAN es igual a 0: es indiferente realizar el proyecto.
- VAN es negativo: no conviene realizar el proyecto (p. 236).

#### 2.1.25.3. *Periodo de recuperación de la inversión (PRI)*

Mediante el periodo de recuperación de la inversión se puede establecer el número de años que se necesita para recuperar la inversión mediante las utilidades, dicho resultado se coteja con el número del PRI admisible para la empresa inversionista, cabe acotar, si existe flujos de utilidad constantes anualmente dicho cálculo se sintetiza a la expresión (Guzmán, 2002, p. 27).

Su fórmula:

$$PRI = \frac{I_0}{u}$$

#### 2.1.25.4. *Razón beneficio costo (B/C)*

“Es la razón presente en los flujos netos a la inversión inaugural, se emplea en la clasificación de proyectos conforme a su orden descendente de productividad, si la razón obtenida es mayor a 1 es aceptable el proyecto” (Córdoba, 2011, p. 240)

Su fórmula:

$$R B/C = \frac{\sum I_n / (1+i)^n}{\sum E_n / (1+i)^n}$$

$$R \frac{B}{C} = \frac{\text{VAN Ingresos (i)}}{\text{VAN Egresos (i)}}$$

#### 2.1.25.5. *Punto de equilibrio*

El punto de equilibrio busca tener una medida mínima de productos que la industria deba vender para así no perder, así como lo afirman (Reategui & Hidalgo, 2021) “muestra la cantidad específica del producto que se debe vender a un precio determinado y así recuperar el dinero invertido sin obtener ganancias, es decir un análisis entre el costo de producción con los ingresos de las ventas” (p. 85).

Su fórmula:

$$P.E = C.F / P - C.V$$

Donde:

P.E: Punto de equilibrio

C.F: Costos fijos

P: Precio unitario

C.V: Costos variables unitarios

#### 2.1.26. *Costos fijos*

Todo costo fijo posee un valor estático, así lo afirma (Morales & Morales, 2009) “se definen como costos fijos a los montos que se mantienen sin alteraciones hasta cierto punto, es decir siempre se erogan, produzca o no la empresa” (p. 204).

#### 2.1.27. *Costos variables*

Los costos variables son aquellos en donde su valor no es fijo es decir tiende a cambiar, como menciona (Morales & Morales, 2009) “dichos costos están conexos directamente con el volumen de producción, funciona directamente referente al volumen de producción de la empresa” (p. 204).

### **2.1.28. *Materia prima***

Es aquella materia que se utiliza primordialmente para realizar un producto u ofrecer un servicio siendo este irremplazable para efectuar la actividad económica, así como lo afirma (Loor & Pérez, 2018) “son los principales bienes que se los emplea para la producción los mismo que después se convierten en artículos terminados” (pág. 9).

### **2.1.29. *Mano de obra***

“Es aquel esfuerzo físico o mental utilizado en la fabricación de un producto, el mismo se divide en dos: la directa la cual se involucra en la fabricación y la indirecta no aportan directamente en la elaboración” (Loor & Pérez, 2018, pág. 9)

### **2.1.30. *Presupuesto***

El presupuesto es la parte económica que necesita el proyecto para llevarse a cabo, es decir con cuánto dinero debe contar para efectuarlo, así como lo menciona (Córdoba, 2011)“es la programación sistemática de los ingresos y egresos de la empresa, el cual posee en un determinado período de tiempo, con el fin de cumplir con las actividades fijadas en sus planes de acción.” (p. 164)

### **2.1.31. *Análisis financiero***

Para (Cevallos, 2020) el análisis financiero puede brindar conclusiones acorde a la situación de la empresa, este es su parte inicial, al aplicarlo aporta en el cálculo de las condiciones y nivel de eficiencia que está la administración de la empresa, lo cual se logra con la aplicabilidad de varios métodos y de ello se puede obtener los puntos débiles y fuertes, con ello la tendencia general que tiene la entidad (p. 79).

### **2.1.32. *Proyección***

La proyección muestra mediante diversos factores como ira la evolución de la empresa, conforme al tiempo, es por ello que parte del análisis macroeconómico de diversas variables se sustenten dicha información, por ello (Rodrigues, 2021) afirma que “es un instrumento que aporta con el análisis del desempeño histórico y actual de la empresa con el fin de planificar el futuro que se asumirá de acuerdo a los gastos, ingresos e inversiones”.

### **2.1.33. Factor de actualización**

“Se define como factor de actualización al número de veces en las que una cantidad fijada de un bien ha notado el incremento de su valor, en cierto tiempo, influyendo a ello la inflación” (Billin, 2019).

### **2.1.34. Tasa de descuento**

“Dicha tasa representa el tipo de descuento o coste de capital, el cual sirve para calcular el valor actual de los flujos de fondo que se provee obtener en el futuro” (Muñoz, 2022).

### **2.1.35. Métodos de análisis**

“Cumplen una función primordial en analizar y comprara cifras y números, obtenidos de los registros contables y mediante ello emitir conclusiones acorde a la empresa” (Cevallos, 2020, p. 79)

Además (Cevallos, 2020) afirma que los métodos más comúnmente utilizados son:

- Reducción de estados financiero a porcentajes
- Análisis por medio de razones
- Pronóstico de las necesidades futuras de fondos (p. 79)

### **2.1.36. Estados financieros**

Para (Cevallos, 2020) son la representación contable mediante el cual se presenta la parte económica y financiera primordial de la empresa, en ello están los estados básicos en los cuales están: estado de pérdidas y ganancias, flujo de efectivo y balance general, la posición financiera que ocupa la empresa en base a sus operaciones, es decir es la representación cuantitativa de las decisiones perpetradas y operaciones realizadas por las personas que manejan la empresa (p. 78).

#### **2.1.36.1. Estado de Situación Financiera**

El estado de la situación financiera brinda los datos contables de lo que está utilizando la empresa económicamente, de acuerdo con (Loayza, 2021) “es el informe contable-tributario en donde constan los datos de las operaciones de la empresa en una fecha determinada, donde se expresa con claridad el valor de sus haberes, derechos, compromisos y patrimonio estos han sido evaluados y creados” (pág. 24).

### 2.1.36.2. *Estado de Resultados*

Para (Reategui & Hidalgo, 2021) los estados de resultados son la forma prudente de observar y deducir el desempeño, la situación financiera y flujos de efectivo de un sujeto económico, en lo cual se revisa y se plasma los elementos como: activo, pasivo, ingresos, egresos, es por ello que en sí, el estado de resultados presenta las partidas de ingresos y gastos de la empresa (p. 19).

### 2.1.36.3. *Estado de Flujo de Efectivo*

El estado del flujo de efectivo determina y demuestra el efectivo empleado y generado en las acciones de operación, inversión y financiación, para aplicarlo hay que cambiar las partidas del balance general que inciden en el efectivo, mediante ello se da cumplimiento a las diversas normas y reglamentos que son aplicables y han sido establecidos oportunamente en la contabilidad (Reategui & Hidalgo, 2021, p. 78).

### 2.1.37. *Ratios Financieros*

Como expresan (Reategui & Hidalgo, 2021) los ratios financieros son la representación de cocientes que conciernen diversas magnitudes obtenidas de las diferentes partidas de los estados financieros, con el fin de encontrar una relación coherente y notable de los valores económicos que aporten en la toma de decisiones para la empresa (p. 60).

#### 2.1.37.1. *Clasificación de los ratios financieras*

Según (Reategui & Hidalgo, 2021) la clasificación de los ratios financieros es la siguiente:

**Tabla 2-2:** Clasificación de los ratios financieros

|                               |                         |
|-------------------------------|-------------------------|
| <b>RATIOS<br/>FINANCIEROS</b> | Ratios de Liquidez      |
|                               | Ratios de Gestión       |
|                               | Ratios de Endeudamiento |
|                               | Ratios de Rentabilidad  |

**Fuente:** Reategui & Hidalgo, 2021.

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

#### 2.1.37.2. *Ratios de liquidez*

“Es el encargado de valorar la capacidad de una empresa u organización con el fin de convertir sus activos en efectivo y concluir con sus obligaciones sin problemas” (Reategui & Hidalgo, 2021, p. 61)

Los ratios de liquidez son:

- **Ratio corriente:** Calcula la capacidad de una organización empresarial para cancelar sus pasivos corrientes con el efectivo obtenido de sus activos corrientes (p. 62).

Su fórmula:

$$\text{Ratio corriente} = \text{Activos corrientes} / \text{Pasivos corrientes}$$

Para poder interpretarlo se debe tomar en cuenta que:

1 > Buena capacidad de pago

1 = Cubre a penas los pagos

1 < Mala capacidad de pago (p. 62).

- **Ratio rápido o prueba ácida:** “Fija con mayor participación la cobertura de las obligación de la empresa a corto plazo, mediante ello se mide la liquidez en ello están las existencias y gastos pagados por anticipado por ser desembolsos ya efectuados” (p. 63).

Su fórmula es:

$$\text{Ratio rápido} = \frac{\text{Efectivo} + \text{Valores negociables} + \text{Cuentas por cobrar}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

- **Capital de trabajo:** Demuestra la relación los activos corrientes entre los pasivos corrientes, el exceso de activo corriente que posee la empresa referente a hacerle frente a sus obligaciones corrientes (p. 63).

Su fórmula:

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

### 2.1.37.3. Ratios de gestión

“Brindan como resultado la efectividad o rotación de los activos, estos son dirigidos por la gerencia de la empresa, muestran la velocidad e intensidad con la que están siendo utilizados los activos por la empresa para generar ventas” (Reategui & Hidalgo, 2021, p. 63)

Los principales ratios de gestión son los siguientes:

- **Rotación de inventarios:** “Determina el número de veces en donde los inventarios son transformados a la partida del activo líquido, se puede establecer como está la eficiencia conforme a la política de ventas y compras referente a las existencias de una empresa” (p. 64).

Su fórmula:

$$\text{Rotación de inventarios} = \text{Costos de ventas} / \text{Inventario promedio}$$

- **Promedio de créditos otorgados:** “También llamado periodo medio de cobro, su resultado son los días promedios de cobro referente a las ventas al crédito las cuales se pueden observar en el Estado de Situación financiera específicamente en las cuentas por cobrar” (p. 65).

Su fórmula:

$$\text{Promedio de créditos otorgados} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\frac{\text{Ventas al crédito}}{360}}$$

- **Rotación de activos fijos:** “Representa el empleo del activo fijo y muestra el grado de rendimiento de dichos activos” (p. 65).

Su fórmula:

$$\text{Rotación de activos fijos} = \text{Ventas netas} / \text{Activo fijo}$$

- **Rotación de activos totales:** “Señala la eficiencia de la inversión con relación a los activos, denotan la capacidad de la empresa para efectuar ventas con menor utilidad de recursos” (p. 66).

Su fórmula:

$$\text{Rotación de activos totales} = \text{Ventas netas} / \text{Activo total}$$

#### 2.1.37.4. *Ratios de endeudamiento*

Como mencionan (Reategui & Hidalgo, 2021) los ratios de endeudamiento “formulan el grado de dependencia que posee la entidad con sus acreedores, lo cual brinda también el conocer de dónde se ha obtenido el financiamiento la empresa” (p. 66).

- **Ratio de deuda:** “Muestra el nivel de deuda que posee la empresa en representación del porcentaje de sus activos totales” (p. 66).

Su fórmula:

$$\text{Ratio de deuda} = \text{Deuda total} / \text{Activos totales}$$

- **Ratio de apalancamiento:** “Mediante este ratio se mide el nivel de dependencia financiera de la entidad, es decir la estructura del capital está más apalancada es decir aumentan sus deudas” (p. 67).

Su fórmula:

$$\text{Ratio de apalancamiento} = \text{Activo total} / \text{Patrimonio neto}$$

#### 2.1.37.5. *Ratios de rentabilidad*

Como menciona (Reategui & Hidalgo, 2021) dichos ratios “revelan la capacidad de la gerencia para obtener utilidades y fiscalizar los gastos, mediante ello establecer una utilidad óptima, referente a los recursos invertidos por los socios o accionistas en la entidad.” (p. 67)

- **Margen de utilidad neta:** En donde se mide el porcentaje que representa la utilidad neta sobre sus ventas, es decir el nivel de ventas obtenidas después de cumplir con los gastos importantes (p. 68).

Su fórmula:

$$\text{Margen de utilidad neta} = \text{Utilidad neta} / \text{Ventas}$$

- **Margen de utilidad bruta:** “El índice da como resultado el saldo de la ganancia disponible para enfrentar a los gastos de administración y ventas de la entidad.” (p. 68)

Su fórmula:

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \text{Utilidad bruta} / \text{Ingresos}$$

- **Rendimiento de los activos (ROA):** “Mediante este índice se puede determinar la eficacia con la que se ha empleado recursos para generar utilidades.” (p. 69)

Su fórmula:

$$\text{ROA} = \text{Utilidad neta} / \text{Activos totales}$$

- **Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE):** “Permite expresar la rentabilidad de las inversiones de los accionistas, siendo las utilidades netas las que se presentan en porcentaje en el patrimonio, mide la capacidad de la entidad para brindar utilidades que favorezcan al dueño o al propietario.” (p. 69)

Su fórmula:

$$\text{ROE} = \text{Utilidad neta} / \text{Patrimonio}$$

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Enfoque de la investigación

##### 3.1.1. *Enfoque cualitativo*

Según (Asas, 2022) el enfoque cualitativo es el más adecuado para determinar las necesidades de la población que se considera para el estudio pues al efectuar un marco metodológico de investigación y reseñas de diversos autores para así sustentar las diferentes variables encontradas como proyecto de inversión y viabilidad técnica, económica y financiera. (pág. 18)

##### 3.1.2. *Enfoque cuantitativo*

Para (Asas, 2022) el modelo cuantitativo lo usamos para medir y estimar el tamaño del problema de investigación, al precisar la población en estudio y sus pertinentes muestras, compilar los datos conseguidos por medio de encuestas y analizarlos mediante métodos estadísticos, por consiguiente en la revisión literaria, entonces las variables se apoyan en números y valores que ayudan al desarrollo del proyecto. (pág. 18)

En el presente Trabajo de Investigación se empleará el enfoque cualitativo y cuantitativo, por considerar datos afines con el tema de investigación, esto permite visualizar un panorama referente al nivel de factibilidad, por ello se empleará encuestas y otros instrumentos, en donde comprende diversos criterios de la economía, en si la preferencia que posee el mercado con base a la población, producción y comercialización de calzado masculino en el cantón Cevallos.

#### 3.2. Alcance de la investigación

##### 3.2.1. *Descriptivo*

Como lo afirma (Cohen & Gómez Rojas, 2019) “se trata de acciones que plantean la producción de conocimientos para conocer cómo se comporta el fenómeno de estudio, cuál es el contexto espacio y temporal en que ocurre, cuáles son sus características, quienes lo integran, que roles”. (pág. 241)

En cuanto al alcance al ser descriptivo se puede referir los elementos de estudio, lo cual permite llegar a conclusiones, además se podrá esclarecer la factibilidad de crear dicha empresa de calzado

masculino, en cuanto a su producción y comercialización, mediante la encuesta se puede analizar la realidad del proyecto, como conocer la satisfacción del cliente, la calidad, el precio, entre otros, es decir aporta en gran manera a la predicción, más no a crear relaciones entre las características que estas posean.

### **3.3. Diseño de la investigación**

#### **3.3.1. *No experimental***

Referente al diseño no experimental se puede mencionar que los investigadores se limitan a observar el curso de la misma en los grupos con y sin factor a estudiar, dichos sujetos elegidos o en el caso de no ser seleccionados de la población mediante un proceso aleatorio o por vía de una selección muestral no probabilística. (Frenso , 2019, pág. 88)

En la presente investigación se aplicará el diseño no experimental, al no ser preciso cambiar las variables de estudio, incluso en la encuesta y entrevista que se realizará permitirá determinar los supuestos niveles de oferta y demanda, entonces al mantenerse permitirá observar al natural los fenómenos que aporten en la determinación de la factibilidad de la creación de la empresa de producción y comercialización de calzado masculino.

### **3.4. Tipo de estudio**

#### **3.4.1. *Transversal***

Este tipo de estudio ha sido considerado útil en cuanto la determinación de la prevalencia de una condición, de ahí parte la sinonimia utilizada como “estudios de prevalencia”, se pueden evaluar la asociación entre dos o más variables, es decir, tener un enfoque analítico siendo una alternativa interesante para explotar asociaciones de manera preliminar o en escenarios de recursos limitados (Cvetkovic y otros, 2020, pág. 180).

Al emplear el estudio de tipo transversal en el Trabajo de Investigación, denota que al permanecer en un diseño característico en donde se investiga generalmente los mercados y se diferencia por analizar los datos obtenidos de las variables que se instituyeron en la recolección de información de la muestra determinada en el estudio, el cual se obtendrá una sola vez y mediante ello se puede llevar a cabo el análisis.

### **3.5. Tipo de investigación**

#### **3.5.1. *De campo***

Como afirma (Frenso , 2019) se considera el tipo de estudio de campo cuando “se utilizan datos que se recogen directamente de la realidad, hay que considerar que no toda la información puede alcanzarse por esta vía, ya sea por limitaciones especiales o de tiempo, problemas de escasez o de orden ético”. (pág. 83)

El tener contacto directo con el productor y consumidor hace que la investigación sea más real y brinde resultados transparentes, además de efectuar un estudio de mercado para establecer el movimiento del producto que se pretende integrar, con la primordial técnica siendo la encuesta, pues se puede recopilar la información real de manera directa con los ciudadanos.

#### **3.5.2. *Bibliográfica Documental***

Para (Muñoz, 2015) “las premisas que distinguen a este tipo de investigación se consideraron en la conformación del apartado de la revisión teórica, para posteriormente contrastar con los hallazgos obtenidos y sustentar las conclusiones elaboradas”.

La investigación bibliográfica documental, brinda mediante su secuencia la selección o evaluación del material teórico y digital acerca del tema a indagar previa la investigación que se desea efectuar.

### **3.6. Métodos**

#### **3.6.1. *Método inductivo***

Desde el punto de vista (Rodríguez & Pérez , 2017) el método inductivo “es una forma de razonamiento en donde el conocimiento de casos particulares pasa a un conocimiento más general, lo cual refleja lo común en los fenómenos individuales, las generalizaciones a que se arriban tienen una base empírica”. (pág. 183)

Al emplear el método inductivo se podrá empezar de lo particular a un todo, pues se puede incluir sucesos particulares, referente al estudio de las peculiaridades del cantón y los productores de calzado masculino, así posteriormente analizar los resultados obtenidos en la encuesta aplicada, lo cual aportará en la determinación de los diversos factores influyentes como: estudio de

mercado, técnico y administrativo, con la finalidad de establecer políticas y lineamientos para la empresa, y así llegar a las conclusiones y recomendaciones respectivas.

### **3.6.2. Método deductivo**

Como mencionan (Rodríguez & Pérez , 2017) dicho método “por medio de la deducción se pasa de un conocimiento general a uno reducido, pues las generalizaciones son puntos de partida para efectuar inferencias mentales y arribar a nuevas conclusiones lógicas para casos particulares”. (pág. 185)

También conforme a la utilización del método deductivo se podrá demostrar mediante la información obtenida de la encuesta si dichas respuestas permiten seguir con el proyecto de factibilidad para la creación de la empresa de calzado masculino en el cantón, además conforme a la elaboración de los estados financieros necesarios para el proyecto se podrá obtener los resultados de manera eficiente y acertada, pues con el análisis de toda la información adquirida se logrará construir soluciones específicas de eficiencia en la administración en la nueva empresa, por ser esto un punto clave para llevarla al éxito.

## **3.7. Técnicas**

### **3.7.1. Encuesta**

En la encuesta es importante resaltar que se las emplea con el fin de obtener mejores resultados y el éxito de la encuesta se debe fijar de manera comprensiva con los objetivos, delimitar el tipo de personas a quien se va a aplicar, es decir todos los aspectos primordiales referente a la investigación que se esté realizando entre ellos está: el nivel socioeconómico, la profesión, el nivel de cultura, entre otros. (Caballero, 2017, pág. 15)

Al realizar la encuesta se podrá obtener resultados más concretos referente con el Trabajo de Investigación, tiene el fin de evidenciar varios factores característicos del sector, que tan solo se conseguirá mediante la recolección de datos, los cuales son resultados estadísticos que deberán ser analizados como tal.

### **3.7.2. Entrevista**

“La entrevista como técnica complementaria, permite acceder a información específica y concreta

que no se encuentra contenida, o es inasible, en las fuentes de datos secundarios o la observación, triangulando el análisis del cuerpo de estudio”. (Pulido, 2015, pág. 1150)

La entrevista se realiza al punto clave que serán otras empresas que tengan la misma actividad económica en este caso, pues son la principal competencia que posee el proyecto, por medio del cuestionario que recolecto información valiosa referente al producto que comercializan, el precio e incluso la rentabilidad que perciben.

### **3.7.3. Observación**

Mediante esta técnica se podrá determinar cómo se encuentra dicho producto en el mercado pues mediante la observación se determinará algunos aspectos que no se perciben directamente cuando se aplica la encuesta.

#### **3.7.3.1. Observación directa**

Como menciona (Cajal, 2020) dicha observación se realiza cuando “el investigador se encuentra en el lugar en el que se desarrolla el hecho sin intervenir ni alterar el ambiente, de lo contrario sus datos no serían válidos.”

Es por ello que se observará el comportamiento de dichos factores antes mencionados acudiendo directamente a la localidad, determinando así mediante el análisis los puntos claves que se consideraran en la presente investigación.

## **3.8. Instrumentos**

### **3.8.1. Cuestionario**

Es el instrumento por el cual se puede efectuar la encuesta, de acuerdo a lo que menciona (Frenso, 2019) el cuestionario “es otra forma de obtener información primaria por sus características es aplicable a escala masiva, está destinada a obtener respuestas a preguntas previamente elaboradas que respondes al problema de investigación” (pág. 116).

Dicho instrumento es el medio por el cual se realizan las preguntas, estas son diseñadas acorde al estudio que se va a efectuar, en si para la encuesta es un punto de partida en relación a la producción y comercialización de calzado masculino en el cantón Cevallos, al obtener los datos

precisos para la determinación de su factibilidad y así entender la situación actual de los factores que influyen en torno al calzado en el sector.

### **3.8.2. Guía de entrevista**

Para (Tapia, 2021) “la guía para efectuar la entrevista brinda una lista de comprobación la cual ayuda a preparar un plan de acción para conducir las entrevistas”

La guía de la entrevista es fundamental para poder desarrollar de una manera adecuada el proyecto, pues se pueden recabar temas importantes, mediante preguntas abiertas a los productores de calzado, así conocer más a detalle acerca de su comercialización.

## **3.9. Población, selección y cálculo de muestra**

### **3.9.1. Población**

Mediante los datos obtenidos de la proyección efectuada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2020 en el Cantón Cevallos su población será de 9936 habitantes. (INEC, 2016)

### **3.9.2. Tabulación**

Como menciona (Asas, 2022) “es una técnica que se basa en juntar los resultados obtenidos en áreas, segmentos o elementos examinados de manera que se facilite la elaboración de conclusiones”. (pág. 19)

Al obtener los resultados mediante la aplicación de la encuesta se debe tabular todos los datos obtenidos mediante el cuestionario que se aplicó, así analizarlos y efectuar los estudios pertinentes.

### **3.9.3. Muestra**

Para determinar la muestra del presente estudio se ha aplicado la fórmula para población finita la cual se la representa a continuación:

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

En donde:

z: representa el nivel de confianza.

p: representa el porcentaje de la población.

q: representa la población que no tiene el atributo deseado.

N: representa el tamaño del universo.

he: representa el error de estimación máximo aceptado.

n: representa el tamaño de la muestra.

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1,96^2 * 9936 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (9936-1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 9936 * 0,5 * 0,5}{0,0025 * 9935 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9.542,5344}{25,7979}$$

$$n = 369,89 \approx 370$$

$$\mathbf{n = 370}$$

Mediante la aplicación de la fórmula se ha logrado determina que se aplicarán 370 encuestas en el Cantón Cevallos.

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados

La empresa Dandro's para obtener información e inmiscuirse en la realidad referente a sus clientes se aplicó técnicas e instrumentos que aporten en la recolección de datos relevantes mediante una encuesta, la misma que se determinó su aplicabilidad a 370 personas, pertenecientes al cantón Cevallos, provincia de Tungurahua. Los resultados obtenidos se muestran a continuación:

##### 4.1.1. Resultados de las encuestas

#### Género

Tabla 4-1: Género

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Femenino     | 110        | 30%         |
| Masculino    | 260        | 70%         |
| Otro         | 0          | 0%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

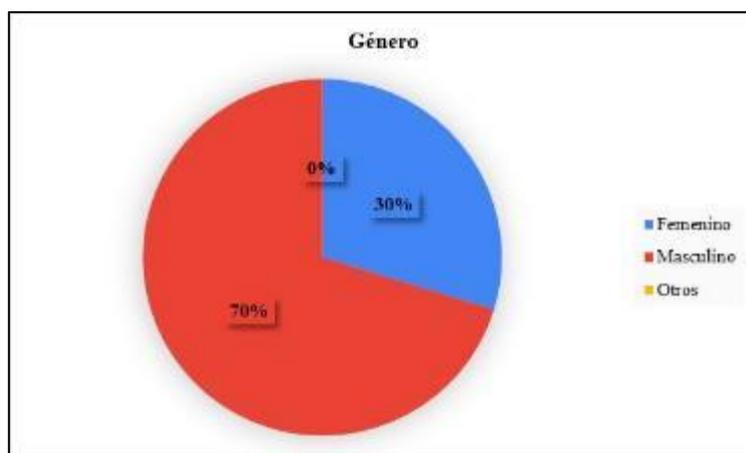


Ilustración 4-1: Género

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

#### Análisis e interpretación

Conforme al género el 70% de encuestados en el cantón Cevallos fueron masculinos, el 30% femeninos y el 0% otros, al ser el calzado masculino el producto que se pretende producir y comercializar no influye en que muchas féminas puedan elegir cómo obsequio, es por ello que se consideró en la aplicación de las encuestas.

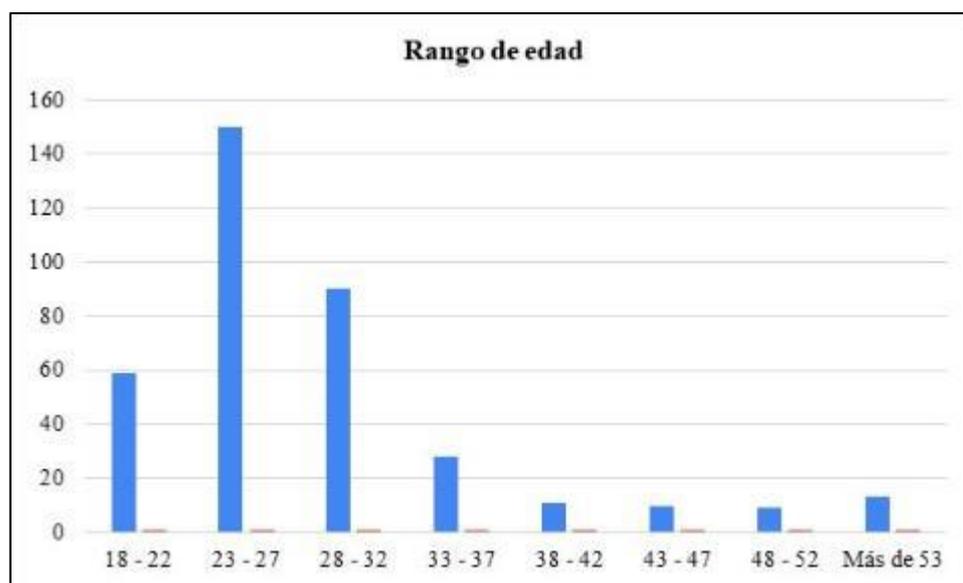
## Edad

**Tabla 4-2:** Rango de edad

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| 18 - 22      | 59         | 16%         |
| 23 - 27      | 150        | 41%         |
| 28 - 32      | 90         | 24%         |
| 33 - 37      | 28         | 8%          |
| 38 - 42      | 11         | 3%          |
| 43 - 47      | 10         | 3%          |
| 48 - 52      | 9          | 2%          |
| Más de 53    | 13         | 4%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>370</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-2:** Rango de edad

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

### Análisis e interpretación

Se observa que el rango de edad que más ha mostrado su interés en el calzado de la localidad en donde se desea establecer está entre los 23 a 27 años representando así el 41%, seguido del 24% que representa el rango de 28 a 32 años, después el 16% del rango de 18 a 22 años, el 8% en el rango de 33 a 37 años, el 3% en el rango de 38 a 42 años, el 3% de 43 a 47 años, el 2% de 48 a 52 años y finalmente el 4% más de 53 años, cabe recalcar que los rangos con menor porcentaje importantes para el estudio, en si conocer las preferencias y su fluctuación conforme a sus gustos.

### 1.- ¿Cuál es el tipo de calzado de su preferencia?

**Tabla 4-3:** Tipo de calzado de preferencia

| Alternativa           | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------------|------------|-------------|
| Casual                | 148        | 40%         |
| Mocasín               | 17         | 5%          |
| Bota                  | 33         | 9%          |
| Botín                 | 36         | 10%         |
| Deportivo (Zapatilla) | 136        | 37%         |
| <b>TOTAL</b>          | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-3:** Tipo de calzado de preferencia

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### Análisis e interpretación

El 40% de los encuestados prefieren el calzado casual, el 37% zapatillas, 10% botín, seguido del 9% botas y finalmente 4% mocasín. Esto aportaría en el direccionamiento del producto que más se elaboraría el cual vendría hacer el calzado casual y deportivo (zapatillas) pues existe mayor preferencia por el consumidor y lo cual representaría mayor adquisición del producto en el mercado.

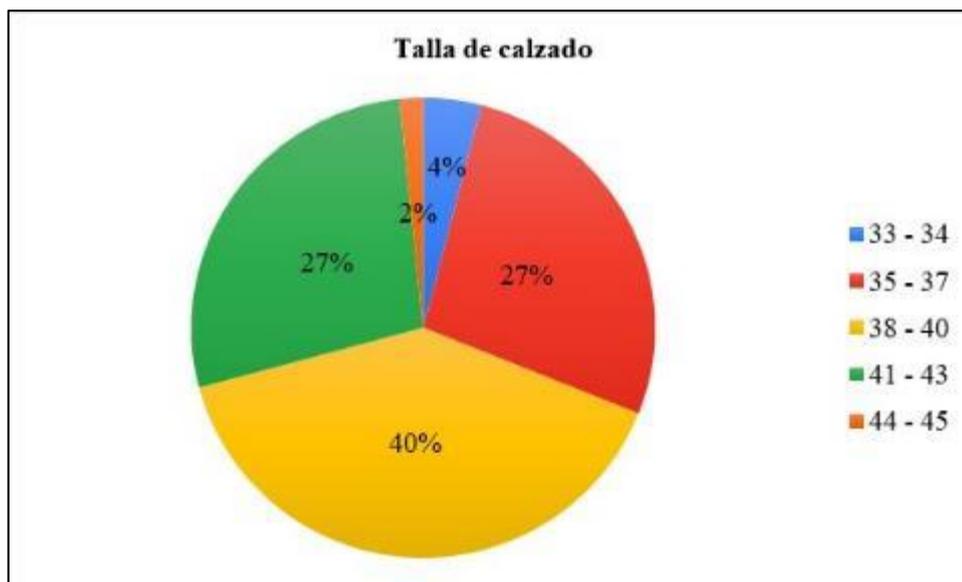
## 2.- Seleccione el rango de talla de calzado que usted calza

**Tabla 4-4:** Talla de calzado

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| 33 - 34      | 15         | 4%          |
| 35 - 37      | 100        | 27%         |
| 38 - 40      | 147        | 40%         |
| 41 - 43      | 102        | 28%         |
| 44 - 45      | 6          | 2%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-4:** Talla de calzado

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### Análisis e interpretación

Mediante las encuestas aplicadas el 40% están entre las tallas 38 a 40, además existe una igualdad del 27% en tallas desde 35 a 37 y 41 a 43, y en su minoría con un 4% se encuentra las tallas de la 33 a 34 y finalmente el 2% desde las tallas 44 a 45. Entonces se podría determinar que la producción de calzado en su mayoría sería desde la talla 35 a la talla 43, esté sería el producto que más se puede vender al consumidor, con ello aporta en la adquisición de materiales adicionales conforme a dichas tallas que se venderían mayormente.

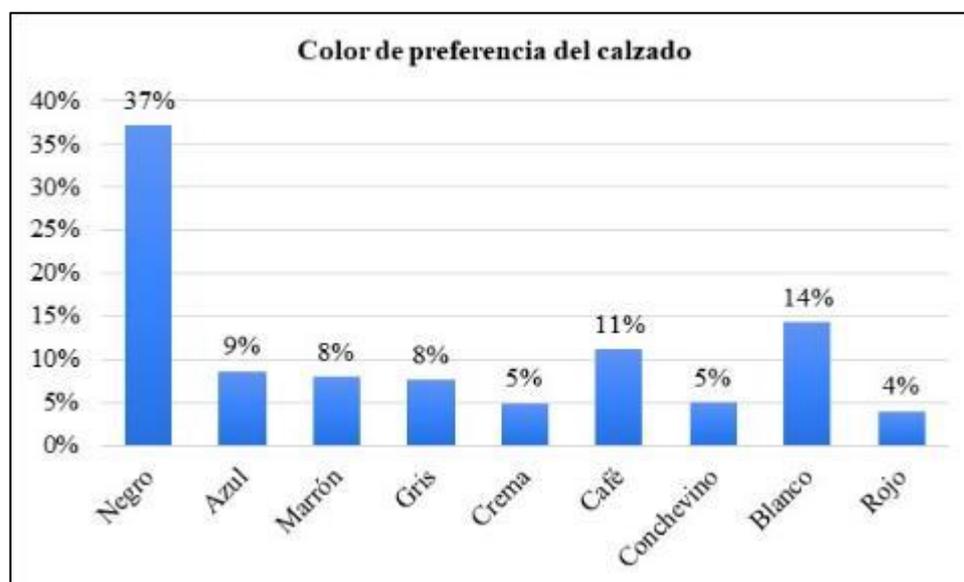
### 3.- ¿Cuál es el color de preferencia al momento de elegir su calzado?

**Tabla 4-5:** Color de preferencia del calzado

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Negro        | 137        | 37%         |
| Azul         | 32         | 9%          |
| Marrón       | 29         | 8%          |
| Gris         | 28         | 8%          |
| Crema        | 18         | 5%          |
| Café         | 41         | 11%         |
| Conchevino   | 18         | 5%          |
| Blanco       | 53         | 14%         |
| Rojo         | 14         | 4%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-5:** Color de preferencia del calzado

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

#### **Análisis e interpretación**

De las 370 personas encuestadas el 37% prefieren el calzado de color negro, seguido del 14% representando al color blanco, el 11% el color café, el 9% el color azul, existe una igualdad del 8% en los colores marrón y gris, al igual que el color conchevino y crema con un 5%, y el 4% el color rojo. Entonces el calzado color negro, al ser combinable con cualquier vestimenta las personas lo prefieren y como se ha mencionado anteriormente el calzado de color blanco esto referiría al calzado deportivo (zapatilla) en su mayoría primordialmente es de color blanco razón que existiría un agrado de las personas encuestadas por este, seguido de los diversos colores que se ha considerado, aunque los colores predominantes serían un punto de partida para la producción del calzado conforme a las preferencias en cuanto a colores.

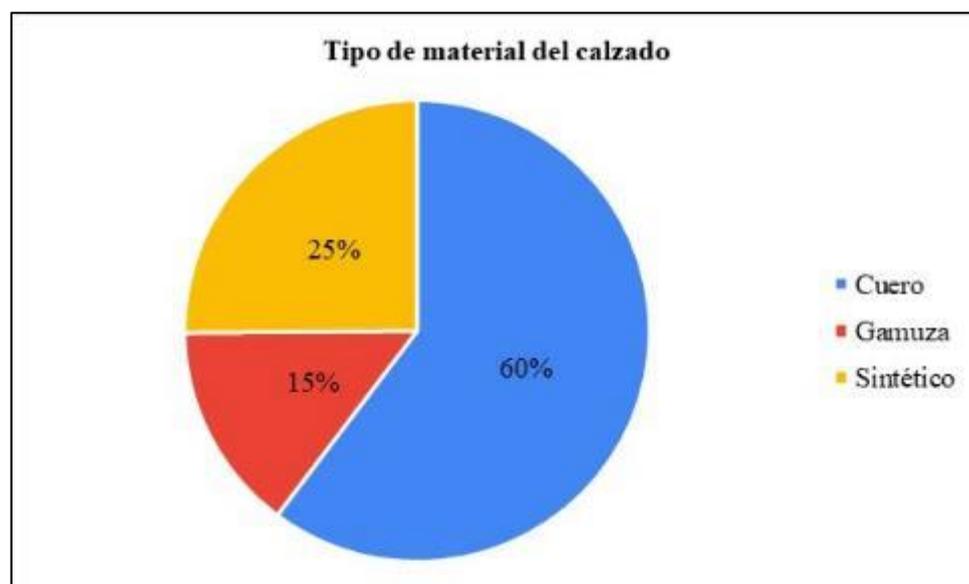
#### 4.- ¿Usted qué tipo de material prefiere en su calzado?

**Tabla 4-6:** Tipo de material del calzado

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Cuero        | 223        | 60%         |
| Gamuza       | 54         | 15%         |
| Sintético    | 93         | 25%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-6:** Tipo de material del calzado

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

#### Análisis e interpretación

El 60% de las personas encuestadas prefieren que su calzado sea hecho con material de cuero, seguido del 25% gamuza y el 15% de sintético. Existe gran aceptación del calzado que se desea fabricar, al ser de cuero se pretende brindar un producto de buena calidad siendo de dicha materia prima se provee mayor durabilidad.

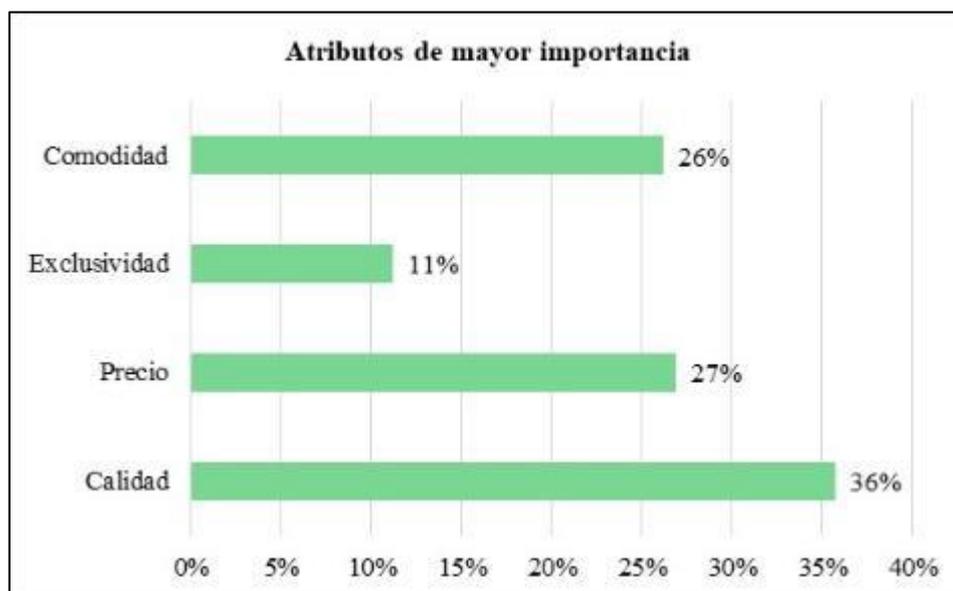
**5.- Al momento de adquirir su calzado, a cuál de los siguientes atributos le presta mayor importancia:**

**Tabla 4-7:** Atributos de mayor importancia

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Calidad      | 132        | 36%         |
| Precio       | 100        | 27%         |
| Exclusividad | 41         | 11%         |
| Comodidad    | 97         | 26%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-7:** Atributos de mayor importancia

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

**Análisis e interpretación**

De las 370 personas encuestadas, se determina que el 36% prefiere la calidad como un atributo principal que debe tener el calzado que adquiere, en ello está el 27% representando el precio y el 26% la comodidad, finalmente el 11% prefieren la exclusividad. Es por ello que el calzado debe tener materia prima de buena calidad para brindar al consumidor el calzado diferente y de alta gama, en ello está inverso el buen precio y la comodidad que se brindará en el producto final.

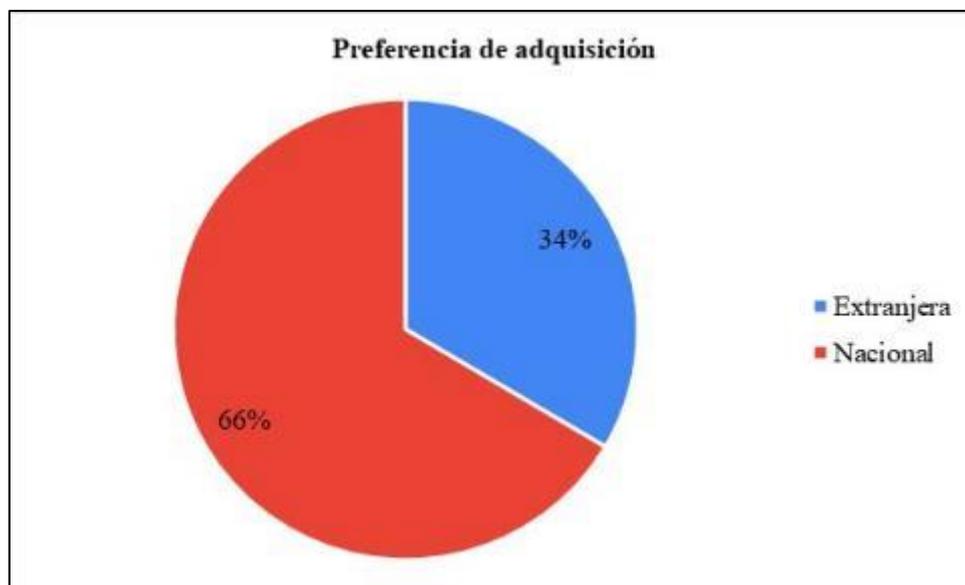
## 6.- ¿Su preferencia de adquisición de calzado es?

**Tabla 4-8:** Preferencia de adquisición

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Extranjera   | 124        | 34%         |
| Nacional     | 246        | 66%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-8:** Preferencia de adquisición

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### Análisis e interpretación

El 66% de la población encuestada adquieren calzado nacional y el 34% adquiere calzado extranjero. Muestra el gran mercado que se considera al tener un buen nivel de adquisición del producto nacional.

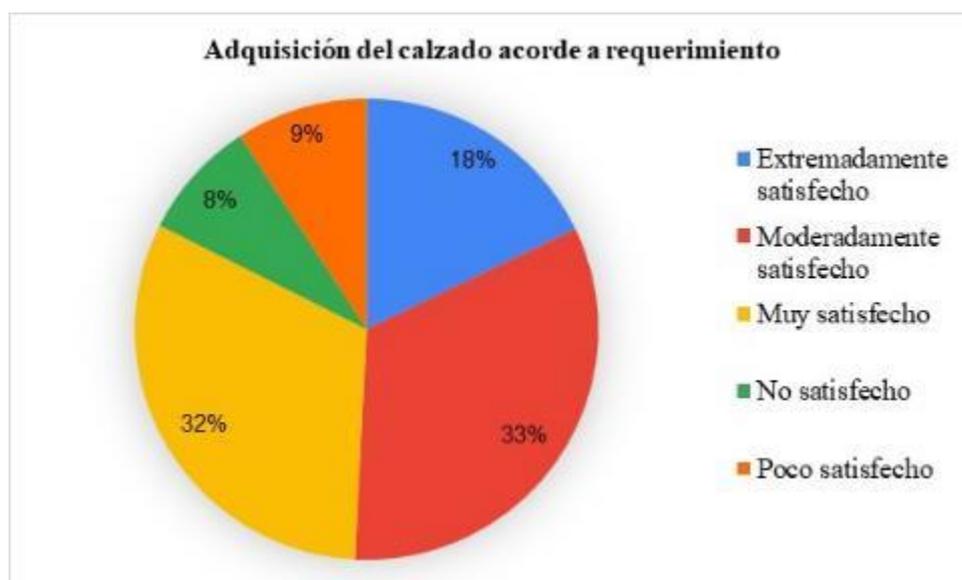
**7.- El calzado que normalmente adquiere en el mercado ¿se ajusta totalmente a sus requerimientos en cuanto a medida, color, diseño, entre otros?**

**Tabla 4-9:** Adquisición de calzado acorde a requerimientos

| Alternativa               | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------------------------|------------|-------------|
| Extremadamente satisfecho | 66         | 18%         |
| Moderadamente satisfecho  | 122        | 33%         |
| Muy satisfecho            | 117        | 32%         |
| No satisfecho             | 31         | 8%          |
| Poco satisfecho           | 34         | 9%          |
| <b>TOTAL</b>              | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-9:** Adquisición del calzado acorde a requerimientos

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

**Análisis e interpretación**

De las 370 personas encuestadas se determina que el 33% se encuentra moderadamente satisfechos, con un resultado muy similar el 32% están muy satisfechos, seguido del 18% que se encuentran extremadamente satisfechos, el 9% están poco satisfechos y tan solo el 8% no están satisfechos. Es decir, el calzado no cumple en su totalidad con sus expectativas, sus factores varían de acuerdo al cliente, entonces se puede determinar que se podría producir calzado con específicas cualidades que el consumidor considere que no encuentre en el mercado que adquiere con normalidad su producto.

Si su respuesta fue “no satisfecho” responda lo siguiente:

8.- Conforme a sus requerimientos ¿qué es lo que usted busca al momento de adquirir su calzado para sentirse satisfecho?

**Tabla 4-10:** Características específicas del calzado

| Alternativa           | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------------|------------|-------------|
| Versatilidad          | 15         | 4%          |
| Comodidad             | 51         | 14%         |
| Flexibilidad          | 22         | 6%          |
| Moda                  | 33         | 9%          |
| Exclusividad          | 17         | 5%          |
| Durabilidad           | 40         | 11%         |
| Firmeza               | 16         | 4%          |
| Plantilla suave       | 36         | 10%         |
| Suela alta            | 11         | 3%          |
| Suela baja            | 14         | 4%          |
| Suela con labrado     | 14         | 4%          |
| Suela lisa            | 3          | 1%          |
| Impermeable           | 8          | 2%          |
| Con cordones          | 24         | 7%          |
| Sin cordones          | 11         | 3%          |
| Con cierre            | 5          | 1%          |
| Con varios combinados | 12         | 3%          |
| Un solo color         | 15         | 4%          |
| Diseño simple         | 21         | 6%          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-10:** Características específicas del calzado

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

## Análisis e interpretación

De la población encuestada las personas que no se encuentran satisfechas con el producto han elegido características específicas de sus preferencias conforme a adquirir su calzado ideal, el 14% prefiere que su calzado sea cómodo, un 11% que duren, el 10% que tenga la plantilla suave, el 9% que este a la moda, seguido del 7% que prefieren que tengan cordones, además del 6% desean que sean flexibles y con un diseño simple, en si las demás características poseen un porcentaje bajo desde el 5% hasta llegar al 1% que prefieren suela lisa o con cierre. Es por ello que se optará por producir calzado cómodo con materia prima suave, que esté en el auge de la moda, como ya se ha mencionado se preferirá que en su mayoría el calzado tenga cordones para que el consumidor pueda ajustar a su medida de empeine.

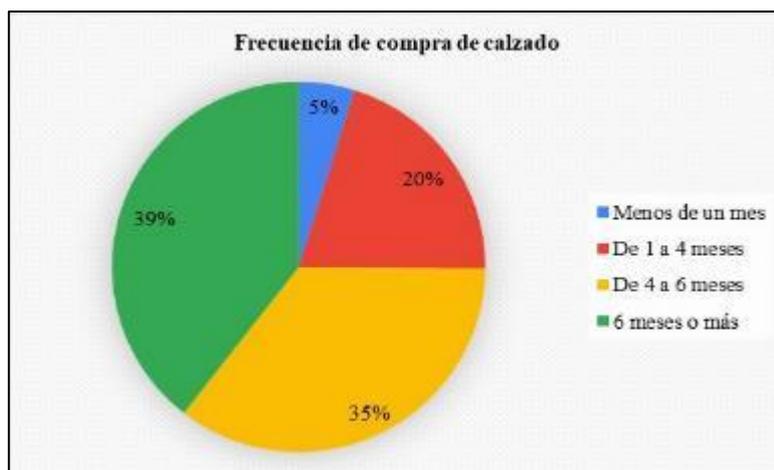
### 9.- ¿Con que frecuencia suele comprar calzado?

**Tabla 4-11:** Frecuencia de compra de calzado

| Alternativa     | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------|------------|-------------|
| Menos de un mes | 18         | 5%          |
| De 1 a 4 meses  | 75         | 20%         |
| De 4 a 6 meses  | 131        | 35%         |
| 6 meses o más   | 146        | 39%         |
| <b>TOTAL</b>    | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-11:** Frecuencia de compra de calzado

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

## Análisis e interpretación

Mediante los resultados de la encuesta aplicada se puede determinar que el 39% compra calzado en un periodo de 6 meses o más, seguido del 35% que adquiere dentro de 4 a 6 meses, el 20% de 1 a 4 meses y con una minoría del 5% adquieren calzado en menos de un mes. Es por ello que al brindar calzado de buena calidad y de moda se provee la compra incluso antes del periodo con mayor porcentaje, además de ofrecer las características que el consumidor desea en su producto.

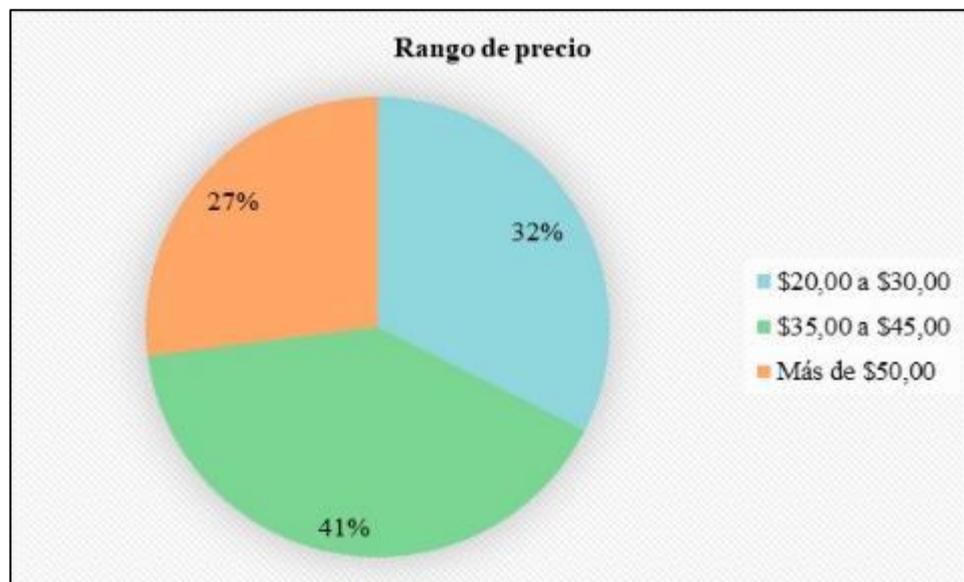
### 10.- Por favor indique el rango de precio que estaría dispuesto a pagar por el calzado

**Tabla 4-12:** Rango de precio

| Alternativa       | Frecuencia | Porcentaje  |
|-------------------|------------|-------------|
| \$20,00 a \$30,00 | 120        | 32%         |
| \$35,00 a \$45,00 | 150        | 41%         |
| Más de \$50,00    | 100        | 27%         |
| <b>TOTAL</b>      | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-12:** Rango de precio

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### **Análisis e interpretación**

Mediante la aplicación de la encuesta a 370 personas del cantón Cevallos se ha determinado que el 41% están dispuestos a pagar de \$35,00 a \$45,00 dólares, seguido del 32% que pagarías de \$20,00 a \$30,00 dólares y tan solo el 27% pagarían más de \$50,00 dólares. Dentro de la determinación del valor monetario dispuesto a pagar por parte del consumidor se podría establecer el precio entre los \$35,00 a \$45,00 dólares, según la variabilidad de calzado que se pretende comercializar, mediante ello podría integrarse al mercado el calzado masculino considerando todas las características que se ha logrado adquirir con la aplicación de la presente encuesta.

## Reseña de la empresa

Dandro's es una empresa ubicada en el cantón Cevallos, fabrica calzado masculino de cuero de tipo casual, siempre ajustándose a los gustos y preferencias del cliente.

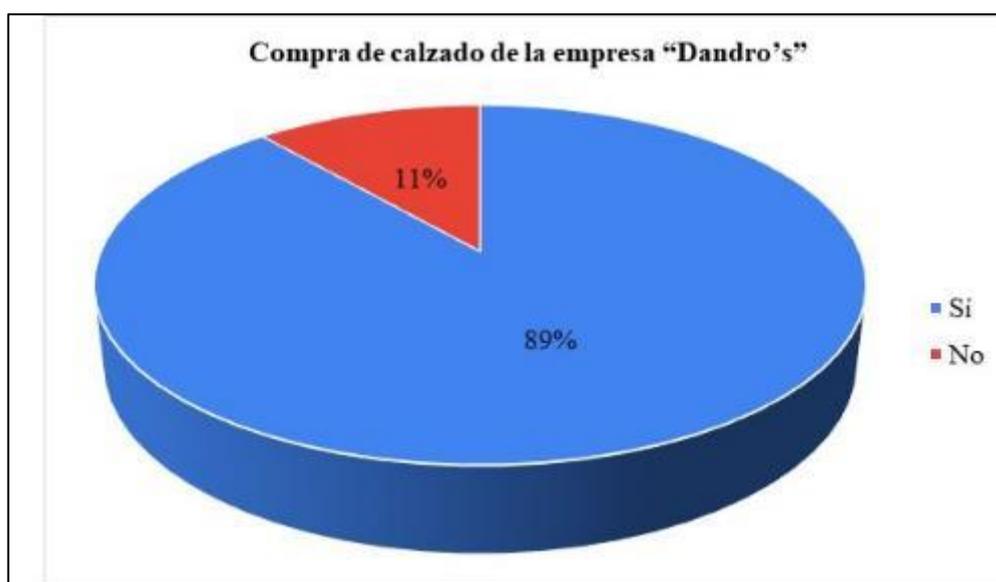
### 11.- ¿Estaría dispuesto a comprar calzado masculino de cuero fabricado por la empresa "DANDRO'S"?

**Tabla 4-13:** Compra de calzado de la empresa "Dandro's"

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Sí           | 328        | 89%         |
| No           | 42         | 11%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>370</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 4-13:** Compra de calzado de la empresa "Dandro's"

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

## Análisis e interpretación

Como se puede observar de las 370 encuestas aplicadas el 89% de encuestados sí están dispuestos a adquirir calzado de la empresa "Dandro's" y tan solo el 11% no está dispuesto a adquirir el producto que se oferta en la empresa. El resultado conforme a los porcentajes afirma que el producto posee una gran aceptación en el mercado y que el consumidor está dispuesto a adquirir el calzado, siempre y cuando esté se ajuste a las características que se ha obtenido y el precio que se puede ofertar en el mercado, en si esto aporta a la determinación de factores claves para que la empresa pueda posicionarse en el mercado en el cual se va a ubicar.

#### **4.1.2 Resultados de la entrevista a los dueños de locales de calzado masculino.**

**Nombre de las empresas:** Josmax, Martini, Torres & Torres.

##### **1. ¿Qué tipo de calzado oferta en su empresa?**

R. Josmax se produce diversos tipos de calzado entre: casual, deportivo, mocasín, botín, bota. En la empresa Martini se comercializa calzado: casual, bota, botín pues la empresa se centra más en este tipo por su amplia variedad, por otra parte, Torres & Torres brinda calzado casual, mocasín y bota.

##### **2. ¿En su empresa se fabrica calzado de cuero, gamuza o sintético?**

R. Solo se fabrica de cuero, al ser el calzado con este tipo de materia prima la cual se comercializa en el sector, el cantón es conocido por ser el fabricante de calzado de cuero primordialmente.

##### **3. ¿Posee calzado con variedad de modelos?**

R. En el transcurso del año tan solo una empresa actualiza sus colecciones en un lapso de cuatro meses pues son fechas en donde los consumidores acuden más al sector para adquirir su producto, las otras empresas por otro lado mencionan que lanzan colecciones semestralmente.

##### **4. ¿Qué tipo de calzado es el que más se vende en su empresa?**

R. El calzado que más se vende es el casual y mocasín por su variabilidad de costos, y por ser el calzado que se puede utilizar al diario vivir.

##### **5. ¿Cuál es el rango de precios del calzado que oferta?**

R. El rango de precios van desde los \$25,00 hasta los \$75,00 dependiendo la empresa, pero esta sería la representación del precio que percibe el consumidor.

##### **6. ¿Cuántos zapatos vende a la semanal, mensual o anual?**

R. la temporada ha estado baja por inicio de año, pues la pandemia ha afectado a la producción, pues se comercializa un porcentaje más por pedidos por ser empresas reconocidas fuera del cantón Cevallos, entonces se vende aproximadamente 10 pares semanalmente.

##### **7. ¿Cuál es el margen de rentabilidad económica que percibe por esta actividad?**

R. La rentabilidad que se percibe es el 30% o 35% por lo general en el calzado de las tres empresas, pues se rigen a estar con costos similares, acoplándose al mercado.

##### **8. ¿Cuántas docenas de calzado produce diaria o semanalmente?**

R. Se produce diariamente dos docenas pues la empresa posee otras sucursales siendo Ambato una de las principales al obtener mayor pedido de calzado, esto se debe a la trayectoria que poseen las empresas.

**9. ¿Cuál es su capacidad mínima y máxima de venta?**

R. La capacidad mínima de venta es 5 pares y la máxima es 270 pares se pueden vender en un mes en caso de obtener pedidos.

**10. ¿Cuánto es su capacidad de producción de calzado?**

R. La capacidad oscila alrededor de 200 A 370 pares mensualmente.

**11. ¿Cómo se encuentra en la actualidad el sector del calzado?**

R. En la actualidad se puede observar que se ha ido reactivando la economía del cantón pues los turistas han regresado por consumir el producto, al existir variedad y encontrar pocos locales de calzado específicamente masculino han ido implementando mayor publicidad por redes sociales por iniciativa de los dueños de las empresas de existir escaso apoyo del GADM del cantón, esto no ha sido una barrera para que las empresas piensen en grande y se sigan superando en el mercado.

## **4.2. Discusión de resultados de la encuesta y entrevista**

Mediante los resultados obtenidos se ha podido determinar que los consumidores prefieren que su calzado sea de cuero, al ser una materia prima que presentan mayor consistencia y durabilidad posee más acogida por dichas características, cabe acotar que se producirá más el calzado casual al representar una aceptación del 40% y deportivo (zapatilla) el 37% por las preferencias el color predominante ha sido el negro con 37% y el blanco con 14%, encontrando concordancia referente al tipo de calzado que prefieren.

Conforme a los precios se puede fijar un valor económico al producto (calzado masculino) desde los \$ 35,00 a \$45,00 dólares por ser dicho valor el cual el consumidor estaría dispuesto a pagar, esto se encuentra en un rango de precios adecuado conforme al valor que se emplea en la producción, es decir que se proveería una ganancia optima del producto que adquiere el consumidor, además de brindar satisfacción total de consumidor por acogerse a los requerimientos específicos de las características que se mencionaron en la pregunta 8 en donde las personas encuestadas prefieren que sean comodidad y durabilidad principalmente seguido de que los modelos tengan cordones por el hecho de que se puede ajustar a la preferencia del consumidor.

De acuerdo a la última pregunta de la encuesta aplicada se ha podido determinar que el producto que se pretende elaborar y comercializar si será plenamente aceptado en el mercado que se ha optado dirigir, pues el 89% ha afirmado que, si el compraría calzado masculino de la empresa Dandro's, entonces esto puede dar la visión de que mi proyecto si puede ser factible conforme a la aceptación que se brinda al querer integrarse al mercado.

En conclusión mediante la aplicación de la encuesta y entrevista permitir determinar cuan factible será la creación de la empresa de calzado masculino en el cantón, pues la información adquirida aporta en los estudios que se requieren siendo partes fundamentales para el desarrollo del Trabajo de Investigación.

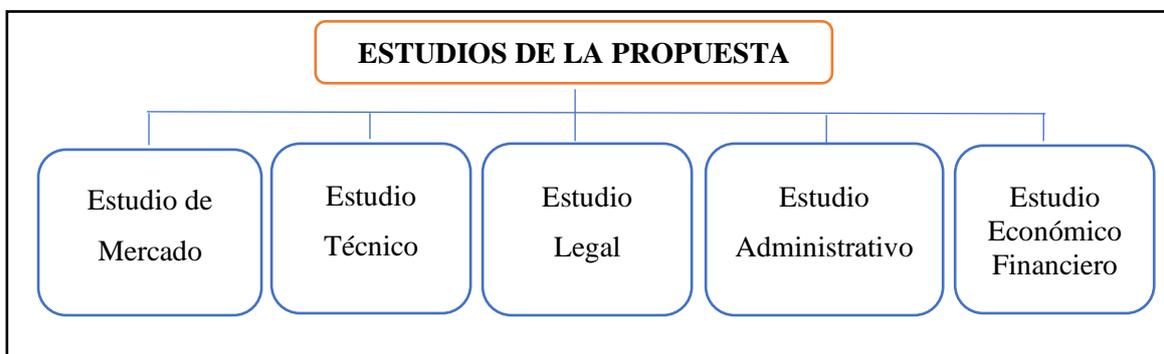
## CAPÍTULO V

### 5. MARCO PROPOSITIVO

#### 5.1. El contenido de propuesta

Mediante toda la recopilación de información que se obtenido en los capítulos anteriores, las mismas que serán necesarias para elaborar la propuesta que es el hilo conductor para determinar finalmente la factibilidad del proyecto. Para ello se desarrolló un estudio de mercado mediante la aplicación de encuestas se ha podido determinar respuestas referentes a la problemática que surge en el cantón Cevallos y el aporte en la creación del proyecto.

La propuesta consta de las siguientes etapas:



**Ilustración 5-1:** Estudios de la propuesta, 2022.

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

#### 5.2. Estudio de mercado

Mediante el estudio de mercado en el Trabajo de Investigación conforme al “proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de calzado masculino en el cantón Cevallos, provincia de Tungurahua, año 2022.” Se pretende conocer y entender el porcentaje de la demanda y oferta del segmento al cual ha sido enfocado el mercado para dicho producto, teniendo como herramienta principal los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, esto es una de las partes que contribuye para saben si es o no es factible llevar a cabo el proyecto conforme a la demanda que este posee, además de ser una parte fundamental el establecer su logotipo, slogan y otras especificaciones de la empresa que permitirá ser conocido y establecerse en el mercado.

### 5.2.1. Segmentación del mercado

La segmentación aporta en dividir por grupos el mercado que se va a considerar en dicho estudio, se encuentra especificaciones e incluso necesidades parecidas, las cuales muestran la oferta concatenada a cada grupo considerado, entre ellos están:

**Tabla 5-1:** Segmentación del mercado

| Variable            | Descripción   |
|---------------------|---|
| Geográficas         | País Ecuador, Región Sierra, Provincia Tungurahua, Cantón Cevallos, Parroquia Cevallos. |
| Demográficas        | Personas de género masculino desde los 18 años en adelante.                             |
| Producto o servicio | Calzado masculino   |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

- **Mercado objetivo**

Referente al mercado objetivo representan los consumidores que seguramente adquieran el calzado que se pretende presentar en el mercado, el cual será la población del cantón Cevallos esta posee 9936 habitantes (INEC, 2016), de los cuales 3572 son masculinos y de las personas económicamente inactivas 1358 son masculinos, están en un rango de edad de 18 años en adelante, siendo 4930 habitantes el mercado considerado.

- **Mercado potencial**

En el mercado potencial hace referencia a quien va dirigido específicamente el producto, por ello, siendo el calzado masculino dicho producto, se consideró personas que estén en un rango de edad de 18 años en adelante que forman parte de los 4930 habitantes.

- **Mercado meta**

El mercado meta está integrado por las personas que si están en presta disposición de adquirir el producto, de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta el 89% si comprarán el producto que la empresa ofrece, esto representa a 4388 personas.

### 5.2.2. Análisis de la demanda

A continuación, en el análisis de la demanda se puede determinar el número de los consumidores, además de integrar requerimientos específicos de consumo, mediante ello se podrá solventar la necesidad que tiene el producto, con el aporte de los datos obtenidos en la encuesta se ha podido determinar que el calzado masculino preferentemente es el casual.

- **Demanda actual**

La demanda actual del proyecto se estableció mediante la encuesta aplicada, específicamente en la pregunta número 11 que menciona, si adquiriría el producto de la empresa.

**Tabla 5-2:** Establecimiento de la demanda actual

|  |      |
|--|------|
| <b>Población masculina a partir de los 18 años</b> | 4930 |
| <b>Aprobación del mercado</b>                      | 89%  |
| <b>Mercado meta</b>                                | 4388 |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Como se puede observar la demanda actual se estableció mediante la población económicamente activa en el cantón Cevallos, pues el 89% ha sido la aceptación del mercado, deduciendo así una demanda actual de 4388 personas que estarían completamente dispuestas a adquirir el calzado.

### 5.2.3. Proyección de la demanda

En la proyección de la demanda se ha empleado una tasa de crecimiento poblacional de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cevallos en el año 2011, el cual es del 1,92% anual, mediante ello se procede a efectuar la proyección que se presenta a continuación:

Fórmula:

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

D<sub>p</sub>= Demanda proyectada

D<sub>a</sub>=Demanda actual

i= Tasa de crecimiento

n= Años

## Reemplazar con datos

$$D_p = 4388(1+0,0192)^5$$

$$D_p = 4388(1.09975786097)$$

$$D_p = 4826$$

**Tabla 5-3:** Demanda proyectada

| Año  | Demanda Proyectada |
|------|--------------------|
| 2023 | 4472               |
| 2024 | 4558               |
| 2025 | 4646               |
| 2026 | 4735               |
| 2027 | 4826               |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Mediante la proyección se logra determinar un crecimiento en los próximos 5 años de 4826.

### 5.2.4. *Análisis de la oferta*

En el análisis de la competencia se comprendió el entorno del mercado en el cual se va a integrar el producto, siendo la oferta referente a toda la variedad de calzado que se encuentra en el cantón, de las distintas empresas que brindan el calzado masculino tan solo tres brindan exclusivamente este producto y las demás empresas o asociaciones en un porcentaje menor, al ser el calzado femenino el que se encuentra en mayor variedad de modelos en el sector.

- **Oferta actual**

En la oferta actual están las industrias que se dedican a la producción y comercialización de calzado masculino en el cantón Cevallos.

La producción y comercialización de calzado se realiza desde pequeños talleres hasta grandes empresas, desde los caseríos o parroquias aledaños se brinda este producto al mercado. Pues en su mayoría se comercializa calzado femenino al poseer mayor variedad de modelos en un 80% de los locales que se encuentran en el sector, el calzado masculino tan solo posee mayor variedad en tres empresas las cuales poseen otras sucursales en ciudades aledañas.

- **Determinación de la oferta**

Mediante la entrevista efectuada a los productores mayormente posicionados y reconocidos en el mercado del cantón, se logró determinar la oferta del calzado de acuerdo a su variedad (casual, deportivo, mocasín, botín, bota).

De acuerdo a registros del SRI se ha logrado determinar a 3 empresas las cuales posee su registro único de contribuyente, con la actividad económica de fabricación y comercialización de calzado, mediante ello se ha podido determinar algunas particularidades las cuales son:

**Tabla 5-4:** Oferta

| Calzado Martini  | Calzado Josmax   | Calzado Torres & Torres  |
|--|--|--|
|  |  |  |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

**Tabla 5-5:** Oferta

| Empresa                    | Semana | Mensual | Anual |
|----------------------------|--------|---------|-------|
| <b>Martini</b>             | 20     | 80      | 960   |
| <b>Josmax</b>              | 14     | 56      | 672   |
| <b>Torres &amp; Torres</b> | 10     | 40      | 480   |
| <b>Total</b>               | 44     | 176     | 2112  |

Fuente: Entrevista realizada a las empresas de calzado, cantón Cevallos, 2022.

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Mediante la entrevista realizada se logró determinar cuántos pares de zapatos de comercializan en el cantón, pues de las empresas que en un 80% ofrecen calzado masculino han mencionado que en otras ciudades aledañas poseen almacenes, siendo uno de sus fuertes en relación a la venta los pedidos que reciben en fabrica por medio de medios electrónicos.

Pues el calzado Martini como su propietaria menciono es el que más comercializa al poseer dos locales en el cantón, seguido del calzado Josmax que posee una gran variedad de modelos, además de estar en el auge de la moda con diversas colecciones, pero su alto costo es un impedimento que

hace que el zapato en si sea más duradero y alto valor adquisitivo, finalmente el calzado Torres & Torres el cual se encuentra medianamente posicionado en el mercado de calzado masculino al no poseer gran variedad de tipos y modelos.

- **Oferta proyectada**

Para determinar la oferta proyectada se debe aplicar la misma fórmula que se aplicó para la proyección de la demanda, sustituyéndola por la oferta como se presenta a continuación:

Para establecer la proyección de la oferta se realiza el siguiente cálculo utilizando el método de crecimiento y se aplica la siguiente formula:

$$O_p = O_a (1+i)^n$$

**Donde:**

C<sub>n</sub>= Oferta futura

C<sub>o</sub>= Oferta actual

i= Tasa de crecimiento

n= Años

**Reemplazar con datos**

$$O_p = 2112(1+0,0192)^5$$

$$O_p = 2112(1.09975786097)$$

$$O_p = 2323$$

**Tabla 5-6:** Oferta proyectada

| Año  | Oferta Proyectada |
|------|-------------------|
| 2023 | 2153              |
| 2024 | 2194              |
| 2025 | 2236              |
| 2026 | 2279              |
| 2027 | 2323              |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### 5.2.6. Demanda insatisfecha

Mediante la obtención de datos referente a la demanda y oferta por las técnicas e instrumentos aplicados se ha podido determinar mediante la aplicación de la fórmula las proyecciones tanto para demanda como para oferta y mediante estos datos obtenidos se encuentra una diferencia a la cual se la denomina demanda insatisfecha.

**Tabla 5-7:** Demanda Insatisfecha

| <b>Año</b> | <b>Demanda<br/>Proyectada</b> | <b>Oferta<br/>Proyectada</b> | <b>Demanda<br/>Insatisfecha</b> |
|------------|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| 2023       | 4472                          | 2153                         | 2320                            |
| 2024       | 4558                          | 2194                         | 2364                            |
| 2025       | 4646                          | 2236                         | 2410                            |
| 2026       | 4735                          | 2279                         | 2456                            |
| 2027       | 4826                          | 2323                         | 2503                            |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

La demanda insatisfecha que posee el producto en el cantón es alta, como se presenta en la tabla 5-7, las empresas no logran satisfacer las preferencias del consumidor, por ende, buscan en otra localidad el calzado, incluso marcas extranjeras.

Se puede observar que la demanda insatisfecha que va a cubrir el proyecto será del 90% al ser una nueva empresa que va a integrarse al mercado, por ende, se empieza con recursos para su producción a gran magnitud.

**Tabla 5-8:** Capital instalada frente a la demanda y oferta proyectada

| <b>Año</b> | <b>Demanda<br/>Proyectada</b> | <b>Oferta<br/>Proyectada</b> | <b>Demanda<br/>insatisfecha</b> | <b>90%</b> |
|------------|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------|------------|
| 2023       | 4472                          | 2153                         | 2320                            | 2088       |
| 2024       | 4558                          | 2194                         | 2364                            | 2128       |
| 2025       | 4646                          | 2236                         | 2410                            | 2169       |
| 2026       | 4735                          | 2279                         | 2456                            | 2210       |
| 2027       | 4826                          | 2323                         | 2503                            | 2253       |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

- **Capacidad de producción**

La puesta en marcha en cuestiones de producción del calzado masculino en el cantón Cevallos se requiere de una infraestructura, instalaciones, maquinaria, equipo, mano de obra que tenga el claro y adecuado conocimiento de todos los procesos que se debe seguir.

La dimensión de la empresa será con relación del 90% del mercado que se encuentra insatisfecho con el producto, con la información obtenida se deberá producir alrededor de 2088 pares de calzado masculino primordialmente el primer año de la puesta en marcha del proyecto, su funcionamiento será de lunes a sábado en el área de producción y en el área de comercialización será de lunes a domingo.

### 5.2.7. Precios

Dentro de los precios que posee la competencia se presenta, el precio de producir el calzado y la rentabilidad que se percibe de ello.

Por ello a continuación se presenta la tabla 5-9 en donde se observa la variabilidad de precios que brinda la competencia, por medio de la entrevista realizada a los productores de calzado masculino, mediante ello aporta en la fijación de precios por la competencia y la preferencia de precios que se obtuvo mediante la aplicación de la encuesta.

**Tabla 5-9:** Precios del calzado (competencia)

| <b>Empresa de calzado</b> | <b>Casual</b> | <b>Deportivo</b> | <b>Mocasín</b> | <b>Botín</b> | <b>Bota</b> |
|---------------------------|---------------|------------------|----------------|--------------|-------------|
| <b>Josmax</b>             | \$75,00       | \$38,00          | \$65,00        | \$70,00      | \$70,00     |
| <b>Torres y Torres</b>    | \$25,00       | -                | \$25,00        | -            | \$25,00     |
| <b>Martini</b>            | \$45,00       | -                | -              | \$50,00      | \$50,00     |

**Fuente:** Entrevista a productores de calzado

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

Los precios que brinda la competencia por pares de calzado en sus diferentes modelos permiten establecer el precio del calzado de la empresa “Dandro’s” para que pueda integrarse en el mercado, obteniendo un precio accesible y preferible por el consumidor.

- **Estrategias de marketing**

Mediante la aplicabilidad de dichas estrategias se puede dar a conocer el calzado masculino, al efectuar la planeación de adecuadas estrategias se puede cumplir con los objetivos y aspiraciones que posee la empresa.

**Objetivos del plan de marketing.**

- Crear página web en donde se presente el catálogo del calzado que brinda la empresa.
- Realizar hojas y pancartas publicitarias.
- Constante actualización en las redes sociales sobre el calzado masculino que se está produciendo y comercializando en el cantón.

**5.2.8. Mix del mercado**

La empresa Dandro's aplicara el mix de mercado pues está será su estrategia de venta al centrarse en la satisfacción de las necesidades que busca en el calzado el cliente, para ello se parte del dinero de un logo para que así este pueda ser conocido y distinguido de las demás empresas, además de fijar en esta sección promociones que sea llamativas para el consumidor. Para ello se empleará las cuatro P (producto, precio, plaza, promoción), con el fin de establecer aspectos relevantes para integrarse en el mercado.

**5.2.8.1. Producto**

Dandro's es una empresa de calzado especializado en calzado de cuero masculino, en donde su particular línea es de tipo casual. Siempre recatando en cada etapa la calidad y durabilidad del mismo, con ello se ajusta a particulares requerimientos como lo era el hecho de tener cordones, suavidad, diseños a la moda o simples, entre otros. Cada proceso de elaboración del calzado se efectúa un control de calidad para así brindar el mejor producto al consumidor.

**5.2.8.2. Características del producto**

El proyecto se basa específicamente en presentar al mercado un producto de calidad, partiendo con el cumplimiento de los estándares de calidad como lo es la materia prima óptima y los demás materiales a emplearse en su elaboración, un minucioso control en la producción en cada área que el calzado pasa, y manteniéndose en el auge de la moda, brindando así la exclusividad y la comodidad al consumidor.

**Tabla 5-10:** Características de producto

| <b>Características del calzado</b>  |   |
|---|---|
| <b>Suela:</b> Parte del calzado que toca el suelo, en su fabricación se emplea cuero fuerte y materiales sintéticos.          |   |
| <b>Lengüeta:</b> Tira ancha de cuero, se encuentra por debajo de los cordones.  |   |
| <b>Forro:</b> Cubierta generalmente en material sintético suave, brinda comodidad al pie.                                     |   |
| <b>Contrafuerte:</b> Pieza en materia de cuero, brinda fuerza y consistencia en el talón brindando forma correcta al calzado. |   |
| <b>Entresuela:</b> Parte específica que une la suela con el corte del zapato.   |   |
| <b>Plantilla:</b> Pieza con que internamente se cubre la planta del calzado y sobre la que descansa la planta del pie.        |   |
| <p><b>Producto</b><br/>(Calzado casual de cuero)</p>  |  |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

- **Logotipo**



**Ilustración 5-2:** Logotipo Dandro's

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Dandro's hace referencia al propietario del mismo pues su nombre es Danny Alejandro Sulca, así ha sido plasmada su ideal en su marca personal, que infiere en sus colores los cuales son:

**Café:** Representa la sencillez y comodidad que pueden brindar consigo.

**Negro:** El color más predominante demuestra la confianza y fuerza con el cual se pretende establecerse con el consumidor.

- **Slogan**

**“Nuestra calidad y tu comodidad es lo primordial”**



**Ilustración 5-3:** Logotipo y Slogan Dandro's, 2022.

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

**Significado:** El slogan elegido hace referencia que como empresa se pretende brindar lo mejor a al cliente, siempre pasando el calzado por un minucioso chequeo de calidad, para así brindar mayor durabilidad, no sin antes constatar que el consumidor al usar el producto camine con comodidad para que su diaria labor sea aún mejor.

### 5.2.8.3. Precio

Los precios para la comercialización se basarán en todos los materiales que se emplean, por ello el precio se ha fijado conforme a los resultados obtenidos del estudio económico financiero pues están inversos todos los materiales que se utilizan en su fabricación como mano de obra directa e indirecta, además está en el rango de precios promedios que se puede observar en las tablas

anteriores en donde van desde 25,00 dólares a 75 dólares los cuales obtienen como mínimo el 35% de rentabilidad, entonces se fijará el precio conforme a dichos rangos, con el fin de que el consumidor adquiera el producto por un valor accesible, el producto se establece a un valor de 23,93 dólares con una rentabilidad del 35% para integrarse en el mercado según los estudios económico financieros utilizados obteniendo una rentabilidad similar a la competencia.

#### *5.2.8.4. Plaza*

La comercialización del calzado se efectuará en la parroquia Cevallos, específicamente en el Paseo Comercial Cevallos, pues al establecerse en la entrada principal del cantón, al mencionar al consumidor se ha logrado entender lo insatisfecho que se encuentra la población objeto de estudio.

Es por ello que al tener que comercializar directamente sin necesidad de intermediarios se deberá considerar aspectos como:

- Presentación del producto
- Empaque del producto mediante cajas o bolsas de plástico
- Precio accesible

#### *5.2.8.5. Promoción*

La promoción del producto se dará mediante los diferentes medios de comunicación y página web que contiene toda la información y variedad de productos que la empresa ofrece, además de estar en ferias, se analizará el integrarse a las asociaciones de calzado que existen en el cantón, mediante ello ser más reconocido por el apoyo que brinda el GADMCC a los negocios de calzado.

### 5.3. Estudio técnico

#### 5.3.1. Localización

En la localización en específico se considera dos aspectos importantes que, con la macro localización y la micro localización, en donde empieza desde una perspectiva regional hasta llegar a una ubicación exacta.

##### 5.3.1.1. Macro localización

La empresa de calzado masculino Dandro's estará localizada en el cantón Cevallos, que se encuentra aproximadamente a 15 km del sur del cantón Ambato, ubicándose en el centro sur de la provincia de Tungurahua y al sur del cantón Ambato, además limita con Ambato al norte, Tisaleo y Mocha al este, al sur con Mocha y Quero y al oeste con Pelileo.



**Ilustración 5-4:** Macro localización de la empresa.

**Fuente:** Google, 2022.

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

##### 5.3.1.2. Micro localización

Referente a la micro localización de la producción está ubicado en caserío: Santo Domingo de Cevallos, a 400m del área recreativa del caserío, además posee vías de acceso las cuales son: Vía a Cevallos a 200m del cementerio del caserío Santo Domingo y a 300m del Barrio la Unión.

La micro localización de la comercialización será en el paseo comercial Cevallos que se encuentra ubicado J9WM+Q42, y, Cevallos, frente de la Unidad Educativa “Pedro Fermín Cevallos”, local 004.



**Ilustración 5-5:** Micro localización (producción).

**Fuente:** Google Maps, 2022.

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 5-6:** Micro localización (comercialización).

**Fuente:** Google Maps, 2022.

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 5-7:** Micro localización (comercialización).

**Fuente:** Google Maps, 2022.

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

### **5.3.2. Ingeniería del proyecto**

En la ingeniería del proyecto se brindan las características que posee el calzado, conforme a lo necesario para efectuar la comercialización, considerando primordialmente la calidad y comodidad que se pretende brindar a los consumidores.

### 5.3.2.1. Flujograma

Proceso de producción (calzado masculino)

Inicio

- 1.- Adquisición de materia prima (cuero) e insumos
- 2.- Inspección (materia prima e insumos)
- 3.- Corte del cuero en piezas
- 4.- Destallado
- 5.- Aparado
- 6.- Inspección (aparado)
- 7.- Armado / líquidos
- 8.- Plantado
- 9.- Prensado
- 10.- Terminado
- 11.- Empacado
- 12.- Almacenado
- 13.- Transportación del producto terminado al almacén para comercialización

Fin

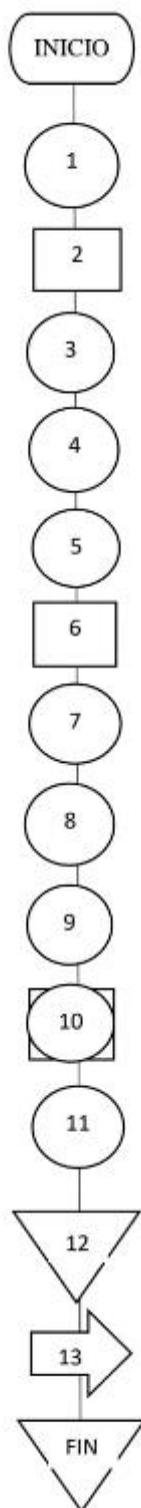
**Tabla 5-11:** Simbología empleada en el flujograma

| Símbolo   | Nombre                             | Descripción   |
|---|------------------------------------|---|
|  | Operación                          | Mediante el cual se representan la transformación de materiales.  |
|  | Inspección                         | Se comprueba las características mínimas de calidad.  |
|  | Transporte                         | Traslado de un sitio a otro los materiales en elaboración o producto terminado.                             |
|  | Almacenaje                         | Los materiales y productos terminados se mantienen en bodegas.  |
|  | Demoras                            | Los productos en proceso permanecen en tiempos cortos en un lugar, por necesidad del proceso de producción. |
|  | Operación-Inspección               | Control de las características de calidad, normalmente de los materiales y productos terminados.            |
|  | Líneas de conexión entre procesos. | Conectores de una actividad a otra.   |

Fuente: (Rodríguez, O, 2018)

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

## Reemplazo en flujograma



**Ilustración 5-8:**Flujograma para la producción de calzado

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

**Tabla 5-12:** Descripción de los procesos de producción de calzado

| Proceso   | Descripción  |
|---|--|
| Adquisición de materia prima (cuero) e insumos                          | Se receptan la materia prima (cuero) y los insumos necesarios para la producción.                      |
| Inspección (materia prima e insumos)                                    | Se efectúa una revisión de los materiales e insumos concatenado con la calidad y buen estado de estos. |
| Corte del cuero en piezas   | Corte por piezas del modelo que se pretende confeccionar.  |
| Destallado  | Se retira el exceso de piel en los bordes de las piezas para facilitar el aparado.                     |
| Aparado   | Las piezas se cosen unas con otras dependiendo el modelo.  |
| Inspección (aparado)  | Se revisa si dicho modelo está bien cocido o si posee alguna falla.                                    |
| Armado / líquidos   | Armado en una horma especial del calzado y aplicación de líquidos para adherencia de la suela.         |
| Plantado  | El molde armado se procede a unir tanto el corte y la suela.   |
| Prensado  | Después de 20 min se procede a dejar 2 min en la prensadora para sellar el plantado.                   |
| Terminado   | Se procede a retirar exceso de pegas, poner cordones, plantillas y corregir alguna falla.              |
| Empacado  | Poner el calzado terminado en una caja codificada dependiendo el color y modelo.                       |
| Almacenado  | Llevar a la bodega de almacenaje del producto terminado y empacado.                                    |
| Transportación del producto terminado al almacén para comercialización. | Listo para comercializar el calzado.   |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### 5.3.2.2. Equipo necesario

Son los equipos que se emplearan en la producción del calzado, los mismos se presentan a continuación:

**Tabla 5-13:** Maquinaria

| <b>Descripción Maquinaria</b> | <b>Cant.</b> |
|-------------------------------|--------------|
| <b>PEGADORA</b>               | 1            |
| <b>PULIDORA</b>               | 1            |
| <b>TROQUELADORA</b>           | 1            |
| <b>REPUJADORA</b>             | 1            |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

**Tabla 5-14:** Equipo de producción

| <b>Descripción Equipo</b>               | <b>Cant.</b> |
|---|--------------|
| <b>MOLDES DE CORTE L. SPORT (21-41)</b> | 24           |
| <b>JUEGOS DE HORMAS 2 CON 4 SERIES</b>  | 100          |
| <b>SELLOS</b>                           | 1            |
| <b>FISTOS</b>                           | 10           |
| <b>LEZNAS</b>                           | 1            |
| <b>SACA HORMAS</b>                      | 1            |
| <b>PINZA CALZADO</b>                    | 1            |
| <b>MATILLO</b>                          | 1            |
| <b>REMACHADORES</b>                     | 1            |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### **Muebles y enseres**

Son los muebles y enseres que deben ser imprescindibles de la empresa, son partes fundamentales para producir el calzado.

**Tabla 5-15:** Muebles y enseres.

| <b>Descripción Muebles y Enseres</b> | <b>Cant.</b> |
|--------------------------------------|--------------|
| <b>MESAS DE CORTE</b>                | 2            |
| <b>MESA DE FINIZAJE</b>              | 1            |
| <b>ESTANTERÍAS</b>                   | 4            |
| <b>TABURETES</b>                     | 5            |
| <b>TABLA PARA ENGRUDAR</b>           | 1            |
| <b>LÁMPARAS</b>                      | 3            |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### **Mano de obra**

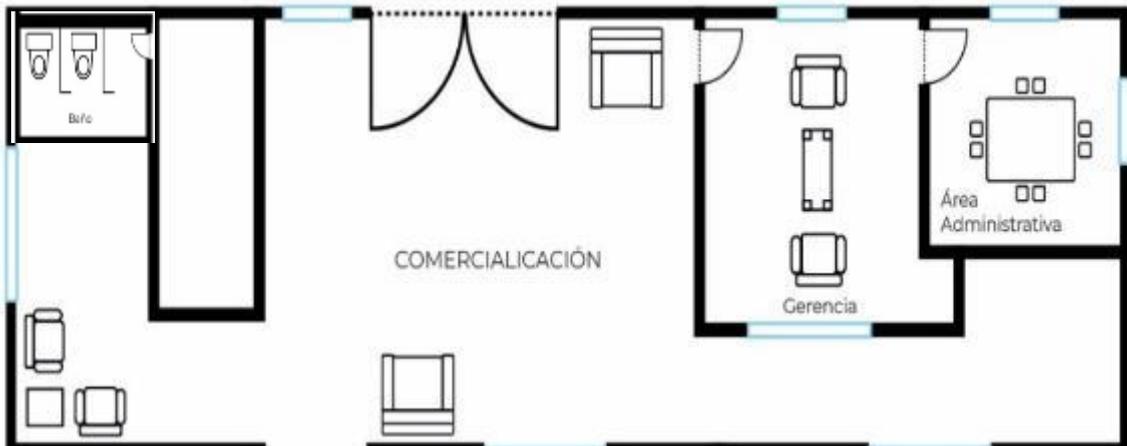
Es todo el personal necesario para la producción del calzado, es decir en cada área en donde estará distribuida la planta.

**Tabla 5-16:** Mano de obra necesaria para operar en la fabricación.

| <b>Descripción Mano de obra</b>  | <b>Cant.</b> |
|----------------------------------|--------------|
| <b>Diseñador</b>                 | 1            |
| <b>Producción</b>                | 2            |
| <b>Terminador</b>                | 1            |
| <b>Administrativo Financiero</b> | 1            |
| <b>Ventas</b>                    | 1            |

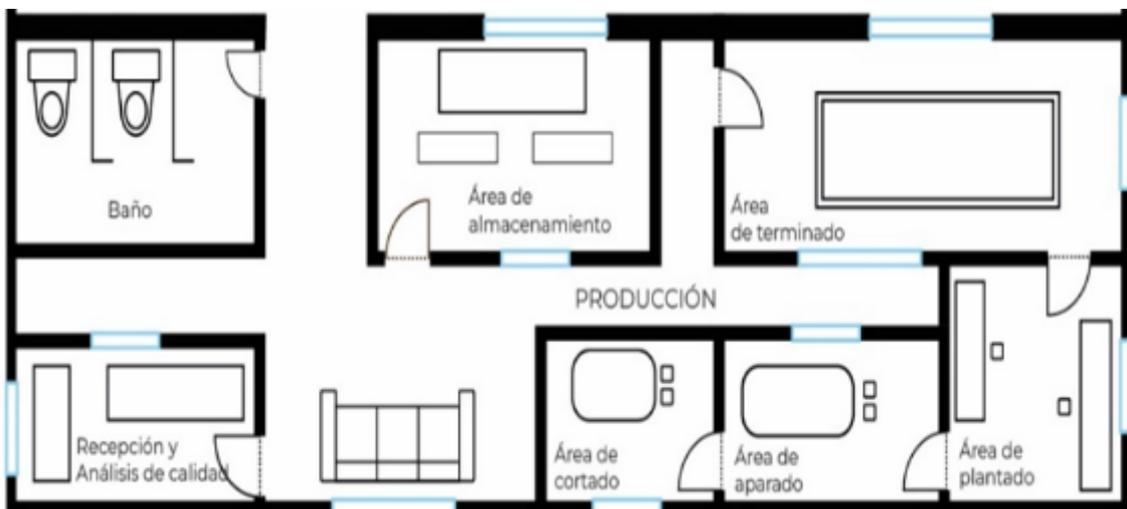
Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### 5.3.2.3. Infraestructura



**Ilustración 5-9:** Infraestructura del área de comercialización, “Dandro’s”.

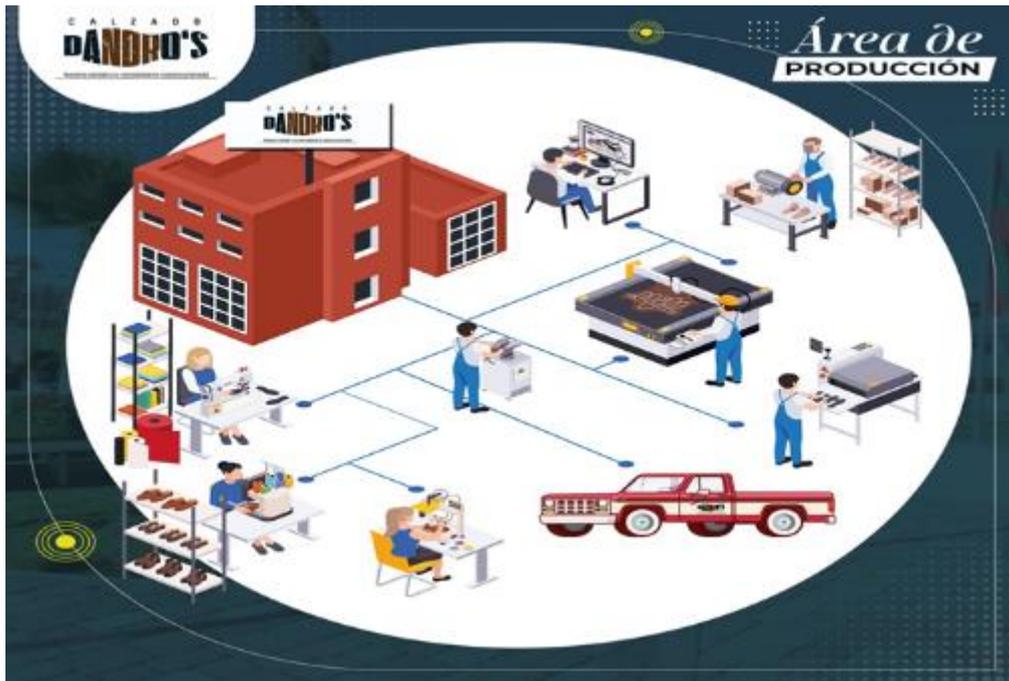
**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.



**Ilustración 5-10:** Infraestructura del área de producción, “Dandro’s”.

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

- **Sección A: Procesos de producción**



**Ilustración 5-11: Sección A**

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

- **Sección B: Procesos de comercialización**



**Ilustración 5-12: Sección B**

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### 5.3.3. Estudio legal

Las bases legales para la creación de la empresa se detallan a continuación:

La empresa será constituida con la denominación de empresa unipersonal de responsabilidad limitada, la cual está inversa según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresa Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 del 26 de enero de 2006 (Ley de compañías, 2006).

Permisos necesarios de manera obligatoria para la empresa:

**Tabla 5-17:** Permisos legales

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p><b>Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cevallos</b></p> | <p>Como menciona (GADMCC, 2013) la Constitución de la República del Ecuador en su Artículo 264 en concordancia con el Artículo 55 del COOTAD expresa que los Gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley: “Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial”.</p> | <p>"Art. 14.- Uso de Suelo Comercial.- Es el destinado a inmuebles de acceso público para el intercambio comercial. Son de uso comercial:<br/>Son de uso de comercio zonal: mercados, centros comerciales, almacenes, distribución de comestibles, funerarias, salas de velación.</p> |
| <p><b>Servicio de Rentas Internas</b></p>                                     | <p>“El servicio de rentas internas es una institución la cual ha manejado de manera adecuada las obligaciones tributarias, el SRI tiene la responsabilidad de recaudar los tributos establecidos por la ley del régimen tributario. (SRI, 2021)</p>  | <p>el objetivo del Servicio de Rentas Internas es gestionar la política tributaria y el cumplimiento adecuado de las obligaciones tributarias, también trata de fortalecer una cultura tributaria que sea transparente hacia la sociedad”. (SRI, 2021)</p>                            |
| <p><b>Registro Único de Contribuyentes</b></p>                                | <p>Trámite habilitado por el Servicio de Rentas Internas (SRI, 2022) que permite a las personas naturales realizar la inscripción en el Registro</p>   | <p>Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial:</p>   |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   | Único del Contribuyente (RUC), mediante la presentación de los requisitos correspondientes en las diferentes canales de atención habilitados al ciudadano a nivel nacional.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Cédula de identidad (Presentación)</li> <li>•Certificado de votación (Presentación)</li> <li>•Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente</li> <li>•Calificación artesanal emitida por el organismo competente.</li> </ul>  |
| <b>Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)</b> | El IESS es una institución de gran importancia la cual se basa en principios de solidaridad, equidad y eficiencia, el cual brinda el cuidado adecuado a los afiliados en base a salud, conceder las pensiones adecuadas por vejez, invalidez, entre otros.               | “El Art. 73 de la ley de Seguridad Social manifiesta que el empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconversión, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor, y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días;...” (Ley de seguridad Social, 2020). |
| <b>Patente</b>  | La patente municipal refiere al permiso de manera obligatoria que se debe obtener para ejercer la actividad económica.   | <p>Los requisitos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•RUC.</li> <li>•Cédula.</li> <li>•Certificado de votación.</li> <li>• Formulario de declaración del impuesto de patentes.</li> <li>•Formulario para categorización.</li> </ul>  |
| <b>Permiso de los bomberos</b>                          | El cuerpo de Bomberos GADMCC menciona que los propietarios de los nuevos negocios, es necesario conocer que los permisos de funcionamiento por el cuerpo de bomberos son obligatorios conforme a lo establecido por la municipalidad del cantón. Al incumplimiento en la | <p>Requisitos a presentar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Solicitud de inspección de local.</li> <li>•Informe favorable de la inspección;</li> <li>•Copia del RUC; y,</li> <li>•Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados), (Si la actividad aplica).</li> </ul>   |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | <p>obtención de permiso de funcionamiento, se aplicará un recargo por mora, dictaminado por los respectivos consejos de administración y disciplina de los cuerpos de bomberos de la jurisdicción. (CUERPO DE BOMBEROS, 2022)</p>   | <p>•Presentar informe de compatibilidad de uso de suelo para los siguientes establecimientos: Centros de tolerancia, cantinas, bares, karaokes, discotecas, licorerías, distribuidoras de gas, bodegas de combustible, estaciones de servicios – gasolineras, asaderos, carpinterías, granjas agrícolas, fábricas en general, y otros establecimientos que se encuentren regulados en el PD y OT.</p> |
| <p><b>Registro Nacional de Emprendimiento</b></p> | <p>"El Registro Nacional de Emprendimiento (RNE) es un servicio orientado a fomentar el desarrollo de emprendimientos a nivel nacional, así como permite el acceso a beneficios establecidos en la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.</p> <p>Los beneficiarios son todos los emprendedores, sean estos: personas naturales o jurídicas con antigüedad menor a cinco años, a la fecha de entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, y que mantiene menos de 49 trabajadores y ventas menores a \$1.000.000,00 en sus empresas. "</p> | <p>Requisitos Obligatorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Copia simple de la Escritura de la empresa (solo personas jurídicas).</li> <li>•Certificado de cumplimiento de obligaciones patronales.</li> <li>•Certificado de cumplimiento tributario.</li> <li>•Nómina de empleados</li> </ul>  |

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### 5.3.4. Estudio Administrativo

Mediante el estudio administrativo se puede determinar aspectos relevantes conforme a la misión, visión y estructura organizacional de la empresa, pues al saber que departamento existe se puede proponer el manual de funciones a la mano de obra que interviene en el proyecto.

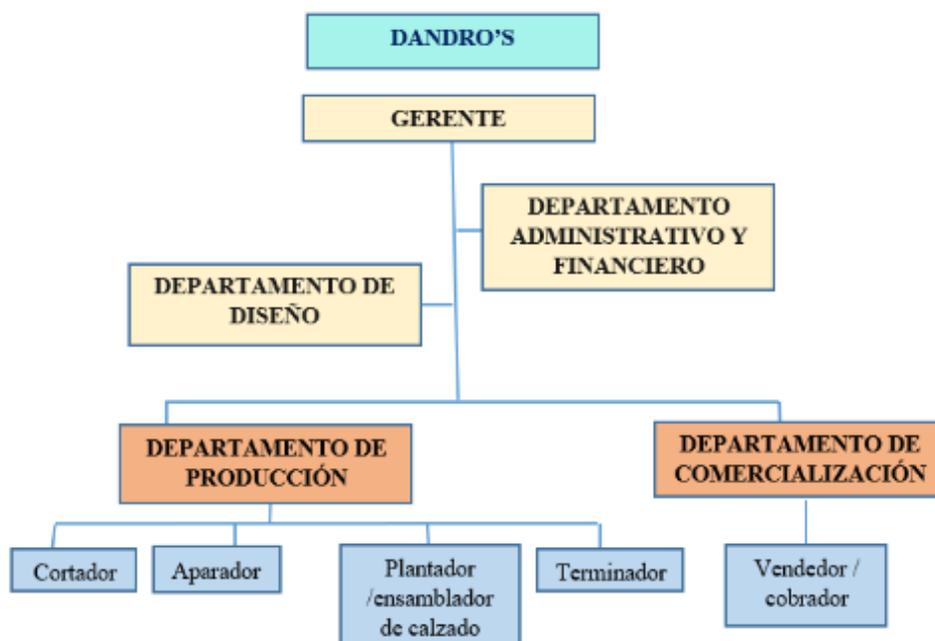
#### 5.3.4.1. Misión

DANDRO'S es una empresa Cevallence que produce y comercializa calzado masculino suave y durable, brindando la comodidad del consumidor con alta calidad en el producto, a un precio accesible, con su constante innovación y la utilización de la materia prima de primera, además del personal capacitado en cada área, garantizando así la calidad del producto.

#### 5.3.4.2. Visión

Ser el principal líder en producción y comercialización de calzado masculino 100% de cuero, en los distintos modelos; aportando en la satisfacción de los gustos y preferencias de sus clientes, apuntando a la mejor cadena de distribución a nivel nacional, posicionándonos en el mercado por la calidad, comodidad y durabilidad que se brinda en el producto.

#### 5.3.4.3. Organigrama estructural



**Ilustración 5-13:** Organigrama estructural de la empresa “Dandro’s”.

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

#### 5.3.4.4. Manual de funciones

De acuerdo a cada departamento posee una persona que esté encargado de ello, por ende, se deberá establecer un manual de funciones para cada cargo que posee la empresa de calzado.

**Tabla 5-18:** Manual de funciones gerente

|    |   |
|---|---|
| <b>Código:</b>  | 001   |
| <b>Nombre del puesto:</b>   | Gerente   |
| <b>Departamento</b>   | Gerencia  |
| <b>Naturaleza del puesto:</b>   | Planificar y supervisar las labores de las distintas áreas de la empresa, con el fin de cumplir con las metas establecidas. |
| <b>FUNCIONES</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar la adecuada aplicación de los controles internos y externos que permitan medir la eficiencia y economía de la administración.</li> <li>• Organizar y controlar la administración general.</li> <li>• Asumir la responsabilidad de cada área referente al cumplimiento de metas.</li> <li>• Dirigir y planificar conjunto con el área administrativa financiera los movimientos económicos de la empresa.</li> <li>• Aportar en la administración de los recursos de la empresa de manera transparente.</li> <li>• Aportar en el máximo y óptimo rendimiento de la empresa.</li> <li>• Participar presencial y virtualmente en cada actividad que sea de su competencia.</li> <li>• Establecer objetivos para la empresa a corto, mediano y largo plazo.</li> </ul> |   |
| <b>REQUISITOS</b>   |   |
| <p><b>Título profesional:</b> Licenciado en Finanzas.</p> <p><b>Experiencia:</b> 3 año.</p> <p><b>Cursos afines:</b> Finanzas empresariales.</p> <p><b>Cursos Complementarios:</b> Programa de desarrollo personal, gestión de recursos humanos.</p>  |   |
| <b>COMPETENCIAS</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Pensamiento crítico.</li> </ul>  |   |
| <b>SISTEMAS DE TRABAJO</b>  |   |
| <b>Horario:</b> 08:00am a 17:00pm de lunes a sábado   |   |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

**Tabla 5-19:** Manual de funciones administrativo

|   |  |
|---|--|
|    |  |
| <b>Código:</b>  | 002  |
| <b>Nombre del puesto:</b>   | Administrativo   |
| <b>Departamento</b>   | Administrativo financiero  |
| <b>Naturaleza del puesto:</b>   | Colocar y apoyar al gerente en la realización de las diversas operaciones económicas y financieras que percibe la empresa. |
| <b>FUNCIONES</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un control constante de la administración de la empresa.</li> <li>• Elaborar, registrar y constatar los libros contables.</li> <li>• Recibir y organizar los comprobantes de los gastos de cada área.</li> <li>• Archivar cada documento que se genere o reciba.</li> <li>• Realizar el reporte del depósito diario de ventas.</li> <li>• Elaborar el análisis de cada cuenta de la empresa.</li> <li>• Efectuar la constatación de las cuentas por pagar y cobrar.</li> </ul> |  |
| <b>REQUISITOS</b>   |  |
| <p><b>Título profesional:</b> Licenciado en Finanzas.</p> <p><b>Experiencia:</b> 1 año.</p> <p><b>Cursos afines:</b> Finanzas empresariales, Finanzas corporativas.</p> <p><b>Cursos Complementarios:</b> Programa de desarrollo personal, gestión de recursos humanos, Talento humano.</p>   |  |
| <b>COMPETENCIAS</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Pensamiento crítico.</li> </ul>  |  |
| <b>SISTEMAS DE TRABAJO</b>  |  |
| <b>Horario:</b> 08:00am a 17:00pm de lunes a sábado   |  |

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

**Tabla 5-20:** Manual de funciones diseñador

|   |  |
|---|--|
|    |  |
| <b>Código:</b>  | 003  |
| <b>Nombre del puesto:</b>   | Diseñador  |
| <b>Departamento</b>   | Diseño   |
| <b>Naturaleza del puesto:</b>   | Mantenerse en constante auge de la moda, diseñando moldes de colecciones conforme a los gustos y preferencia del consumidor. |
| <b>FUNCIONES</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovar constantemente.</li> <li>• Proponer diversas ideas de innovación.</li> <li>• Evaluar los distintos procesos para la conformación de los diferentes modelos.</li> <li>• Efectuar informes semanales de lo que realiza.</li> <li>• Realizar de forma permanente y adecuada la propuesta de colección.</li> <li>• Todas las actividades afines conforme el cargo asignado.</li> </ul> |  |
| <b>REQUISITOS</b>   |  |
| <p><b>Título profesional:</b> Ingeniero en Diseño gráfico, Tecnólogo en diseño gráfico, afines.<br/> <b>Experiencia:</b> 1 año.<br/> <b>Cursos afines:</b> Diseño de calzado, Diseño en materiales de cuero.<br/> <b>Cursos Complementarios:</b> Talento Humano,</p>  |  |
| <b>COMPETENCIAS</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Pensamiento crítico.</li> </ul>  |  |
| <b>SISTEMAS DE TRABAJO</b>  |  |
| <b>Horario:</b> 08:00am a 17:00pm de lunes a sábado   |  |

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

**Tabla 5-21:** Manual de funciones plantador

|  |   |
|--|---|
|   |   |
| <b>Código:</b>   | 004   |
| <b>Nombre del puesto:</b>  | Plantador   |
| <b>Departamento</b>  | Producción  |
| <b>Naturaleza del puesto:</b>  | Trabajo en coordinación con los aparadores, luego que ellos terminen su etapa será enviado el calzado a esta sección. |
| <b>FUNCIONES</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar líquidos para el plantado</li> <li>• Prender maquina (compresor)</li> <li>• Calentar adecuadamente el corte, conforme al tipo de material.</li> <li>• Efectuar la unión de piezas de acuerdo a la suela.</li> <li>• Rayar adecuadamente el corte.</li> <li>• Identificar el tipo de líquidos a emplear.</li> <li>• Todas las actividades afines conforme el cargo</li> </ul> |   |
| <b>REQUISITOS</b>  |   |
| <p><b>Título profesional:</b> Bachiller en calzado.</p> <p><b>Experiencia:</b> 1 año.</p>  |   |
| <b>COMPETENCIAS</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Pensamiento crítico.</li> </ul>   |   |
| <b>SISTEMAS DE TRABAJO</b>   |   |
| <b>Horario:</b> 08:00am a 17:00pm de lunes a sábado  |   |

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

**Tabla 5-22:** Manual de funciones terminador

|  |  |
|--|--|
|   |  |
| <b>Código:</b>   | 005  |
| <b>Nombre del puesto:</b>  | Terminador   |
| <b>Departamento</b>  | Producción   |
| <b>Naturaleza del puesto:</b>  | Verificar que no exista fallas en el calzado y dirigirlo a comercialización. |
| <b>FUNCIONES</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cortar y pegar las plantillas en el calzado terminado.</li> <li>• Clasificar el calzado de acuerdo a su numeración y modelo.</li> <li>• Armas cajas.</li> <li>• Realizar el empaquetado del calzado.</li> <li>• Dar brillo.</li> <li>• Limpiar y quemar hilos.</li> <li>• Todas las actividades afines conforme el cargo</li> </ul> |  |
| <b>REQUISITOS</b>  |  |
| <b>Título profesional:</b>   |  |
| <b>Experiencia:</b> 1 año.   |  |
| <b>COMPETENCIAS</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Pensamiento crítico.</li> </ul>   |  |
| <b>SISTEMAS DE TRABAJO</b>   |  |
| <b>Horario:</b> 08:00am a 17:00pm de lunes a sábado  |  |

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

**Tabla 5-23:** Manual de funciones vendedor

|  |   |
|--|---|
|   |   |
| <b>Código:</b>   | 006   |
| <b>Nombre del puesto:</b>  | Ventas  |
| <b>Departamento</b>  | Comercialización  |
| <b>Naturaleza del puesto:</b>  | Efectuar el primer contacto con todos los clientes, por medio las ventas, brindando ingresos para la empresa. |
| <b>FUNCIONES</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestar atención personalizada a clientes.</li> <li>• Constantemente formarse en técnicas de ventas.</li> <li>• Administrar eficientemente la cartera de clientes.</li> <li>• Efectuar la facturación electrónica adecuadamente.</li> <li>• Constatar entrega o recibimiento de pedidos.</li> <li>• Todas las actividades afines conforme el cargo</li> </ul> |   |
| <b>REQUISITOS</b>  |   |
| <p><b>Título profesional:</b> Licenciado en administración de empresas, bachiller.<br/> <b>Experiencia:</b> 1 año.</p>   |   |
| <b>COMPETENCIAS</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Pensamiento crítico.</li> </ul>   |   |
| <b>SISTEMAS DE TRABAJO</b>   |   |
| <b>Horario:</b> 08:00am a 17:00pm de lunes a sábado  |   |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

### 5.3.5. Estudio económico financiero

Mediante el presente estudio se podrá determinar si el proyecto es aceptable, se puede establecer la inversión que se necesitará para llevar a cabo dicha empresa, siendo el aporte directo para realizar la evaluación económica que requiere la empresa.

#### 5.3.5.1. Análisis de la inversión inicial

El plan de inversión inicial se basa en todos los costos y gastos que la empresa de calzado deberá asumir para poner en marcha el proyecto, a continuación, se muestra un detalle de los diferentes rubros.

**Tabla 5-24:** Inversión Inicial

| <b>Inversión maquinaria-equipo</b> | <b>Valor</b>    |
|------------------------------------|-----------------|
| MAQUINARIA                         | 3.561,60        |
| EQUIPO PRODUCCIÓN                  | 1.384,22        |
| MUEBLES Y ENSERES                  | 1.023,00        |
| EQUIPO CÓMPUTO                     | 1.114,40        |
| MOBILIARIO OFICINA                 | 732,64          |
| MATERIALES DE OFICINA              | 40,00           |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>7.855,86</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

La inversión que inicialmente requiere la empresa es de USD \$ 7.855,86 rubros que en las siguientes tablas se detallan para una mejor comprensión.

**Activo fijo:** se agrupan los recursos destinados a la compra de equipo y maquinaria, equipo de oficina, herramientas, muebles y enseres, con los cuales se desarrollan las actividades productivas

**Tabla 5-25:** Inversión en maquinaria

| <b>Descripción Maquinaria</b> | <b>Cant.</b> | <b>Costo<br/>Unt.</b> | <b>IVA 12%</b> | <b>Costo<br/>Total</b> |
|-------------------------------|--------------|-----------------------|----------------|------------------------|
| <b>PEGADORA</b>               | 1            | 800                   | 96,00          | 896,00                 |
| <b>PULIDORA</b>               | 1            | 930                   | 111,60         | 1.041,60               |
| <b>TROQUELADORA</b>           | 1            | 600                   | 72,00          | 672,00                 |

|                   |   |     |        |                 |
|-------------------|---|-----|--------|-----------------|
| <b>REPUJADORA</b> | 1 | 850 | 102,00 | 952,00          |
| <b>TOTAL</b>      |   |     |        | <b>3.561,60</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Se observa una inversión en maquinaria y equipo de USD \$ 3.561,60, para la elaboración del calzado. Por otra parte, se requiere adquirir muebles y enseres para el área de producción, los mismos que se detallan en la siguiente tabla.

**Tabla 5-26:** Inversión equipo producción

| <b>Descripción Equipo</b>               | <b>Cant.</b> | <b>Costo Unt.</b> | <b>IVA 12%</b> | <b>Costo Total</b> |
|---|--------------|-------------------|----------------|--------------------|
| <b>MOLDES DE CORTE L. SPORT (21-41)</b> | 24           | 4                 | 0,48           | 107,52             |
| <b>JUEGOS DE HORMAS 2 CON 4 SERIES</b>  | 100          | 5                 | 0,60           | 560,00             |
| <b>SELLOS</b>                           | 1            | 49                | 0,00           | 49,00              |
| <b>FISTOS</b>                           | 10           | 26                | 0,00           | 260,00             |
| <b>LEZNAS</b>                           | 1            | 22,8              | 2,74           | 25,54              |
| <b>SACA HORMAS</b>                      | 1            | 70                | 8,40           | 78,40              |
| <b>PINZA CALZADO</b>                    | 1            | 140               | 16,80          | 156,80             |
| <b>MATILLO</b>                          | 1            | 83                | 9,96           | 92,96              |
| <b>REMACHADORES</b>                     | 1            | 54                | 0,00           | 54,00              |
| <b>TOTAL</b>                            |              |                   |                | <b>1.384,22</b>    |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

La inversión que la empresa debe realizar en el equipo de producción se encuentra relacionada con la adquisición de herramientas menores pero necesarias para concluir el proceso de fabricación del calzado, la cual asciende a un valor de USD \$ 1.384,22.

**Tabla 5-27:** Inversión muebles y enseres

| <b>Descripción Muebles y Enseres</b> | <b>Cant.</b> | <b>Costo Unt.</b> | <b>Costo Total</b> |
|--------------------------------------|--------------|-------------------|--------------------|
| <b>MESAS DE CORTE</b>                | 2            | 115,00            | 230,00             |
| <b>MESA DE FINIZAJE</b>              | 1            | 130,00            | 130,00             |
| <b>ESTANTERÍAS</b>                   | 4            | 85,00             | 340,00             |
| <b>TABURETES</b>                     | 5            | 35,00             | 175,00             |
| <b>TABLA PARA ENGRUDAR</b>           | 1            | 22,00             | 22,00              |

|                 |   |       |                 |
|-----------------|---|-------|-----------------|
| <b>LÁMPARAS</b> | 3 | 42,00 | 126,00          |
| <b>TOTAL</b>    |   |       | <b>1.023,00</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

La adquisición de muebles y enseres asume un costo de USD \$ 1.023,00 distribuidos en varios productos requeridos para la elaboración del calzado, como se puede apreciar en a tabla 5-27.

**Tabla 5-28:** Inversión en equipo de cómputo

| Descripción <b>equipo de cómputo</b> | <b>Cant.</b> | <b>Costo<br/>Unt.</b> | <b>IVA 12%</b> | <b>Costo Total</b> |
|--------------------------------------|--------------|-----------------------|----------------|--------------------|
| <b>COMPUTADORA</b>                   | 1            | 670,00                | 80,40          | 750,40             |
| <b>IMPRESORA</b>                     | 1            | 325,00                | 39,00          | 364,00             |
| <b>TOTAL</b>                         |              |                       |                | <b>1.114,40</b>    |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022

En la parte administrativa se debe realizar una inversión de USD \$ 1.114,40 para que el área pueda ser funcional y desarrolle las actividades de la mejor manera, como parte del equipo de cómputo se registra un computador y una impresora.

**Tabla 5-29:** Inversión mobiliario de oficina

| Descripción <b>mobiliario oficina</b> | <b>Cant.</b> | <b>Costo<br/>Unt.</b> | <b>IVA 12%</b> | <b>Costo Total</b> |
|---------------------------------------|--------------|-----------------------|----------------|--------------------|
| <b>ESCRITORIO</b>                     | 1            | 210,00                | 25,20          | 235,20             |
| <b>SILLA GIRATORIA</b>                | 1            | 112,00                | 13,44          | 125,44             |
| <b>SILLAS</b>                         | 4            | 52,00                 | 0,00           | 156,00             |
| <b>ARCHIVADORES</b>                   | 2            | 108,00                | 0,00           | 216,00             |
| <b>TOTAL</b>                          |              |                       |                | <b>732,64</b>      |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Complementariamente, se debe adecuar el área administrativa con mobiliario, el valor que se debe invertir en la compra de un escritorio, una silla giratoria, cuatro sillas individuales para recibir a los futuros clientes y 2 archivadores en los cuales se organizará la información de los procesos realizados por la empresa la cantidad monetaria requerida es de USD \$ 732,64.

**Tabla 5-30:** Inversión materiales de oficina

| Descripciones útiles de oficina | Cant. | Costo Unt. | Costo Total  |
|---------------------------------|-------|------------|--------------|
| RESMA PAPEL                     | 5     | 3,80       | 19,00        |
| GRAPADORA                       | 1     | 4,50       | 4,50         |
| PERFORADORA                     | 1     | 3,60       | 3,60         |
| CARPETAS                        | 20    | 0,50       | 10,00        |
| ESFEROS                         | 6     | 0,35       | 2,10         |
| REGLA                           | 1     | 0,80       | 0,80         |
| <b>TOTAL</b>                    |       |            | <b>40,00</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Los materiales de oficina según la descripción de la tabla 5-30 agrupan los elementos de mayor uso en el área administrativa, el valor asumido para estos materiales es de USD \$ 40,00, distribuidos en papelería y otros objetos complementarios.

**Tabla 5-31:** Equivalente a efectivo

| Descripción                     | Valor           |
|---------------------------------|-----------------|
| <b>Equivalente a disponible</b> | <b>9.418,88</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Los inversionistas han reservado una cantidad en efectivo de \$ 9.418,88, para solventar imprevistos.

- **Costos**

Los costos se relacionan con todos los valores que se generan para alcanzar un proceso, servicio o producto. Dentro de esta descripción se mencionan los costos fijos y variables.

### Costos fijos para la producción de calzado

**Tabla 5-32:** Costos fijos

| Descripción        | Valor   |
|--------------------|---------|
| Arriendos          | 750,00  |
| Sueldos y salarios | 1624,44 |
| Depreciaciones     | 98,96   |

|              |                 |
|--------------|-----------------|
| <b>TOTAL</b> | <b>2.545,32</b> |
|--------------|-----------------|

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Los costos fijos son aquellos gastos que la empresa debe asumir para que se ejecuten las operaciones en otras áreas, llegándose a mencionar los arriendos, sueldo del personal administrativo y las depreciaciones de maquinaria, equipo de producción, equipo de cómputo y mobiliario de oficina, llegando a un valor de USD \$ 2.545,32 mensuales

### Costos variables para la producción de calzado

**Tabla 5-33:** Costos variables

| Descripción       | Valor         |
|-------------------|---------------|
| Energía eléctrica | 65,00         |
| Agua              | 15,00         |
| Teléfono          | 40,00         |
| <b>TOTAL</b>      | <b>120,00</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Los costos variables son aquellos que no se mantiene permanentemente en sus valores y varían de acuerdo a su funcionamiento, en la empresa se ha estimado estos costos en \$ 120,00 dólares mensuales por conceptos de Energía eléctrica, agua y teléfono.

### Costos diferidos

Estos valores representan los gastos anticipados que la empresa debe pagar para que sus actividades se desarrollen durante un periodo determinado, generalmente un año en el caso de los permisos y patente municipal. Los costos de constitución se encuentran sujetos al tiempo de duración de la empresa.

**Tabla 5-34:** Costos diferidos

| <b>Descripción</b>         | <b>Valor</b>  |
|----------------------------|---------------|
| Costos de Constitución     | 150,00        |
| Patente Municipal          | 120,00        |
| Permisos de funcionamiento | 144,00        |
| <b>Total</b>               | <b>414,00</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

En esta clasificación se han tomado los valores de los costos de constitución, la patente municipal y los permisos de funcionamiento, de los cuales se tiene que asumir un valor de \$ 414,00 al año.

### Depreciaciones

Se define a las depreciaciones como la pérdida de valor de un activo de propiedad de la empresa, debido al uso frecuente en las actividades para las cuales ha sido asignado, en la confección de calzado se utilizan diferentes maquinarias, equipo y mobiliario expuesto a la disminución de sus valor y vida útil, a continuación, se detalla el cálculo de depreciación en línea recta.

**Tabla 5-35:** Depreciación maquinaria

| <b>Depreciaciones<br/>maquinaria</b> | <b>Valor<br/>comercial</b> | <b>Valor de<br/>rescate</b> | <b>Valor a<br/>depreciar</b> | <b>5 años</b> | <b>Depreciación<br/>mensual</b> |
|--------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|------------------------------|---------------|---------------------------------|
| <b>PEGADORA</b>                      | 896,00                     | 89,6                        | 806,40                       | 161,28        | 13,44                           |
| <b>PULIDORA</b>                      | 1.041,60                   | 104,16                      | 937,44                       | 187,488       | 15,624                          |
| <b>TROQUELADORA</b>                  | 672,00                     | 67,2                        | 604,80                       | 120,96        | 10,08                           |
| <b>REPUJADORA</b>                    | 952,00                     | 95,2                        | 856,80                       | 171,36        | 14,28                           |
| <b>TOTAL</b>                         |                            |                             |                              |               | <b>53,42</b>                    |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Los valores que la empresa debe asumir mensualmente por concepto de depreciación de maquinaria llegan a \$ 53,42; como resultado de la pérdida de valor de las maquinas pegadora, pulidora, troqueladora y repujadora.

**Tabla 5-36:** Depreciación equipo de producción

| Depreciación equipo de producción | Valor comercial | Valor de rescate | Valor a depreciar | 3 años | Depreciación mensual |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|-------------------|--------|----------------------|
| <b>PINZA DE CALZADO</b>           | 140             | 16,8             | 156,8             | 52,27  | 4,36                 |
| <b>TOTAL</b>                      |                 |                  |                   |        | <b>4,36</b>          |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

El valor depreciado en el equipo de producción correspondiente a la pinza para calzado se estima en \$ 4,36 mensual.

**Tabla 5-37:** Depreciación muebles y enseres

| Depreciación Muebles y enseres | Valor comercial | Valor de rescate | Valor a depreciar | 3 años | Depreciación mensual |
|--------------------------------|-----------------|------------------|-------------------|--------|----------------------|
| <b>MESAS DE CORTE</b>          | 230,00          | 23               | 207,00            | 69     | 5,75                 |
| <b>MESA DE FINIZAJE</b>        | 130,00          | 13               | 117,00            | 39     | 3,25                 |
| <b>TOTAL</b>                   |                 |                  |                   |        | <b>9,00</b>          |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022

Los muebles y enseres sujetos a depreciación son dos mesas de corte y una mesa de finalizaje, que pierden su valor comercial en \$ 9,00 dólares mensuales.

**Tabla 5-38:** Depreciación equipo de cómputo

| Depreciación equipo de cómputo | Valor comercial | Valor de rescate | Valor a depreciar | 3 años% | Depreciación mensual |
|--------------------------------|-----------------|------------------|-------------------|---------|----------------------|
| <b>COMPUTADORA</b>             | 750,40          | 75,04            | 675,36            | 225,12  | 18,76                |
| <b>IMPRESORA</b>               | 364,00          | 36,4             | 327,60            | 109,2   | 9,10                 |
| <b>TOTAL</b>                   |                 |                  |                   |         | <b>27,86</b>         |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

En lo que respecta al equipo de cómputo, este se encuentra dentro del área administrativa – financiera de la empresa y está compuesto por un computador y una impresora, su valor de depreciación mensual es de \$ 27,86 dólares.

**Tabla 5-39:** Depreciación mobiliario de oficina

| Depreciación mobiliaria de oficina | Valor comercial | Valor de rescate | Valor a depreciar | 10 años | Depreciación mensual |
|------------------------------------|-----------------|------------------|-------------------|---------|----------------------|
| ESCRITORIO                         | 235,20          | 23,52            | 211,68            | 21,168  | 1,76                 |
| SILLA GIRATORIA                    | 125,44          | 12,544           | 112,90            | 11,2896 | 0,94                 |
| ARCHIVADORES                       | 216,00          | 21,6             | 194,40            | 19,44   | 1,62                 |
| <b>TOTAL</b>                       |                 |                  |                   |         | <b>4,32</b>          |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Finalmente, los valores correspondientes a la depreciación de mobiliario de oficina se registran en un valor de \$ 4,32 dólares mensuales, distribuidos entre un escritorio, una silla giratoria y dos archivadores.

### 5.3.6. Capital de trabajo

Representan aquellos valores diferentes a la inversión inicial, necesarios para poner en funcionamiento las operaciones en la empresa, dentro de esta clasificación se mencionan:

**Costos de producción:** Los costos de producción se determinan mediante todos aquellos costos que infieren como mano de obra directa, materia prima y costos indirectos de fabricación.

**Tabla 5-40:** Materia prima

| Descripción materia prima | Unid. Medida | Costo Unt.   |
|---------------------------|--------------|--------------|
| Cuero                     | pies         | 29,00        |
| Suela                     | pares        | 3,00         |
| Hilo (100m)               | rollo        | 7,00         |
| Cordón (100 pares.)       | caja         | 8,00         |
| Ojales (1000 unid)        | caja         | 7,00         |
| Forro (1000 cm)           | rollo        | 4,00         |
| Odena (plantilla)         | pares        | 0,80         |
| Cerco (1000 cm)           | cm           | 12,50        |
| Cerufa (1000 ml)          | litro        | 13,00        |
| <b>TOTAL</b>              |              | <b>84,30</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

En la materia prima se registran los importes necesarios para la fabricación del calzado, el cual presenta una cantidad de USD\$ 84,30 En la descripción se menciona como materia principal el cuero, producto que tiene un costo de \$ 29,00 dólares los 25 pies, de donde se pueden elaborar 10 pares de zapatos, la suela se adquiere por pares y tiene un costo de \$ 3,00; se emplea en la costura del calzado hilo industria el cual tiene un costo de \$ 7,00 dólares y contiene una extensión de 100 metros, la caja de ojales contiene 1000 unidades y un costo de \$ 7,00; la caja de cordones viene en presentación de 100 pares a un costo de \$ 8,00; la odena o platilla se la adquiere por pares con un valor de \$ 0.80 centavos, el cerco que se utiliza para cubrir los bordes del calzado viene en una presentación de rollo de 1000 cm y tiene un costo de \$ 12,50; finalmente la cerufa que es un pegamento especial para adherir la suela al cuero se adquiere por litros de 1000ml a un costo de \$ 13,00.

**Materiales indirectos:** Este tipo de materiales aun cuando no intervienen directamente en el proceso de fabricación, aportan en la presentación del producto. En la presente tabla se puede apreciar la descripción y valores de los mismos.

**Tabla 5-41:** Materiales indirectos

| <b>Descripción</b> | <b>materia</b> | <b>Unid. Medida</b> | <b>Valores</b> |
|--------------------|----------------|---------------------|----------------|
| <b>prima</b>       |                |                     |                |
| Cajas              |                | bultos x 100 und.   | 12,00          |
| Marcas             |                | Rollo x 500 und.    | 8,80           |
| Betun              |                | Tarro (50ml)        | 21,00          |
| Thinner            |                | Caneca (20 litros)  | 55,00          |
| Tachuelas          |                | Caja (200 unid)     | 1,50           |
| <b>TOTAL</b>       |                |                     | <b>98,30</b>   |

**Fuente:** Investigación técnica

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

La cantidad monetaria llega a USD \$ 98,30 en los que describe las cajas que se adquieren en bultos de 100 unidades; el betún que por lo general se utiliza en color neutro el cual es utilizado para dar brillo al calzado, el thinner que sirve para retirar los accesos de pegamento y las tachuelas que se emplean para fijar partes del cuerdo durante el proceso de fabricación, pero no se incluyen en la elaboración.

### 5.3.6.1. Cálculo Mano de Obra

**Tabla 5-42:** Mano de obra directa

| <b>Producción</b>                                      | <b>Cantidad</b> |
|--|-----------------|
| <b>Diseñador - cortador (\$ 14 dólares por docena)</b> | 1               |
| <b>Plantador (\$ 15 dólares por docena)</b>            | 1               |
| <b>Terminador (\$ 4 dólares por docena)</b>            | 1               |
| <b>Aparador (\$15 dólares por docena)</b>              | 1               |

**Fuente:** Investigación técnica

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

Para el proceso de producción de calzado se requiere contratar cuatro personas, una con conocimientos en diseño y corte de calzado, el valor que percibirá por sus servicios será de \$ 14,00 dólares por docena, una persona encargada del armado del calzado misma que recibirá \$ 15,00 dólares por docena, una persona quien se ocupará del terminado del calzado a la que se le cancela \$ 4,00 por docena de calzado terminado y otra persona quien estará asignada al manejo de la maquina también conocida como aparador a quien se le cancelará \$ 15,00 por docena.

**Tabla 5-43:** Mano de obra indirecta

| <b>Cargo</b>          | <b>Sueldo</b> | <b>Beneficios legales</b>     |                                |                             |                             |                   |                  |
|-----------------------|---------------|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------------|------------------|
|                       |               | <b>Aporte Patronal 11,15%</b> | <b>Fondos de reserva 8,33%</b> | <b>Décimo tercer sueldo</b> | <b>Décimo cuarto sueldo</b> | <b>Vacaciones</b> | <b>Total</b>     |
| <b>ADMINISTRACIÓN</b> |               |                               |                                |                             |                             |                   |                  |
| Administrador         | 6.000,00      | 669                           | 499,8                          | 500                         | 263,89                      | 250               | 8.182,69         |
| Vendedor              | 4200          | 468,3                         | 349,86                         | 350                         | 184,72                      | 175               | 5.727,88         |
| Servicios generales   | 3600          | 401,4                         | 299,88                         | 300                         | 158,33                      | 150               | 4.909,61         |
| <b>TOTAL</b>          |               |                               |                                |                             |                             |                   | <b>18.820,18</b> |

**Fuente:** Investigación técnica

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

En relación a la mano de obra indirecta se ha considera la contratación de tres personas: una persona para dirigir las actividades administrativas – financieras, quien tendrá un sueldo mensual de \$ 500,00 dólares más beneficios de ley como son décimos tercer y cuarto sueldos, vacaciones, aporte patronal y fondos de reserva por lo que los valores a cubrir durante el año son de \$ 8.182,69 dólares; una persona quien se desempeñará como vendedor mismo que percibirá mensualmente

\$ 350 más beneficios de ley que al año dan un valor de \$ 5.727,88 dólares y una persona asignada a servicios generales a la que se asignará un salario de \$ 300,00 dólares mensuales más lo determinado en la parte legal al ser un empleado con relación de dependencia, al año la empresa registrará un valor de \$ 4.909, 61 el valor totalizado por mano de obra indirecta llega a un valor de \$ 18.820,18 dólares.

Proyección en la confección de calzado según la demanda proyectada para 5 años.

En la siguiente tabla se presenta una proyección sobre la confección de calzado durante cinco años en diferentes cantidades:

**Tabla 5-44:** Proyección fabricación calzado a cinco años

| Descripción                  | 2023             | 2024             | 2025             | 2026             | 2027             |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Materiales directos</b>   |                  |                  |                  |                  |                  |
| Cuero                        | 5.187,52         | 5.445,90         | 5.717,57         | 6.001,91         | 6.300,78         |
| Suela                        | 13.416,00        | 14.084,22        | 14.786,82        | 15.522,19        | 16.295,12        |
| Hilo                         | 156,52           | 164,32           | 172,51           | 181,09           | 190,11           |
| Cordón                       | 357,76           | 375,58           | 394,32           | 413,92           | 434,54           |
| Ojales                       | 252,00           | 266,77           | 282,20           | 298,31           | 315,14           |
| Forro                        | 1.120,00         | 1.174,20         | 1.230,64         | 1.302,53         | 1.359,61         |
| Odena                        | 4.472,80         | 3.755,79         | 3.943,15         | 4.139,25         | 4.345,36         |
| Cerco                        | 287,50           | 296,13           | 318,27           | 327,82           | 351,72           |
| Cerufa                       | 585,00           | 615,94           | 648,21           | 681,86           | 716,95           |
|                              | <b>25.835,10</b> | <b>26.178,84</b> | <b>27.493,70</b> | <b>28.868,89</b> | <b>30.309,33</b> |
| <b>Materiales indirectos</b> |                  |                  |                  |                  |                  |
| Cajas                        | 540,00           | 568,56           | 598,35           | 616,30           | 661,80           |
| Marcas                       | 79,20            | 81,58            | 93,36            | 96,16            | 99,04            |
| Betun                        | 189,00           | 216,30           | 222,79           | 229,47           | 236,36           |
| Thinner                      | 55,00            | 56,65            | 58,35            | 60,10            | 61,90            |
| Tachuelas                    | 45,00            | 46,35            | 47,74            | 49,17            | 50,65            |
|                              | <b>908,20</b>    | <b>969,44</b>    | <b>1.020,59</b>  | <b>1.051,20</b>  | <b>1.109,75</b>  |
| <b>Mano de obra directa</b>  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Diseñador                    | 5.222,00         | 5.474,00         | 5.754,00         | 6.034,00         | 6.342,00         |
| Armador                      | 5.595,00         | 5.865,00         | 6.165,00         | 6.465,00         | 6.795,00         |
| Terminador                   | 1.492,00         | 1.564,00         | 1.644,00         | 1.724,00         | 1.812,00         |
| Aparador                     | 5.595,00         | 5.865,00         | 6.165,00         | 6.465,00         | 6.795,00         |

|                                    |                  |                  |                  |                  |                  |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                    | <b>17.904,00</b> | <b>18.768,00</b> | <b>19.728,00</b> | <b>20.688,00</b> | <b>21.744,00</b> |
| <b>Mano de obra indirecta</b>      |                  |                  |                  |                  |                  |
| Administrativo -                   |                  |                  |                  |                  |                  |
| financiero                         | 8.182,69         | 8.428,17         | 8.681,01         | 8.941,45         | 9.209,69         |
| Vendedor                           | 5.727,88         | 5.899,72         | 6.076,71         | 6.259,01         | 6.446,78         |
| Servicios generales                | 4.909,61         | 5.056,90         | 5.208,61         | 5.364,86         | 5.525,81         |
|                                    | <b>18.820,18</b> | <b>19.384,78</b> | <b>19.966,33</b> | <b>20.565,32</b> | <b>21.182,28</b> |
| <b>Costos Indirectos</b>           |                  |                  |                  |                  |                  |
| Arriendo                           | 9.000,00         | 9.270,00         | 9.548,10         | 9.834,54         | 10.129,58        |
| Depreciaciones                     | 4.948,69         | 4.948,69         | 4.948,69         | 3.464,93         | 3.464,93         |
| Servicios básicos                  | 1.440,00         | 1.483,20         | 1.527,70         | 1.573,53         | 1.620,73         |
|                                    | <b>15.388,69</b> | <b>15.701,89</b> | <b>16.024,48</b> | <b>14.873,00</b> | <b>15.215,24</b> |
| <b>Costos diferidos</b>            |                  |                  |                  |                  |                  |
| Constitución, permisos, patente    | 414,00           | 271,92           | 280,08           | 288,48           | 297,13           |
|                                    | <b>414,00</b>    | <b>271,92</b>    | <b>280,08</b>    | <b>288,48</b>    | <b>297,13</b>    |
|                                    |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>Total costo de producción</b>   | <b>79.270,17</b> | <b>81.274,87</b> | <b>84.513,18</b> | <b>86.334,89</b> | <b>89.857,73</b> |
|                                    |                  |                  |                  |                  |                  |
| Pares producidos                   | 4.472            | 4.696            | 4.930            | 5.177            | 5.436            |
| Precio de costo                    | 17,73            | 18,61            | 19,54            | 20,52            | 21,55            |
| <b>Utilidad esperada 35%</b>       | 6,20             | 6,51             | 6,84             | 7,18             | 7,54             |
| Precio de venta                    | 23,93            | 25,13            | 26,38            | 27,70            | 29,09            |
| <b>Utilidad Bruta</b>              | 107.014,73       | 114.526,34       | 122.574,34       | 131.168,52       | 140.373,87       |
| <b>Utilidad Neta</b>               | <b>27.744,56</b> | <b>33.251,47</b> | <b>38.061,16</b> | <b>44.833,63</b> | <b>50.516,13</b> |
| 5% para reserva                    | <b>1.387,23</b>  | <b>1.662,57</b>  | <b>1.903,06</b>  | <b>2.241,68</b>  | <b>2.525,81</b>  |
| <b>Ganancia antes de impuestos</b> | <b>26.357,33</b> | <b>31.588,89</b> | <b>36.158,10</b> | <b>42.591,95</b> | <b>47.990,33</b> |
| Impuesto a la Renta                | 6.589,33         | 7.897,22         | 9.039,53         | 10.647,99        | 11.997,58        |
| <b>Ganancia o pérdida</b>          | <b>19.768,00</b> | <b>23.691,67</b> | <b>27.118,58</b> | <b>31.943,96</b> | <b>35.992,74</b> |
|                                    |                  |                  |                  |                  |                  |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

La proyección se realizó considerando un incremento del 3% anual en materiales, directos, indirectos, mano de obra directa e indirecta y costos indirectos de fabricación, el cálculo de materia prima se lo realizó en base a las cantidades requeridas para cada par de zapatos:

- Cuero; se emplea 2,5 pies de material para cada par de zapatos, la inversión monetaria es de \$ 29,00 dólares, con una producción de 25 pares de calzado.
- Suela; esta se adquiere por pares a un costo de \$ 3,00
- Hilo, se adquiere por rollo de 100 metros a un costo de \$ 7,00 dólares y se fabrican 200 pares con un rollo.
- Cordones; cada caja contiene 100 pares a un costo de \$ 8,00 dólares, rinde para 50 pares de calzado
- Ojales; de igual manera la presentación viene en caja de 1000 unidades, a un costo de \$ 7,00, se emplean 16 unidades en par de calzado.
- Forro, se adquiere por rollos de 1000 cm, y se requiere 60 cm., por par de zapatos a un costo de \$ 4,00; se forran 16 pares de calzado por rollo.
- Odena; también se la conoce como plantilla, viene en presentación por pares con un costo de \$ 0,80.
- Cerco; se utiliza para cubrir los bordes del calzado, se adquiere por rollo de 1000cm, a un costo de \$ 12.50 y se emplea 0.60cm por cada par.
- Cerufa; es un pegamento especial que se adquiere por litros a un costo de \$ 13,000 un litro rinde para 50 pares

Los materiales indirectos, como caja, marcas, betún, thinner y las tachuelas son complementarios para sacar la producción a la venta, su proyección para el primer año en costo es de \$ 908,20 dólares, la cual se incrementa anualmente en un porcentaje del 3%.

La mano de obra directa se distribuye entre el diseñador, los armadores y el terminador a quienes se les cancela por docena (diseño y corte \$ 14,00; plantador \$ 15,00, terminador \$ 4,00 y aparador \$ 15,00 dólares) de acuerdo a la producción proyectada en el año 2023.

La mano de obra indirecta representa el sueldo del personal Administrativo-financiero con un costo anual de \$ 18.820,18 en el primer año, con una proyección del 3% anual.

Los costos indirectos, asocian valores correspondientes al pago de arriendos, depreciaciones y servicios básicos, en el primer caso se registró valores de \$ 9.000,00 anual procedentes del multiplicar (750 \*12). En las depreciaciones se hicieron constar los valores por concepto de

pérdida de valor de los activos de propiedad de la empresa, entre los que se encuentra la maquinaria, los equipos de producción, muebles y enseres, equipo de cómputo y el mobiliario de oficina por un valor de \$ 4.948,69 dólares anuales y por último los servicios básicos con un valor de \$ 1.440,00, que en su totalidad llega a una cantidad de \$ 15.388,69.

Dentro de los Costos diferidos se registraron valores de \$ 414,00 dólares anuales, en los que se encuentran los costos de constitución, los permisos de funcionamiento y la patente municipal, a partir del segundo año se hace constar los valores correspondientes a los permisos de funcionamiento y patente, en adelante la proyección se realizan en base a las dos cuentas mencionadas con un incremento del 3% anual

El costo total de producción ha considerado los valores mencionados llegando a representar un valor de \$ 79.270,17 en el primer año, 81.274,87 en el segundo año; para el tercer año \$ 84.513,18 dólares; el cuarto año registra un valor de \$ 86.334,89 y finalmente en el quinto año \$ 89.857,73. La utilidad esperado por los inversionistas es del 35% sobre el precio de costo del par de zapatos, la cual es de \$ 6.20 de incremento al valor de venta, para el resto de años estos valores son progresivos de acuerdo al incremento mencionado, es así que el precio de venta del calzado en el primer año será de \$ 23,93.

Los inversionistas han decidido que sobre las ganancias de la venta del calzado se reserve el 5%, por lo que los valores quedarían de la siguiente manera:

**Tabla 5-45:** Reserva legal

|                                    |                  |                  |                  |                  |                  |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Utilidad Neta</b>               | 27.744,56        | 33.251,47        | 38.061,16        | 44.833,63        | 50.516,13        |
| <b>5% para reserva</b>             | <b>1.387,23</b>  | <b>1.662,57</b>  | <b>1.903,06</b>  | <b>2.241,68</b>  | <b>2.525,81</b>  |
| <b>Ganancia antes de impuestos</b> | <b>26.357,33</b> | <b>31.588,89</b> | <b>36.158,10</b> | <b>42.591,95</b> | <b>47.990,33</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

La utilidad bruta se calculó tomando los valores de la utilidad bruta menos el costo de producción ( $\$ 107.014,73 - 79.270,17 = 27.744,56$ ) mientras que la utilidad neta se tomó de los valores provenientes de la venta del calzado por la cantidad producida (4472 pares de calzado) con el incremento del 35% ( $\$ 17,73 + 6,20$  del incremento = 23,93) descontado el 5% para Reserva Legal (1.387,23) lo que da una ganancia de antes de impuestos \$ 26.357,33.

### **5.3.7. Información Financiera**

El Estado de Situación Financiera identifica el uso de los recursos en los diferentes grupos de cuentas, con lo que se puede identificar cuáles son las cuentas que presentan una mayor concentración económica y sobre esta información diseñar estrategias para salvaguardar los recursos.

**Tabla 5-46:** Estado de situación financiera proyectado 5 años

| ACTIVOS                            | 2023   |           | 2024             |                  | 2025             |                  | 2026             |  | 2027 |  |
|------------------------------------|--------|-----------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|--|------|--|
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>            |        |           |                  |                  |                  |                  |                  |  |      |  |
| Efectivo y equivalente efectivo    |        |           | 9.418,88         | 9.889,82         | 10.384,32        | 10.903,53        | 11.448,71        |  |      |  |
| Inventarios                        |        |           | 26.743,30        | 27.148,28        | 28.514,29        | 29.920,09        | 31.419,08        |  |      |  |
| Materia prima                      |        | 25.835,10 | 26.178,84        | 27.493,70        | 28.868,89        | 30.309,33        |                  |  |      |  |
| Materia indirecta                  |        | 908,20    | 969,44           | 1.020,59         | 1.051,20         | 1.109,75         |                  |  |      |  |
| <b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>      |        |           | <b>36.162,18</b> | <b>37.038,10</b> | <b>38.898,60</b> | <b>40.823,62</b> | <b>42.867,79</b> |  |      |  |
| <b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>         |        |           |                  |                  |                  |                  |                  |  |      |  |
| Propiedad planta y equipo          |        | 7.815,26  | 7.815,26         | 7.815,26         | 7.815,26         | 7.815,26         | 7.815,26         |  |      |  |
| Depreciación acumulada             |        | 4.948,69  | 4.948,69         | 4.948,69         | 4.948,69         | 3.464,93         | 3.464,93         |  |      |  |
| Patente                            | 120,00 |           | 123,60           | 127,31           | 131,13           | 135,06           |                  |  |      |  |
| Otros activos intangibles          | 294,00 |           | 148,32           | 152,77           | 157,35           | 162,07           |                  |  |      |  |
| <b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b> |        |           | <b>3.280,57</b>  | <b>3.138,49</b>  | <b>3.146,65</b>  | <b>4.638,81</b>  | <b>4.647,46</b>  |  |      |  |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>               |        |           | <b>39.442,75</b> | <b>40.176,59</b> | <b>42.045,25</b> | <b>45.462,43</b> | <b>47.515,25</b> |  |      |  |

|                                  |  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |
|----------------------------------|--|-----------|------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|
|                                  |  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |
| <b>PASIVOS Y CAPITAL</b>         |  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |
| <b>PASIVOS CORRIENTES</b>        |  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |
| <b>Cuentas por pagar</b>         |  | 10.440,00 |                  | 10.753,20 |                  | 11.075,80 |                  | 11.408,07 |                  | 11.750,31 |                  |
| <b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>    |  |           | 10.440,00        |           | 10.753,20        |           | 11.075,80        |           | 11.408,07        |           | 11.750,31        |
|                                  |  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |
| <b>PASIVO NO CORRIENTE</b>       |  |           | 0,00             |           | 0,00             |           | 0,00             |           | 0,00             |           | 0,00             |
| <b>TOTAL PASIVOS</b>             |  |           | 10.440,00        |           | 10.753,20        |           | 11.075,80        |           | 11.408,07        |           | 11.750,31        |
|                                  |  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |           |                  |
| <b>PATRIMONIO CAPITAL</b>        |  |           | 10.440,00        |           | 10.753,20        |           | 11.075,80        |           | 11.408,07        |           | 11.750,31        |
| <b>Capital Social</b>            |  |           | 27.576,36        |           | 27.716,45        |           | 29.016,67        |           | 31.756,82        |           | 33.176,88        |
| <b>Reserva legal</b>             |  |           | 1.426,39         |           | 1.706,94         |           | 1.952,79         |           | 2.297,54         |           | 2.588,06         |
| <b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b> |  |           | <b>39.442,75</b> |           | <b>40.176,59</b> |           | <b>42.045,25</b> |           | <b>45.462,43</b> |           | <b>47.515,25</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

## Estado de Resultados

A través del Estado de Resultado se puede medir la rentabilidad alcanzado durante el periodo contable:

**Tabla 5-47:** Estado de Resultados proyectado 5 años

| <b>ESTADO DE RESULTADOS</b>    |             |                   |             |                   |             |                   |             |                   |             |                   |
|--------------------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|
|                                | <b>2023</b> |                   | <b>2024</b> |                   | <b>2025</b> |                   | <b>2026</b> |                   | <b>2027</b> |                   |
| Ventas                         |             | <b>107.014,73</b> |             | <b>114.526,34</b> |             | <b>122.574,34</b> |             | <b>131.168,52</b> |             | <b>140.373,87</b> |
| <b>Descuentos sobre ventas</b> |             | 0,00              |             | 0,00              |             | 0,00              |             | 0,00              |             | 0,00              |
| Ventas Netas                   |             | <b>107.014,73</b> |             | <b>114.526,34</b> |             | <b>122.574,34</b> |             | <b>131.168,52</b> |             | <b>140.373,87</b> |
| Costos de Producción y ventas  |             | <b>79.270,17</b>  |             | <b>81.274,87</b>  |             | <b>84.513,18</b>  |             |                   |             | <b>89.857,73</b>  |
| Costo de producción            | 26.743,30   |                   | 27.148,28   |                   | 28.514,29   |                   | 29.920,09   | 86.334,89         | 31.419,08   |                   |
| <b>Gastos</b>                  |             |                   |             |                   |             |                   |             |                   |             |                   |
| <b>Gastos Administrativos</b>  | 13.092,30   |                   | 13.485,07   |                   | 13.889,62   |                   | 14.306,31   |                   | 14.735,50   |                   |
| <b>Gastos Operativos</b>       | 17.904,00   |                   | 18.768,00   |                   | 19.728,00   |                   | 20.688,00   |                   | 21.744,00   |                   |
| <b>Gastos Ventas</b>           | 5.727,88    |                   | 5.899,72    |                   | 6.076,71    |                   | 6.259,01    |                   | 6.446,78    |                   |
| <b>Otros gastos</b>            | 15.802,69   |                   | 15.973,81   |                   | 16.304,56   |                   | 15.161,48   |                   | 15.512,37   |                   |
| <b>Ganancia Bruta</b>          |             | <b>27.744,56</b>  |             | <b>33.251,47</b>  |             | <b>38.061,16</b>  |             | <b>44.833,63</b>  |             | <b>50.516,13</b>  |
| <b>Reserva legal</b>           | 1.387,23    |                   | 1.662,57    |                   | 1.903,06    |                   | 2.241,68    |                   | 2.525,81    |                   |

|                                  |          |                  |          |                  |          |                  |           |                  |           |                  |
|----------------------------------|----------|------------------|----------|------------------|----------|------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|
| Ganancia antes de Impuestos      |          | 26.357,33        |          | 31.588,89        |          | 36.158,10        |           | 42.591,95        |           | 47.990,33        |
| <b>Impuesto a la Renta</b>       | 6.589,33 |                  | 7.897,22 |                  | 9.039,53 |                  | 10.647,99 |                  | 11.997,58 |                  |
| Ganancia o pérdida del ejercicio |          | <b>19.768,00</b> |          | <b>23.691,67</b> |          | <b>27.118,58</b> |           | <b>31.943,96</b> |           | <b>35.992,74</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

El Estado de Resultados presenta resultados favorables en relación a las ganancias generadas durante en el periodo económico. Lo que significa que la empresa puede incursionar en la actividad de confección de calzado por cuanto las ganancias son atractivas.

**Tabla 5-48:** Flujo de caja proyectado

| <b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>         |                  |                  |                  |                  |                  |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|   | <b>2023</b>      | <b>2024</b>      | <b>2025</b>      | <b>2026</b>      | <b>2027</b>      |
| <b>INGRESOS OPERACIONALES</b>           |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>Recuperación por ventas</b>          | 107.014,73       | 114.526,34       | 122.574,34       | 131.168,52       | 140.373,87       |
| <b>EGRESOS OPERACIONALES</b>            |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>Mano de Obra Directa</b>             | 17.904,00        | 18.768,00        | 19.728,00        | 20.688,00        | 21.744,00        |
| <b>Mano de Obra Indirecta</b>           | 13.092,30        | 13.485,07        | 13.889,62        | 14.306,31        | 14.735,50        |
| <b>Gasto de Ventas</b>                  | 5.727,88         | 5.899,72         | 6.076,71         | 6.259,01         | 6.446,78         |
| <b>Costos Indirectos de Fabricación</b> | 15.802,69        | 15.973,81        | 16.304,56        | 15.161,48        | 15.512,37        |
| <b>TOTAL EGRESOS OPERACIONALES</b>      | 52.526,87        | 54.126,59        | 55.998,89        | 56.414,80        | 58.438,65        |
| <b>FLUJO OPERACIONAL</b>                | 54.487,86        | 60.399,74        | 66.575,45        | 74.753,73        | 81.935,21        |
| <b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>         |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>Pago Impuestos</b>                   | 6.589,33         | 7.897,22         | 9.039,53         | 10.647,99        | 11.997,58        |
| <b>FLUJO NETO GENERADO</b>              | 47.898,53        | 52.502,52        | 57.535,92        | 64.105,74        | 69.937,63        |
| <b>Depreciaciones</b>                   | 4.948,69         | 4.948,69         | 4.948,69         | 3.464,93         | 3.464,93         |
| <b>SALDO FINAL DE CAJA</b>              | <b>42.949,84</b> | <b>47.553,83</b> | <b>52.587,23</b> | <b>60.640,81</b> | <b>66.472,70</b> |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Mediante el flujo de caja se demuestra que la empresa de calzado posee solvencia financiera, las entradas y salidas de dinero están siendo controladas de manera efectiva.

### 5.3.8. Valor actual neto VAN

El cálculo de este indicador financiero permitirá conocer si el proyecto es viable, la fórmula de cálculo es:

$$VAN = -1 + \frac{FN}{(1+i)} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \frac{FN}{(1+i)^4}$$

**Tabla 5-49:** Valor actual neto a 5 años

| AÑOS              | FLUJO DE EFECTIVO NETO |
|-------------------|------------------------|
| 2023              | 27.744,56              |
| 2024              | 33.251,47              |
| 2025              | 38.061,16              |
| 2026              | 44.833,63              |
| 2027              | 50.516,13              |
| VAN               | 64.017,14              |
|                   |                        |
| Inversión Inicial | 79.270,17              |
| Tasa de interés   | 10%                    |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

La inversión inicial se encuentra constituida por los costos generados para la fabricación del calzado que llega a un valor de \$ 79.270,17; para el cálculo del VAN se consideró una tasa del 10% debido a que esta es accesible en el mercado, el resultado obtenido se estableció en un valor de \$ 64.017,14 dólares lo que indica que el proyecto es factible.

### 5.3.9. Tasa interna de retorno TIR

Con el empleo de este indicador se determinará la rentabilidad del proyecto, la fórmula establecida es la siguiente:

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

**Tabla 5-50:** Tasa interna de retorno

| <b>AÑOS</b> | <b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b> |
|-------------|-------------------------------|
| <b>0</b>    | -79.270,17                    |
| <b>2023</b> | 27.744,56                     |
| <b>2024</b> | 33.251,47                     |
| <b>2025</b> | 38.061,16                     |
| <b>2026</b> | 44.833,63                     |
| <b>2027</b> | 50.516,13                     |
| <b>TIR</b>  | <b>35%</b>                    |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

La tasa interna de retorno alcanzó un porcentaje del 35% lo que indica la viabilidad del proyecto por cuanto está supera a la estimada del 10%.

#### **5.3.10. Relación costo / beneficio**

El cálculo del CV permitirá conocer el índice de rentabilidad del proyecto, para ello se empleará la siguiente fórmula

Costo/beneficios = Beneficios netos / costo de inversión

Con el análisis del costo beneficio se puede tomar decisiones importantes de continuar con el proyecto o buscar otras alternativas de inversión.

$$\text{Costo / beneficio} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

**Tabla 5-51:** Relación beneficio / costo

| Años        | INGRESOS   | GASTOS     | FLUJO DE EFECTIVO | TASA (1+i) | INGRESO ACTUALIZADOS | EGRESOS ACTUALIZADOS |
|-------------|------------|------------|-------------------|------------|----------------------|----------------------|
| 0           | 0,00       |            | -79.270,17        | 1          | 0                    | 79.270,17            |
| 1           | 107.014,73 | 79.270,17  | 27.744,56         | 0,91       | 97.383,40            | 25.247,55            |
| 2           | 114.526,34 | 81.274,87  | 33.251,47         | 0,83       | 95.056,86            | 27.598,72            |
| 3           | 122.574,34 | 84.513,18  | 38.061,16         | 0,75       | 91.930,75            | 28.545,87            |
| 4           | 131.168,52 | 86.334,89  | 44.833,63         | 0,68       | 89.194,60            | 30.486,87            |
| 5           | 140.373,87 | 89.857,73  | 50.516,13         | 0,62       | 87.031,80            | 31.320,00            |
|             | 615.657,79 | 421.250,83 | 194.406,95        |            | 460.597,40           | 222.469,18           |
|             |            |            |                   |            |                      |                      |
| <b>CV =</b> | 2,07       |            |                   |            |                      |                      |

Fuente: Investigación técnica

Realizado por: Sulca Evelin, 2022.

Los resultados obtenidos en el cálculo del costo beneficio indican que el proyecto de fabricación de calzado es rentable, lo que significa que por cada dólar la empresa tiene un excedente de \$2.07 dólares para cubrir sus operaciones.

### 5.3.11. Cálculo de ratios financieros

Margen de utilidad neta = Utilidad neta / Ventas

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{19.768,00}{107.014,73} \quad \mathbf{18,47\%}$$

El margen de utilidad neta obtenido por la empresa muestra que luego de haber asumidos los gastos producidos por el proceso de fabricación de calzado le queda un porcentaje del 18,47% de rentabilidad.

ROA = Utilidad neta / Activos totales

$$\text{ROA} = \frac{19.768,00}{39.442,75} \quad \mathbf{50,12}$$

Con este indicador financiero se está mostrando que la utilidad neta deja un porcentaje de ganancia del 50,12% sobre las ventas generadas en el periodo.

ROE = Utilidad neta / Patrimonio

$$\text{ROE} = \frac{19.768,00}{10.440,00} \mathbf{189,35}$$

La rentabilidad que la empresa presenta frente al patrimonio es alta, considerando que la empresa trabaja con capital propio y al momento no posee deudas el porcentaje alcanzado en este indicador es de 189,35%.

#### Periodo de recuperación de la Inversión (PRI)

$$PRI = \frac{I_0}{u}$$

**Tabla 5-52:** Periodo de recuperación de la Inversión PRI

| <b>Años</b> | <b>FLUJO DE EFECTIVO</b> | <b>ACUMULADO</b>        |
|-------------|--------------------------|-------------------------|
| 0           | -79.270,17               |                         |
| 1           | 27.744,56                | 27.744,56               |
| 2           | 33.251,47                | 60.996,03               |
| 3           | 38.061,16                | 99.057,19               |
| 4           | 44.833,63                | 143.890,82              |
| 5           | 50.516,13                | 194.406,95              |
|             |                          |                         |
|             | <b>2,62</b>              | <b>2 AÑOS Y 62 DÍAS</b> |

**Fuente:** Investigación técnica

**Realizado por:** Sulca Evelin, 2022.

La inversión realizada por la empresa de calzado se podrá recuperar en un tiempo de 2 años y 62 días lo que demuestra que la inversión genera rentabilidad.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. CONCLUSIONES**

El sustento teórico empleado en el desarrollo del estudio de factibilidad proviene de fuentes especializadas en el tema, lo que representa un aporte confiable de consulta para posteriores investigaciones.

Se aplicaron varios estudios como el de mercado, administrativo, técnico y legal con lo cual se llegó a determinar que el proyecto es factible y representa una buena inversión debido a los valores que se generan producto de la comercialización de calzado.

Se realizó un estudio económico financiero, en el cual se identificaron cada uno de los componentes que conforman el proceso de fabricación, llegándose a determinar los costos en los que se debe incurrir la empresa para presentar su producto, por lo que se comprobó que la fabricación de calzado es una actividad rentable, por lo tanto, el proyecto es factible.

#### **6.1. RECOMENDACIONES**

Se recomienda recabar información de fuentes confiables, esto garantiza el buen uso e interpretación de la misma, proporcionando una investigación con parámetros de alta calidad y un enfoque apropiado al tema.

Es conveniente realizar los estudios correspondientes para determinar, en qué medida el proyecto puede llegar a ser factible y de esta manera tomar decisiones oportunas para ejecutarlo o corregir las debilidades localizadas.

Lo recomendable es que el estudio económico financiero se encuentre acoplado a la realidad del proyecto, para que su ejecución proporcione los resultados deseados y los inversionistas no incurran en pérdidas económicas.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Andía , W. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Industria Data*, 14(2), 4. Obtenido de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>
2. Arevalo, W. (2021). *Análisis Económico del Cantón Cevallos del Sector Calzado de la Provincia de Tungurahua del Período 2017-2019*. (Trabajo de pregrado, Universidad Técnica de Ambato). Obtenido de: <http://www.chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32471/1/T4960e.pdf>
3. Asas, A. (2022). *Estudio de Factibilidad para la Creación de una Sucursal de la Empresa de Servicios Eurodiesel en la Ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza*. (Trabajo de Pregado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <http://www.dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/16815>
4. Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6 ed.). México: Mc Graw Hill.
5. Billin. (2019). *¿Qué es facor de actualización?* Billin. Obtenido de: <https://www.billin.net/glosario/definicion-factor-de-actualizacion/#:~:text=El%20Factor%20de%20Actualizaci%C3%B3n%20se,tiempo%20C%20debido%20a%20la%20inflaci%C3%B3n.>
6. Caballero, L. (2017). El camino del éxito de las encuestas y entrevistas. Obtenido de: <https://doi.org/> <https://doi.org/10.16925/greylit.2282>
7. Cajal, A. (2020). *Observación directa: características, tipos y ejemplo*. Lifeder. Obtenido de: <https://www.lifeder.com/observacion-directa/>
8. Cevallos, V. (2020, octubre). *Formulación y Evaluación de Proyectos. Texto Básico: Formulación y Evaluación de Proyectos*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
9. Cohen, N., & Gómez Rojas, G. (2019). *Metodología de la investigación*, Buenos Aires: Teseo.
10. Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
11. Cuerpo de Bomberos. (2022). *Requisitos para Permiso de Funcionamiento*. Obtenido de: <https://www.bomberosportoviejo.gob.ec/requisitos-para-aprobacion-de-local/>
12. Cvetkovic, V., Maquiña, J., Lama, J., & Correa, L. (2020). Estudios Transversales. *Revista de Productividad*, 9(1), 12-35 Obtenido de: <https://doi.org/10.25176/RFMH.v21i1.3069>
13. Diario El Comercio. (2019). *El cantón Cevallos, en Tungurahua, bulle con la fabricación de calzado*. El Comercio. Obtenido de:

- <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/cevallos-fabricacion-calzado-artesanal-economia.html>
14. Días, M. (2021). *El videoanálisis, evolución a las fichas de observación de clase*. Codimg. Obtenido de: <https://www.codimg.com/education/blog/es/fichas-observacion-clase>
  15. Dubs, R. (2002). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, III (2), 10-16.
  16. Echeverría, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*, 4(2), 24-32.
  17. El productor. (2018). *Ambato produce el 80% del calzado hecho en Ecuador*. El Productor el periódico de campo. Obtenido de: <https://elproductor.com/2018/07/ambato-produce-el-80-del-calzado-hecho-en-ecuador/>
  18. Esparza, J. (s.f.). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Obtenido de: <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/UnidadII-ACPSC-137.pdf>
  19. Fernández, S. (2010). *Los proyectos de inversión* 2a ed. Costa Rica: Alfa.
  20. Flores, J. (2018). *Microempresa*. Derecho Ecuador. Obtenido de: <https://derechoecuador.com/microempresa/#:~:text=Se%20define%20como%20micro%20empresa,concepto%20que%20conocemos%20como%20pymes.>
  21. Frenso, C. (2019). *Metodología de la investigación*. Obtenido de: <https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=5635734>
  22. GADMCC. (2013). *Segunda Reforma y Codificación de la Ordenanza que Regula el Desarrollo y Ordenamiento Territorial en el Cantón Cevallos*. Cevallos.
  23. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cevallos. (2014). *Información*. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cevallos. Obtenido de: <http://www.cevallos.gob.ec/index.php/9-ciudad#:~:text=A%20m%C3%A1s%20de%20la%20producci%C3%B3n,procesados%20de%20la%20actividades%20entre%20otros.>
  24. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cevallos. (2021). *Trámite y requisitos para obtener la Patente Municipal*. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cevallos. Obtenido de: <https://www.gobecforms.gobiernoelectronico.gob.ec/gadmcm/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal>
  25. Guzmán, F. (2002). El estudio financiero y la evaluación de proyectos. *UNA L(50)27*. Obtenido de: <https://doi.org/https://doi.org/10.15446/ing.investig.n50.21419>
  26. Heinrichs, W., Rodríguez, D., González, M., & Burin, D. (2018). *EL MERCADO Y LA COMERCIALIZACIÓN*. San José: Creative Commons.

27. Instituto Ecuatoriano de Normalización, (2021). *"Proyección de la población ecuatoriana por años, según cantones y provincias 2010-2020"*. Quito: INEC
28. Instituto Ecuatoriano de Normalización, (2017). Aporte del sector cuero y calzado a la economía ecuatoriana. Quito: INEC.
29. Instituto de Seguridad Social (2011) Ley de Seguridad Social. (2011). Ley de Seguridad Social. Quito: IESS.
30. Loayza, M. (2021). La Gestión financiera y su incidencia en los estados financieros de la empresa Euromilk S.A.C. (Trabajo de Pregrado. Universidad Peruana Las Américas, Lima, Perú)
31. Loor, D., & Pérez, J. (2018). Gestión estratégica de costos vista desde una perspectiva contable. *Polo del conocimiento*, III(23), 9-25. Obtenido de: <https://doi.org/10.23857/casedelpo.2018.3.mon.1.agosto.164-190>
32. López, J. (2020). *Empresa industrial*. Economipedia. Obtenido de: <https://www.economipedia.com/definiciones/empresa-industrial.html#:~:text=>
33. Maldonado, J. (2014). *Fundamentos de gestión de proyectos*. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-proyecto/>
34. Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión evaluación y formulación*. 1a ed. México: Mc Graw Hill.
35. Moreta, J. (2021). *Proyecto de Inversión para la Implementación de una Sucursal en el Cantón Cevallos de la Empresa Ing.Cars-Solution de la Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua*. (Trabajo de Pregrado. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/15243>
36. Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda. (2016). *Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones 2010-2020*. Obtenido de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
37. Muñoz, C. (2015). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México : Pearson .
38. Muñoz, J. (2022). *Tasa de descuento: definición, fórmula y aplicaciones*. Agicap. Obtenido de: <https://www.agicap.com/es/articulo/tasa-de-descuento-definicion-formula-aplicaciones/>
39. Núñez, E. (1997). *Guía para la preparación de proyectos de servicios públicos municipales*. México: Géminis.
40. Oliva, A. (2017). *Estudio de mercado*. Obtenido de: <https://www.es.slideshare.net/anyhieflloresllanco/estudio-de-mercado-76078323>
41. Pérez, J., & Merino, M. (2022). *Definición de proyecto factible*. Obtenido de: <https://www.definicion.de/proyecto-factible/>

42. Pulido, M. (2015). Métodos y técnicas de investigación científica. *Revista Métodos* 31(1), 27-39. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/310/31043005061.pdf>
43. Quiroa, M. (2019). *Mercado*. Obtenido de: <https://www.economipedia.com/definiciones/mercado.html>
44. Quiroa, M. (2020). *Estudio de factibilidad*. Obtenido de: <https://www.economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
45. Quiroa, M. (2020). *Producción*. Obtenido de: <https://www.economipedia.com/definiciones/produccion.html>
46. Reategui, M., & Hidalgo, R. (2021). *Contabilidad Gerencial enfoque teórico y práctico*. México: UNSM.
47. Red educativa. (2022). *Clases de proyectos*. *Revista educativa*, 4(2), 12-23. Obtenido de: <https://www.cursosonlineweb.com/proyectos.html>
48. Riquelme, M. (2022). *Empresa Industrial: Qué es, Funciones y Características*. Obtenido de: [https://www.webyempresas.com/empresa-industrial/#%C2%BFQue\\_son\\_empresas\\_industriales](https://www.webyempresas.com/empresa-industrial/#%C2%BFQue_son_empresas_industriales)
49. Rodrigues, N. (2021). *Guía básica de las proyecciones financiera*. Obtenido de: <https://www.hubspot.es/sales/proyecciones-financieras>
50. Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, 82(6), 114-128 Obtenido de: <https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
51. Rodríguez, O. (2018). *Análisis del proceso*. Obtenido de: <https://www.soloindustriales.com/analisis-del-proceso/>
52. Saffirio, M. (2017). *Análisis de Factibilidad*. Obtenido de: <https://www.msaffirio.com/2017/11/13/analisis-de-factibilidad-de-un-proyecto/>
53. Santamaría, D. (2020). *Creación de calzado ecológico en la empresa Walmer en la ciudad de Ambato*. (Trabajo de Pregrado. Universidad Técnica de Ambato). Obtenido de: <https://www.repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/30744>
54. Servicio de Rentas Internas (s.f.) Ley de Régimen Tributario Interno. *Art.41*. Ecuador. SRI
55. Servicio de Rentas Internas. (2022). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona natural (profesional)*. Obtenido de: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>
56. Solis, M., & Serna, N. (2018). *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de calzado para damas personalizado y a la medida*. (Trabajo de Pregrado. Universidad de Lima). Obtenido de: <https://www.handle.net/20.500.12724/6951>

57. Sumba, R., Toala, A., & García, H. (2022). Canales de comercialización en las ventas de la asociación. *RECIMUNDO*, 6(96), 128-139. Obtenido de: [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.92-108](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.92-108)
58. Tapia, A. (2021). *¿Qué es una guía de entrevista en una investigación?*. Obtenido de: <https://www.aleph.org.mx/que-es-una-guia-de-entrevista-en-una-investigacion>
59. Thompson, I. (2020). *Misión y Visión*. Obtenido de: <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>
60. Torres, F. (2020). *Calzado*. Obtenido de: <https://www.es.scribd.com/document/368870543/CALZADO>
61. Vigo, V., Vigil, S., Sánchez, M., & Medianero, D. (2018). *Manual de diseño de proyectos de Desarrollo Sostenible* 2a ed. Cajamarca: Publiser Comunicaciones.
62. Villavicencio, L. (2018). "El calzado ecuatoriano tiene que exportar para sobrevivir". Obtenido de: <https://www.modaes.com/back-stage/lilia-villavicencio-caltu-el-calzado-ecuatoriano-tiene-que-exportar-para-sobrevivir#:~:text=>
63. Viñán Villagrán, J., Puente Riofrio, M., Ávalos Reyes, J., & Córdova Prócel, J. (2018). *Proyectos de inversión: Un enfoque práctico*. Obtenido de: <http://www.cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccionpublicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoque%20pra%CC%81ctico.pdf>



## ANEXOS

### ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA FINANZAS  
ENCUESTA



**Tema:** "Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de calzado masculino en el cantón Cevallos, provincia de Tungurahua, año 2022."

**Objetivo:** Conocer y analizar información que aporte en el Trabajo de Integración Curricular conforme a la creación de una empresa de calzado masculino "DANDRO'S" en el cantón Cevallos, Provincia de Tungurahua.

**Género:** \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_ Otro

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Correo:** \_\_\_\_\_

Por favor seleccione la respuesta que más se ajuste a sus preferencias.

1. ¿Cuál es el tipo de calzado de su preferencia?

- a. Casual
- b. Mocasin
- c. Bota
- d. Botín
- e. Deportivo (Zapatilla)

2. Seleccione el rango de talla de calzado que usted calza

- a. 33-34
- b. 35-37
- c. 38-40
- d. 41-43
- e. 44-45

3. ¿Cuál es el color de preferencia al momento de elegir su calzado?

- |                                 |                                     |
|---------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Negro  | <input type="checkbox"/> Café       |
| <input type="checkbox"/> Azul   | <input type="checkbox"/> Rojo       |
| <input type="checkbox"/> Marrón | <input type="checkbox"/> Conchevino |
| <input type="checkbox"/> Gris   | <input type="checkbox"/> Blanco     |
| <input type="checkbox"/> Crema  |                                     |

4. ¿Usted qué tipo de material prefiere en su calzado?

- a. Cuero
- b. Gamuza
- c. Sintético

5. Al momento de adquirir su calzado, a cuál de los siguientes atributos le presta mayor importancia:

- |                                  |                                       |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Calidad | <input type="checkbox"/> Exclusividad |
| <input type="checkbox"/> Precio  | <input type="checkbox"/> Comodidad    |

6. ¿Su preferencia de adquisición de calzado es?

- a. Nacional
- b. Extranjera

7. El calzado que normalmente adquiere en el mercado ¿se ajusta totalmente a sus



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA FINANZAS



requerimientos en cuanto a medida, color, diseño, entre otros?

- a. Extremadamente satisfecho
- b. Muy satisfecho
- c. Moderadamente satisfecho
- d. Poco satisfecho
- e. No satisfecho

Si su respuesta fue "no satisfecho" responda lo siguiente:

8. Conforme a sus requerimientos ¿qué es lo que usted busca al momento de adquirir su calzado para sentirse satisfecho?

- |                                       |  |  |
|---------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> Versatilidad | <input type="checkbox"/> Plantilla suave   | <input type="checkbox"/> Sin cordones          |
| <input type="checkbox"/> Comodidad    | <input type="checkbox"/> Suela alta        | <input type="checkbox"/> Con cierre            |
| <input type="checkbox"/> Flexibilidad | <input type="checkbox"/> Suela baja        | <input type="checkbox"/> Con varios combinados |
| <input type="checkbox"/> Moda         | <input type="checkbox"/> Suela con labrado | <input type="checkbox"/> Un solo color         |
| <input type="checkbox"/> Exclusividad | <input type="checkbox"/> Suela lisa        | <input type="checkbox"/> Diseño simple         |
| <input type="checkbox"/> Durabilidad  | <input type="checkbox"/> Impermeable       |  |
| <input type="checkbox"/> Firmeza      | <input type="checkbox"/> Con cordones      |  |

9. ¿Con que frecuencia suele comprar calzado?

- a. Menos de un mes
- b. De 1 a 4 meses
- c. De 4 a 6 meses
- d. 6 meses o más

10. Por favor indique el rango de precio que estaría dispuesto a pagar por el calzado

- a. \$20,00 a \$30,00
- b. \$35,00 a \$45,00
- c. Más de \$50,00

Reseña de la empresa

Dandro's es una empresa ubica en el cantón Cevallos, fabrica calzado masculino de cuero de tipo casual, siempre ajustándose a los gustos y preferencias del cliente

11. ¿Estaría dispuesto a comprar calzado masculino de cuero fabricado por la empresa "DANDRO'S"?

- a. Si
- b. No

*Gracias por su colaboración*

## ANEXO B: FORMATO DE ENTREVISTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA FINANZAS

### ENTREVISTA

Entrevista focalizada a los productores de calzado masculino del cantón Cevallos, provincia de Tungurahua.

**Empresa:**.....

**Objetivo:** Recolectar información que aporte en el Trabajo de Integración Curricular denominado "Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de calzado masculino en el cantón Cevallos, provincia de Tungurahua, año 2022."

#### **Estudio para levantar información**

1. ¿Qué tipo de calzado oferta en su empresa?
2. ¿En su empresa se fabrica calzado de cuero, gamuza o sintético?
3. ¿Posee calzado con variedad de modelos?
4. ¿Qué tipo de calzado es el que más se vende en su empresa?
5. ¿Cuál es el rango de precios del calzado que oferta ?
6. ¿Cuántos zapatos vende a la semanal, mensual o anual?
7. ¿Cuál es el margen de rentabilidad económica que percibe por esta actividad?
8. ¿Cuántas docenas de calzado produce diaria o semanalmente?
9. ¿Cuál es su capacidad mínima y máxima de venta?
10. ¿Cuánto es su capacidad de producción de calzado?
11. ¿Cómo se encuentra en la actualidad el sector del calzado?

*Gracias por su colaboración*

## ANEXO C: APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA





epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

Fecha de entrega: 04 / 12 / 2023

|  |
|--|
| <b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>                                     |
| <b>Nombres – Apellidos:</b> EVELIN FERNANDA SULCA MALIZA               |
| <b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>                                       |
| <b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS                            |
| <b>Carrera:</b> FINANZAS   |
| <b>Título a optar:</b> LICENCIADA EN FINANZAS                          |
| <b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Lcdo. Holger Ramos, MSc. |

1884-DBRA-UPT-2023

**ESPOCH - DBRAI**  
PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS  
BIBLIOGRÁFICO Y DOCUMENTAL  
 **23 NOV 2023**  
REVISIÓN DE RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA  
Por: Ramos Hora: 10:03