



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO  
COMERCIAL**

**TEMA**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADOS ARTESANALES PARA  
DAMAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”.**

**Tutor**

**MBA. Econ. Oscar Paúl Machado Álvarez**

**Autores**

**Díaz Quinteros Karla Josselyn  
Suárez Rodríguez Betsy Andrea**

**Guayaquil, 2016**

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>Ficha De Registro De Tesis</b>		
<b>Título:</b> “PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADOS ARTESANALES PARA DAMAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”.		
<b>Autores:</b> Díaz Quinteros Karla Josselyn Suárez Rodríguez Betsy Andrea	<b>Tutor:</b> MBA. Econ. Oscar Paúl Machado Álvarez	
	<b>REVISORES:</b>	
<b>Institución:</b> Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil	<b>Facultad:</b> Administración	
<b>Carrera:</b> Ingeniería Comercial		
<b>Fecha De Publicación:</b>	<b>No. De Págs.:</b> 70	
<b>Área Temática:</b> Plan de Negocio		
<b>Palabras Clave:</b> Plan de negocio, calzado artesanal, emprendedor.		
<b>RESUMEN:</b> El objetivo del siguiente proyecto de investigación es presentar un plan de negocio para la fabricación y comercialización de calzado artesanal exclusivamente para damas en la ciudad de Guayaquil, con el fin de cumplir las necesidades de los clientes con productos de calidad hasta lograr el reconocimiento y posicionamiento en el mercado. Para la producción del calzado se contratará mano de obra de artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, quienes fabricarán en diferentes procesos el calzado y el área de calidad garantizará la excelencia del producto que se lanzará al mercado. El Departamento administrativo será el encargado de llevar todos los sistemas contables de la microempresa, asimismo comercializará el producto a los clientes por medio de catálogos, ya que en un mercado tan competitivo se busca aprovechar el conocimiento, las habilidades, las destrezas y la experiencia para ofrecer un excelente producto emprendedor.		
<b>No. DE REGISTRO (En Base De Datos):</b>	<b>No. De Clasificación:</b>	
<b>DIRECCION URL (Tesis En La Web):</b>		
<b>Adjunto PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> MSC. DARWIN ORDOÑEZ ITURRALDE, DECANO	
	<b>Teléfono:</b> 2596500 EXT. 201 DECANATO	
	<b>E-mail:</b> dordonezy@ulvr.edu.ec	
	<b>Nombre:</b> MBA. ECON. OSCAR MACHADO ALVAREZ, DIRECTOR DE CARRERA	

<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Teléfono:</b> 2596500 EXT. 203	
	<b>E-mail:</b> omachadoa@ulvr.edu.ec	
<b>Contacto Con Autores:</b> Karla Díaz Quinteros Betsy Suárez Rodríguez	<b>Teléfono:</b> 0993543221 0968971866	<b>E-MAIL:</b> karlitadicky@hotmail.com betsyandrea07@hotmail.com

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

Las estudiantes egresadas: KARLA JOSSELYN DÍAZ QUINTEROS y BETSY ANDREA SUÁREZ RODRÍGUEZ, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar un Plan de Negocio para la fabricación y comercialización de calzado artesanal para damas en la ciudad de Guayaquil.

Autoras:

---

KARLA JOSSELYN DÍAZ QUINTEROS

C.I.: 0929386399

---

BETSY ANDREA SUÁREZ RODRÍGUEZ

C.I.: 0930125463

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADOS ARTESANALES PARA DAMAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

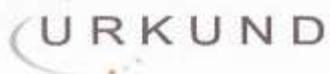
Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADOS ARTESANALES PARA DAMAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, presentado por los estudiantes KARLA JOSSELYN DÍAZ QUINTEROS y BETSY ANDREA SUÁREZ RODRÍGUEZ como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERO COMERCIAL, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

MBA. Econ. Oscar Paúl Machado Álvarez

C.I. 0916069818

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** SUAREZ - DIAZ.docx (D28962907)  
**Submitted:** 2017-05-31 04:32:00  
**Submitted By:** omachadoa@ulvr.edu.ec  
**Significance:** 4 %

### Sources included in the report:

David Yanez (portafolio).pdf (D15198804)  
<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/21097/1/ANEXOS%20SICC.xlsx>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/114/1/T-ULVR-0078.pdf>

### Instances where selected sources appear:

81

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a Dios, por guiarme en el camino correcto de la vida, por cada día iluminarme y bendecirme para seguir adelante y no decaer.

A mis padres Carlos y Dalila, a mi hermano Xavier por ser mi pilar fundamental, mi inspiración y mi mayor motivo de superación, por brindarme en todo momento su amor y confianza.

A mi familia por brindarme su apoyo incondicional, por darme el mejor ejemplo de constancia, humildad y unión.

A la Sra. Lucia Velásquez y al Ing. Giovanni Tapia por ser una guía a la hora de recopilar la información necesaria para la elaboración de este proyecto.

A mi compañera de tesis Betsy Suarez por su dedicación, conocimiento y esfuerzo requerido para cumplir nuestro objetivo.

A mis maestros por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios universitarios en especial a mi tutor MBA. Econ. Oscar Machado Álvarez, por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación.

Karla Díaz Quinteros

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por haberme dado la oportunidad y los medios para poderme preparar, por cuidar de mí, protegerme y ayudarme.

A mis padres por su amor y perseverancia por haber sido un ejemplo de personas trabajadoras, luchadoras que día a día me han apoyado a conseguir mis sueños.

A mi hijo, por ser mi motivación y fuerzas para seguir adelante y poder superarme.

A mi tutor de trabajo de titulación, Econ. OSCAR MACHADO ALVAREZ por sus enseñanzas, consejos y dedicación, a mis maestros por sus valiosos conocimientos y transmitirlos para prepararme en el camino del aprendizaje.

Betsy Suárez Rodríguez

## **DEDICATORIA**

A Dios, porque con su Divina Misericordia me dio la oportunidad de vivir, a la vez agradezco por cuidar y protegerme en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, darme sabiduría para llegar hasta donde he llegado y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante mi trayecto estudiantil.

A mi madre Dalila Quinteros Beltrán, por darme la vida, amarme como me ama, que tan solo una madre abnegada y amorosa lo hace, por creer en mí y por siempre brindarme su apoyo.

A mi padre Carlos Díaz Vera, por su amor incondicional, su esfuerzo y sus valiosos consejos los cuales me ayudan a ser mejor cada día.

A mí amado hermano Xavier Díaz Quinteros, por su comprensión, confianza y amor; más que un hermano, mi mejor amigo.

A mi abuelita, mi segunda mamá Rosalía Beltrán Barcos por ser mi inspiración, alegría en mi vida y por darme todo su cariño y amor.

Karla Díaz Quinteros

## **DEDICATORIA**

A mi familia por su apoyo incondicional y confianza, por darme esa fuerza cada día para poder seguir luchando por mis sueños.

A mis padres por sus oraciones y consejos, que me dan aliento y permiten superarme ante cualquier obstáculo.

A mi hijo la más grande bendición, motor que impulsa mi vida para alcanzar los propósitos en mi existencia.

Betsy Suárez Rodríguez

## INTRODUCCIÓN

El siguiente plan de negocios tiene como objetivo fundamental determinar las estrategias idóneas para la fabricación y comercialización de calzado artesanal para damas en la ciudad de Guayaquil.

Este proyecto de investigación está compuesto por cuatro capítulos: El capítulo I contiene el problema a investigar, el capítulo II se refiere al marco conceptual, marco teórico y marco legal, el capítulo III describe la metodología de la investigación y el capítulo IV muestra la propuesta final.

Problema a investigar, se detalla toda la información relacionada con el tema a investigar entre las cuales tenemos: el planteamiento del problema, formulación del problema, objetivos, justificación, delimitación e hipótesis de la investigación.

Marco conceptual, recopila una serie de conceptos organizados que serán de fácil comprensión al momento de sustentar el proyecto. Marco teórico, se basa en la selección de información referente a la fabricación del calzado artesanal, y otras teorías fundamentales correspondientes al plan de negocio, la cual permitirá encontrar mejores métodos para la creación de la microempresa. Marco legal, ayuda a conseguir los requisitos indispensables y reglas básicas que se debe efectuar para implementar una microempresa en la ciudad de Guayaquil, donde se incluirá los permisos necesarios y procedimientos para la obtención de los mismos.

Metodología de la investigación, se centra en realizar encuestas a damas en la zona norte de la ciudad de Guayaquil para obtener una idea clara de la demanda del producto, a su vez se podrá recopilar información que permita conocer la situación del mercado del calzado artesanal y así poder enfocar estos datos en la elaboración de diseños de calidad.

Propuesta final, se detalla la propuesta completa del plan de negocio que permitirá poner en marcha el funcionamiento de la nueva microempresa.

Además, se presentarán las conclusiones y recomendaciones, que de llevarse a cabo darán las pautas para el comienzo de una nueva microempresa.

## TABLA DE CONTENIDO

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA .....	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES .....	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	IV
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
AGRADECIMIENTO .....	VII
DEDICATORIA .....	VIII
DEDICATORIA .....	IX
INTRODUCCIÓN .....	X
TABLA DE CONTENIDO .....	XI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XV
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XVII
ÍNDICE DE ANEXOS .....	XIX
CAPÍTULO I EL PROBLEMA A INVESTIGAR .....	1
1.1. Tema .....	1
1.2. Planteamiento del problema .....	1
1.3. Formulación del problema .....	2
1.4. Sistematización del problema .....	2
1.5. Objetivos de la investigación .....	2
1.5.1. Objetivo General .....	2
1.5.2. Objetivos Específicos .....	2
1.6. Justificación de la investigación .....	3
1.7. Delimitación o alcance de la investigación .....	3
1.7.1. Delimitación espacial .....	3
1.7.2. Delimitación temporal .....	4
1.7.3. Delimitación del conocimiento .....	4
1.8. Idea a defender .....	4
CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL .....	5
2.1. Antecedentes .....	5
2.2. El calzado .....	6
2.2.1. Historia del Calzado .....	6
2.2.2. Calzado Masculino .....	7

2.2.3.	Calzado Femenino.....	7
2.2.3.1.	Clasificación del Calzado Femenino.....	7
2.2.4.	La comercialización de calzado en Ecuador.....	8
2.2.5.	Principales Compañías de Calzado en Ecuador.....	8
2.3.	Marco Teórico.....	8
2.3.1.	Plan de Negocio.....	8
2.3.2.	Estructura de un Plan de Negocio.....	9
2.3.2.1.	Resumen Ejecutivo.....	9
2.3.2.2.	Definición del Negocio.....	10
2.3.2.3.	Estudio de Mercado.....	10
2.3.2.4.	Estudio Técnico.....	10
2.3.2.5.	Organización del Negocio.....	10
2.3.2.6.	Estudio de la Inversión.....	11
2.3.2.7.	Estudio de los Ingresos y Egresos.....	11
2.3.2.8.	Evaluación del proyecto.....	11
2.3.2.9.	Plan de acción.....	11
2.3.3.	Plan de marketing.....	11
2.3.3.1.	Ventajas de la planeación de marketing.....	12
2.3.3.2.	Importancia del plan de marketing.....	12
2.3.3.3.	Fases y etapas en la elaboración de un plan de marketing.....	13
2.3.4.	Las 4 P del Marketing.....	13
2.3.4.1.	Producto.....	14
2.3.4.2.	Precio.....	14
2.3.4.3.	Plaza.....	14
2.3.4.4.	Promoción.....	14
2.4.	Marco Conceptual.....	14
2.4.1.	Comercialización.....	14
2.4.2.	Costo.....	15
2.4.3.	Producción.....	15
2.3.	Marco Legal.....	15
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		16
3.1.	Tipos de Investigación.....	16
3.1.1.	Descriptivo.....	16
3.2.	Enfoque de la Investigación.....	16
3.2.1.	Enfoque Cuantitativo.....	16

3.2.2.	Enfoque Cualitativo.....	17
3.2.3.	Enfoque Mixto.....	17
3.3.	Diseño y métodos de investigación .....	17
3.3.1.	Diseño de investigación.....	17
3.4.	Técnicas de investigación.....	17
3.4.1.	Fuentes Primarias .....	17
3.4.1.1.	Entrevista.....	17
3.4.1.2.	Observación.....	18
3.4.1.3.	Encuesta.....	18
3.4.2.	Fuentes Secundarias .....	18
3.5.	Población.....	18
3.6.	Muestra.....	18
3.6.1.	Tamaño de la muestra.....	19
3.7.	Objetivo de la Encuesta.....	19
3.8.	Análisis de resultados.....	20
3.9.	Análisis General .....	35
<b>CAPÍTULO IV PROPUESTA “PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADOS ARTESANALES PARA DAMAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” .....</b>		<b>36</b>
4.1.	Resumen Ejecutivo.....	36
4.2.	Definición del negocio .....	36
4.2.1.	Logo .....	37
4.2.2.	Misión.....	37
4.2.3.	Visión .....	37
4.2.4.	Objetivos .....	37
4.3.	Estudio de mercado .....	38
4.3.1.	Ventas proyectadas.....	38
4.3.2.	Producción proyectada .....	39
4.3.3.	Plan de Marketing .....	39
4.4.	Estudio técnico .....	40
4.4.1.	Plano del negocio .....	40
4.4.2.	Ubicación.....	42
4.5.	Organización del negocio.....	42
4.5.1.	Organigrama.....	43
4.5.2.	Perfiles ocupacionales .....	43

4.5.2.1.	Gerente General.....	43
4.5.2.2.	Asistente Administrativo Contable.....	44
4.5.2.3.	Jefe de Producción.....	44
4.5.2.4.	Jefe Comercial.....	45
4.5.2.5.	Cortador.....	45
4.5.2.6.	Aparador.....	45
4.5.2.7.	Armador.....	46
4.5.2.8.	Despachador.....	46
4.5.2.9.	Vendedor.....	47
4.6.	Estudio de la inversión.....	47
4.6.1.	Inversión Inicial.....	47
4.7.	Estudio de ingresos y egresos.....	49
4.7.1	Estado de Resultado.....	51
4.8	Evaluación del proyecto.....	52
4.8.1	Estado de Situación Inicial.....	52
4.8.2	Flujo de Caja.....	52
4.8.3	VAN y TIR.....	53
4.8.4	PRI.....	54
4.8.5	Punto de Equilibrio.....	54
4.8.6	Análisis de factibilidad y viabilidad económica.....	56
4.9	Plan de acción.....	57
4.9.1	Materiales Indirectos.....	57
4.9.2	Materiales Directos.....	58
4.9.3	Remuneraciones y Beneficios sociales.....	59
4.9.4	Costos de Producción.....	61
4.9.5	Procesos de elaboración del calzado.....	61
CONCLUSIONES.....		62
RECOMENDACIONES.....		64
BIBLIOGRAFÍA.....		65

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Pregunta 1.- ¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia?.....	20
Tabla 2: Pregunta 2.- ¿En qué tienda compra su calzado habitualmente? .....	21
Tabla 3: Pregunta 3.- Cuando compra un calzado ¿usted prefiere calzado nacional o importado? .	22
Tabla 4: Pregunta 4.- Al momento de comprar un calzado, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta? .....	23
Tabla 5: Pregunta 5.- Indique la forma de pago que usted acostumbra utilizar al momento de adquirir su calzado.....	24
Tabla 6: Pregunta 6.- ¿Qué tipo de calzado usted prefiere: industrial o artesanal?.....	25
Tabla 7: Pregunta 7.- ¿Usted estaría dispuesta a comprar un calzado que cumple con los estándares de calidad, de precio justo, cómodo y con amplia gama de variedad?.....	26
Tabla 8: Pregunta 8.- ¿De qué manera le gustaría adquirir su calzado?.....	27
Tabla 9: Pregunta 9.- ¿Le gustaría contar con una tienda donde usted tenga la opción de personalizar su calzado?.....	28
Tabla 10: Pregunta 10.- Al momento de adquirir un calzado, ¿qué colores son de su preferencia?29	
Tabla 11: Pregunta 11.- ¿De qué forma preferiría usted que sea la entrega de su calzado?.....	30
Tabla 12: Pregunta 12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal? (agrupado) ..	31
Tabla 13: Tabla cruzada 1 - ¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia? * ¿En qué tienda compra su calzado habitualmente?.....	32
Tabla 14: Tabla cruzada 2 - ¿Usted prefiere calzado nacional o importado? * Al momento de comprar un calzado, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta? .....	33
Tabla 15: Tabla cruzada 3 - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal? (agrupado)*Indique la forma de pago que usted acostumbra utilizar al momento de adquirir su calzado.....	34
Tabla 16: Proyección de ventas año 2016 .....	38
Tabla 17: Proyección de ventas años 2017, 2018, 2019, 2020.....	39
Tabla 18: Producción Proyectada.....	39
Tabla 19: Inversión Inicial.....	48
Tabla 20: Amortización de préstamo .....	48
Tabla 21: Proyección de demanda.....	49
Tabla 22: Ingresos 2016 .....	50
Tabla 23: Ingresos Proyectados.....	50
Tabla 24: Estado de Resultado proyectado .....	51
Tabla 25: Flujo de caja .....	53

Tabla 26: Periodo de Retorno de Inversión.....	54
Tabla 27: Punto de Equilibrio 2016.....	54
Tabla 28: Punto de Equilibrio 2017.....	55
Tabla 29: Punto de Equilibrio 2018.....	55
Tabla 30: Materiales Indirectos .....	58
Tabla 31: Materiales directos sandalias.....	58
Tabla 32: Materiales directos taco medio.....	59
Tabla 33: Materiales directos taco alto.....	59
Tabla 34: Remuneraciones y beneficios sociales 2016 .....	60
Tabla 35: Beneficios sociales proyectados.....	60
Tabla 36 Costo de producción proyectado .....	61
Tabla 37: Gastos de funcionamiento .....	80
Tabla 38: Gastos de constitución.....	80
Tabla 39: Gastos de publicidad .....	80
Tabla 40: Gastos de servicios básicos .....	81
Tabla 41: Gastos operacionales .....	81

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Calzado de la edad media .....	6
Figura 2. Las 4 P del Marketing .....	13
Figura 3. Pregunta 1.- ¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia? .....	20
Figura 4. Pregunta 2.- ¿En qué tienda compra su calzado habitualmente? .....	21
Figura 5. Pregunta 3.- Cuando compra un calzado ¿Usted prefiere calzado nacional o importado? .....	22
Figura 6. Pregunta 4.- Al momento de comprar un calzado, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta? .....	23
Figura 7. Pregunta 5.- Indique la forma de pago que usted acostumbra utilizar al momento de adquirir su calzado.....	24
Figura 8. Pregunta 6.- ¿Qué tipo de calzado usted prefiere: industrial o artesanal?.....	25
Figura 9. Pregunta 7.- ¿Usted estaría dispuesta a comprar un calzado que cumple con los estándares de calidad, de precio justo, cómodo y con amplia gama de variedad?.....	26
Figura 10. Pregunta 8.- ¿De qué manera le gustaría adquirir su calzado?.....	27
Figura 11. Pregunta 9.- ¿Le gustaría contar con una tienda donde usted tenga la opción de personalizar su calzado?.....	28
Figura 12. Pregunta 10.- Al momento de adquirir un calzado, ¿Qué colores son de su preferencia? .....	29
Figura 13. Pregunta 11.- ¿De qué forma preferiría usted que sea la entrega de su calzado? .....	30
Figura 14. Pregunta 12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal? .....	31
Figura 15. Tabla cruzada 1.- ¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia? .....	32
Figura 16. Tabla cruzada 2.- Cuando compra un calzado ¿Usted prefiere calzado nacional o importado?.....	33
Figura 17. Tabla cruzada 3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal? (agrupado) .....	34
Figura 18. Logo D'LU SHOES .....	37
Figura 19. Plano (planta baja) .....	40
Figura 20. Plano (planta alta) .....	41
Figura 21. Plano vista 3D.....	41
Figura 22. Vista satelital de ubicación .....	42
Figura 23. Vista del frente del local .....	42
Figura 24. Organigrama.....	43
Figura 25. Punto de Equilibrio 2016 .....	54
Figura 26. Punto de Equilibrio 2017 .....	55

Figura 27. Punto de Equilibrio 2018 .....	56
Figura 28. Producto final.....	61

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: FORMATO DE ENCUESTA .....	67
Anexo 2: MODELO DE CONTRATO INDEFINIDO .....	69
Anexo 3: REQUISITOS PARA OBTENER DOCUMENTOS DE INICIO DE NEGOCIO .....	72
Anexo 4: REQUISITOS PARA PRÉSTAMO BANCARIO .....	75
Anexo 5: ENTREVISTA.....	78
Anexo 6: GASTOS VARIOS.....	80
Anexo 7: DISEÑO DE CATÁLOGO .....	82
Anexo 8: GLOSARIO .....	84

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA A INVESTIGAR**

### **1.1. Tema**

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADOS ARTESANALES PARA DAMAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”.

### **1.2. Planteamiento del problema**

En la actualidad de cada 100 ecuatorianos, 33 de ellos son emprendedores según un informe realizado por el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en el año 2015, quienes tienen ideas innovadoras pero no poseen el conocimiento para estructurar una microempresa, se dedican a fabricar y comercializar sus productos de forma empírica, no logrando buenos resultados en cuanto a ventas, ya que no tienen definido cuál será su mercado meta, por falta de insumos, desconocimiento de proveedores, falta de capital y no utilizan estrategias de marketing. De acuerdo con la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), indican que entre el 50 a 75% de las microempresas fracasan en los primeros 3 años. Entre las razones de fracaso según informe por el GEM son: el negocio no es lucrativo, problemas de financiamiento, problemas personales, situación financiera del país.

La generación de emprendedores es trascendental para un país, debido a los beneficios que esto crea en el ámbito económico, tales como el incremento en la economía, la apertura de nuevas plazas de trabajo, aumento del PIB y acrecentamiento de inversiones.

Por esta razón se toma la iniciativa de ayudar a una emprendedora que elabora calzado artesanal para damas desde su casa; ya que no cuenta con los recursos necesarios para empezar con su microempresa. Entre las actividades que esta realiza se encuentra el diseño de modelos innovadores de calzado que son elaborados por unidad y en una sola talla para utilizarlo de muestra a sus clientes. Sus productos son entregados en consignación en los puestos de comerciantes en el mercado de Saucos IX, también realiza ventas por medio de fotos impresas en hojas tamaño A4 y encuadradas, según estos métodos confecciona el calzado bajo pedido y a la medida exacta del cliente, ya que antes del proceso final de su elaboración toma una prueba para saber si el comprador se siente cómodo y a gusto con su calzado. En la actualidad la emprendedora percibe ingresos mensuales promedio de \$800 en ventas con un 25% de ganancias.

Mediante la ejecución de un plan de negocio se pretende lograr incrementar el porcentaje de ganancias en las ventas, utilizando un plan de negocios y además se espera reducir el costo de materia prima realizando alianzas con proveedores claves. Contando con la experiencia en la elaboración del calzado de esta emprendedora en conjunto con el conocimiento adquirido, se logrará introducir el producto en el mercado de calzado para damas generando mayores ventas.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Qué herramienta se debe utilizar para convertir una iniciativa emprendedora en una microempresa?

### **1.4. Sistematización del problema**

¿Cuáles son los requisitos para crear una microempresa?

¿Cuál debe ser el mercado meta?

¿Qué estrategias se debe utilizar para comercializar el producto?

¿Cuánto se debe invertir para crear una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de calzado artesanal para damas en la ciudad de Guayaquil?

### **1.5. Objetivos de la investigación**

#### **1.5.1. Objetivo General**

Crear una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de calzado artesanal para damas en la ciudad de Guayaquil.

#### **1.5.2. Objetivos Específicos**

Con el plan de negocios planteado realizaremos lo siguiente:

- Determinar los requisitos importantes al momento de crear una microempresa
- Establecer el mercado meta.
- Definir estrategias claves de comercialización para el calzado de damas.
- Realizar un estudio de costo para definir la inversión necesaria.

## **1.6. Justificación de la investigación**

Se ha observado que la industria del calzado muestra un avance permanente y continuo en nuestro país, se evidencian oportunidades de negocios frente a las malas administraciones y a la salida del mercado de marcas reconocidas de calzado debido al aumento en los impuestos a las importaciones, a los desafíos que impone el futuro, principalmente ante la falta de visión y misión en todos los aspectos al momento de poner en marcha el funcionamiento de una nueva microempresa.

Muchas empresas a diario abren sus puertas en busca de nuevas oportunidades en el campo de la industria del calzado, pero también se muestra que muchas de ellas al poco tiempo comienzan procesos de liquidación a empleados, recorte de nóminas, desmejoras en los salarios y lo que es peor comienzan a disminuir la calidad de sus productos por compra de materia prima económica; siendo causas determinantes que los obligan a cerrar sus puertas, ofreciendo oportunidades a nuevas empresas.

Uno de los beneficios a nivel nacional es que el calzado que fabrica la persona emprendedora que se pretende ayudar con este plan de negocios son confeccionados con alta calidad de materia prima y manufacturados cuidando cada detalle, con diseños de las últimas tendencias de moda y lo más importante es que se fabrican a la medida y gusto del cliente con el propósito de que no exista competencia alguna en el mercado.

Mediante el plan de negocios se realizará una estructura organizacional estableciendo procesos para cada actividad en la elaboración del calzado, con esto se proyecta optimizar el tiempo y recursos de materia prima, manteniendo los altos estándares de calidad del producto.

## **1.7. Delimitación o alcance de la investigación**

### **1.7.1. Delimitación espacial**

País: Ecuador.

Región: Costa.

Ciudad: Guayaquil.

Sector: Norte

Parroquia: Tarqui

### **1.7.2. Delimitación temporal**

Tiempo de trabajo 6 a 18 meses, año 2016.

### **1.7.3. Delimitación del conocimiento**

Fomento y apoyo al desarrollo emprendedor y cambio de la matriz productiva

## **1.8. Idea a defender**

El diseño de estrategias y estimación de datos financieros confiables facilitarán la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de calzado artesanal.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1. Antecedentes**

Según Cubillo Villegas (2014), en su Trabajo de investigación titulado “Proyecto de inversión para la instalación de una fábrica de calzado en la ciudad de Guayaquil”, planteó como objetivo general: emprender una fábrica de calzado en la ciudad de Guayaquil, que brinde un producto de buena calidad y diseños exclusivos; concluyendo que “la falta de un estudio de mercado, es un gran inconveniente, debido a que no se invierte en una adecuada infraestructura, exclusivamente para la elaboración de calzado en la ciudad de Guayaquil”.

Según Alchundia Plua (2011), en su trabajo de investigación titulado “Proyecto de inversión creación de una empresa que fabrica y distribuye zapatillas para uso diario en la ciudad de Guayaquil” plantea como objetivo general: establecer una fábrica de zapatillas en la ciudad de Guayaquil, la cual brinda manufactura de alta calidad y diseños exclusivos y al final de su investigación llega a varias conclusiones de entre las cuales tenemos que: “Se llegó a la conclusión de que existen factores que pueden apuntalar al desarrollo de la empresa los cuales están constituidos como la ubicación geográfica, el buen servicio, buena relación con los clientes, calidad, precio, diversidad de diseños y originalidad en productos, maquinaria de punta, incentivos laborales, entre otras cosas que hacen que el negocio tome el rumbo que se requiere”.

Las autoras Mora Murillo & Suárez Caicedo (2014) hicieron la presentación del tema “Estrategias de Marketing para incrementar las ventas de una microempresa de calzado, caso Tonny Murillo de la ciudad de Guayaquil” cuyo objetivo general fue: elaborar y entregar un Plan de Marketing con un enfoque prospectivo que oriente al personal de la microempresa a incrementar el nivel de ventas, maximizando los ingresos de la microempresa Tonny Murillo y establecen como conclusión que “es importante la implementación de un local de venta directa del calzado por parte de la microempresa Tonny Murillo, con la finalidad de aprovechar el alto porcentaje de demanda. Mediante la oferta de calzado elaborado de manera artesanal, basado excelente calidad y en la utilización de materia prima de calidad”.

## 2.2. El calzado

### 2.2.1. Historia del Calzado

La historia del calzado inicia aproximadamente desde el año 10.000 a.C.; ya que al hombre de la prehistoria le era indispensable protegerse de los peligros del entorno y la temperatura; por esto pensó un método para cubrir sus pies del frío, calor, piedras, espinas, mordeduras de animales, etc. que le impedía caminar con tranquilidad.

El calzado más antiguo que se conoce son un par de sandalias egipcias elaboradas con paja trenzada. En la antigua sociedad egipcia, solo el faraón y los grandes dignatarios podían usar calzado. Otros ejemplares encontrados datan de la antigua Grecia, en donde solo los hombres libres podían utilizar zapatos. Por otro lado, en Roma, los esclavos andaban descalzos y los reos utilizaban unos pesados zapatos de madera.

En la edad media, los hombres y las mujeres usaban zapatos abiertos de cuero de animales que tenían forma similar a las zapatillas, los hombres también usaban botas altas y bajas amarradas adelante y en un lado; el material más corriente era la piel de vaca, pero las botas de superior calidad eran hechas de piel de cabra.



**Figura 1.** Calzado de la edad media  
**Fuente:** Imágenes de Google

A partir de la Edad Media, el mundo del calzado soportaría un cambio muy significativo. Los zapatos dejaron de tener un significado simbólico y empezarían a popularizarse debido a su estética. De esta manera, los zapatos comienzan a ser un elemento para destacar las virtudes o tapar los posibles defectos de los pies.

Gracias al avance de la industria de la manufactura en el siglo XIX surgen nuevos modelos y formas de confeccionar calzado. Aparecen las primeras máquinas de perforar, coser y cortar, y se obtiene la producción en serie.

La fabricación del calzado se venía ejecutando de manera artesanal desde los inicios históricos. En la época romana los procesos de producción de calzado eran artesanales, el transcurso de fabricación masiva apareció en la época de Revolución Industrial, la cual trajo consigo la numeración del calzado.

### **2.2.2. Calzado Masculino**

Se trata de calzado diseñado especialmente para el hombre, suelen ser uniformes en especial, respecto a la mayoría del calzado femenino, en donde las formas suelen variar mucho. Por lo general cubren la mayor parte del pie (excepto las zapatillas), y ser zapatos de tipo “cerrado”.

### **2.2.3. Calzado Femenino**

Se trata del calzado que está destinado para uso exclusivo de las mujeres, estos suelen variar más en cuanto a la forma respecto al calzado de los hombres, así como ser más coloridos y adornados. Pueden ser de diversos materiales, como tela, piel, sintéticos, etc. Los hay abiertos (que permiten que el pie este bien aireado, así como también permiten que los dedos queden libres), o cerrados (puntiagudos o de punta redonda). Pueden ser de tacón plano, medio, largo, o de plataforma, existiendo entre ellos de tacón muy largo y delgado “tacón de aguja”). Así mismo suelen ser más “ligeros” y delicados en su estructura y elaboración. (A., 2015)

#### **2.2.3.1. Clasificación del Calzado Femenino**

Existe una gran diversidad de zapatos diseñados especialmente para las mujeres, pueden ser clasificados en:

- **Tacón bajo:** Es un zapato inofensivo para los pies, debido a que su tacón no excede generalmente de 4 o 5 centímetros, permitiendo que la mujer pueda caminar cómodamente. Este tipo de calzado se utiliza mucho para ir a la oficina o hacer una caminata corta. (Perez, 2014)
- **Tacón medio:** El tacón puede llegar a alcanzar los 6 o 7 centímetros y dependiendo del diseño del zapato, pueden seguir siendo cómodos para caminar, todo dependerá de las condiciones de la persona que los utilice. (Perez, 2014)
- **Tacón alto:** El tacón excede los 8 centímetros de largo e implica dificultad para caminar largas distancias o incluso hacer tareas sencillas como bailar. Claro está, siempre influirá la forma en que se haya configurado los zapatos respecto al tacón y a la receptividad de

la dama. Generalmente los tacones altos se reservan para ocasiones especiales. (Perez, 2014)

#### **2.2.4. La comercialización de calzado en Ecuador**

La industria del calzado ecuatoriano muestra señales de crecimiento. Las exportaciones del sector ascienden a 38,9 millones de dólares en el año 2016 y sus destinos principales fueron Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos. (Macias, 2016)

El 50% de los zapatos que se venden en el Ecuador son nacionales. Por ello, queda claro que el 50% restante continúa siendo importado. Pese a esta situación, los industriales del sector han aumentado la fabricación de calzado en 40%. (www.hoy.com.ec, 2009)

Según cifras del sector, la producción nacional de calzado proviene de Tungurahua (50%), Guayas (18%), Pichincha (15%), Azuay (12%), entre otras.

#### **2.2.5. Principales Compañías de Calzado en Ecuador**

- ✓ Producalza
- ✓ Calzado Dacris
- ✓ De Píasar
- ✓ Calzado Estrada
- ✓ Shoes Alvarito
- ✓ Calzado Las Américas
- ✓ Payless
- ✓ Ponny Store
- ✓ Shoes Tatiana
- ✓ Písame
- ✓ Calzado Zulay

### **2.3. Marco Teórico**

#### **2.3.1. Plan de Negocio**

Flores, Plan de Negocio para Pequeñas Empresas (2012) Flores nos indica lo siguiente. Plan de negocio es la elaboración, evaluación y puesta en marcha de un proyecto de inversión. Los dos primeros conceptos se incluyen en la definición de proyecto de inversión. El cual se especifica como un documento escrito, que identifica una idea, que luego es plasmada en la

elaboración de un producto o la prestación de un servicio, enfocado a la satisfacción de necesidades del consumidor, permitiendo con ello, la obtención de los objetivos que se ha propuesto en el empresario. (P.28)

Por lo tanto, para las autoras, Plan de negocios es una serie de procedimientos que se utilizan para describir los diversos procesos en la ejecución de un proyecto o idea de negocio, es considerado como una representación de los pasos a seguir durante la elaboración, planeación y ejecución de una inversión.

### **2.3.2. Estructura de un Plan de Negocio**

Una estructura comúnmente utilizada en el desarrollo de un plan de negocios está compuesta por las siguientes partes:

- ✓ Resumen ejecutivo.
- ✓ Definición del negocio.
- ✓ Estudio de mercado.
- ✓ Estudio técnico.
- ✓ Organización del negocio.
- ✓ Estudio de la inversión.
- ✓ Estudio de los ingresos y egresos.
- ✓ Evaluación del proyecto.
- ✓ Plan de acción.

#### **2.3.2.1. Resumen Ejecutivo**

El resumen ejecutivo se utilizará para captar el interés de los potenciales inversores, por ello debe contener los aspectos más importantes del plan estratégico resumido de la manera más breve posible. Un resumen ejecutivo debe contener los siguientes puntos:

- Descripción del equipo directivo y de los promotores
- Idea de negocio
- Plan de implementación
- Inversión requerida
- Mercado objetivo
- Escenario competitivo
- Diferenciación respecto a la competencia
- Tamaño del mercado potencial

➤ Estado de desarrollo del negocio

El resumen ejecutivo es una breve interpretación de lo más importante del proyecto, va antes de la presentación y es lo primero o incluso algunas veces lo único que lee el receptor del proyecto. Se debe describir el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales. Con este resumen lo que se pretende es que capte por sí mismo la atención del inversor y motivarlo a aprender más acerca del proyecto.

**2.3.2.2. Definición del Negocio**

Describe una breve historia del negocio, debe comenzar con la misión de la empresa, una descripción en uno o dos enunciados del objetivo del negocio y principalmente el mercado meta, adicionalmente se detallan las razones que justifican la puesta en marcha del negocio y cuáles serán las estrategias claves de la microempresa.

**2.3.2.3. Estudio de Mercado**

En este punto se especifican los grupos de personas u organizaciones a los que la empresa dirigirá su programa de marketing. Luego se incluye un pronóstico de la demanda para los mercados objetivos que se deben considerar segmentos alternativos. En general se estudia la oferta y la demanda del producto que fabricará la empresa.

**2.3.2.4. Estudio Técnico**

El estudio técnico se refiere a los requerimientos físicos del negocio, así como el funcionamiento de éste.

La finalidad del estudio técnico es mostrar al lector cómo serán las operaciones diarias del negocio, y quien ha elaborado el plan de negocios, comprende y ha planificado bien dichas operaciones.

Por ello el estudio técnico debe facilitar suficiente información, pero sin ser demasiado exhaustivo al punto de llegar a hacerle perder interés al lector, o que éste no pueda entenderlo debido a su complejidad.

**2.3.2.5. Organización del Negocio**

La organización representa cómo estará organizado el negocio y cómo se relacionarán entre sí las diferentes áreas, departamentos o unidades orgánicas que lo conformarán.

El objetivo de la organización es exponer al lector cómo se dispondrán las áreas del negocio, y que éste se tratará de un negocio bien organizado que contará con una buena coordinación entre sus áreas.

#### **2.3.2.6. Estudio de la Inversión**

El estudio de la inversión y financiamiento señala la estructura de la inversión, y describe los aspectos relacionados con el financiamiento del proyecto.

El objetivo del estudio de la inversión y financiamiento es el de enfocar cuál será el capital requerido para poner en funcionamiento el negocio, en qué se usará dicho capital, y cómo se obtendrá.

#### **2.3.2.7. Estudio de los Ingresos y Egresos**

Dicho estudio señala los futuros ingresos y egresos del negocio para el periodo de tiempo en que está proyectado el plan de negocios.

El tiempo en que es proyectado un plan de negocios suele depender de los objetivos del mismo y del tipo de negocio que se va realizar.

El objetivo del estudio de los ingresos y egresos es mostrar las proyecciones de los ingresos y egresos que tendrá el negocio, así como la relación que se dará entre éstos.

#### **2.3.2.8. Evaluación del proyecto**

La evaluación del proyecto muestra el desarrollo de la estimación financiera realizada al proyecto.

El objetivo de la evaluación del proyecto es exponer que el proyecto es rentable, en cuánto tiempo se recuperará la inversión, y cuánto es lo que se espera obtener por ella.

#### **2.3.2.9. Plan de acción**

El plan de acción describe el cronograma de las principales actividades que se realizarán para la ejecución del proyecto o puesta en marcha del negocio.

Éste suele incluir, además de la descripción de dichas actividades, los responsables y encargados de cada una de éstas, las fechas en que se iniciarán, y los plazos que tendrán.

### **2.3.3. Plan de marketing**

Maldonado (2013) Explica en su libro el Plan de Marketing y sus ventajas:

Para Karin Hiebaum de Bauer, plan estratégico de marketing – concepto teórico y práctico (2004) “El plan de marketing es una herramienta de gestión por la que se determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar unos objetivos determinados”. (P.91)

### **2.3.3.1. Ventajas de la planeación de marketing**

Los autores Laura Fischer y Jorge Espejo, Existen al menos cuatro ventajas que resultan de la planeación.

- ✓ Se estimula el pensamiento sistemático de la gerencia de marketing.
- ✓ Orienta a la organización sobre los objetivos, políticas y estrategias que se deberán llevar a cabo.
- ✓ Evita que existan desarrollos sorpresivos dentro de las actividades de toda la empresa.
- ✓ Contribuye a que haya mayor participación de los ejecutivos, al interrelacionar sus responsabilidades conforme cambien los proyectos de la empresa y el escenario en que se desenvuelven.

### **2.3.3.2. Importancia del plan de marketing**

El plan de marketing plasma de forma organizada lo que pretendemos conseguir a nivel comercial, así como cuánto nos va costar en tiempo y recursos. Además, el plan de marketing tiene que establecer estrategias y tácticas que se van a seguir a lo largo de un tiempo predefinido.

El plan de marketing establece qué haremos, cómo, cuándo y quién se encargará. Para ello existe un esquema tradicional que acomete diferentes aspectos esenciales para disponer de un plan de marketing completo.

#### **Características**

- Es un documento escrito.
- Tiene un contenido sistematizado y estructurado.
- Define claramente los campos de responsabilidad y establece procedimientos de control.
- Detalla acciones específicas del marketing.
- Está dirigido a obtener objetivos específicos.
- Valido para un periodo de tiempo concreto.

### 2.3.3.3. Fases y etapas en la elaboración de un plan de marketing

#### 1. Diagnóstico de la Situación

- ✓ Análisis de la situación externa
- ✓ Análisis de la situación interna

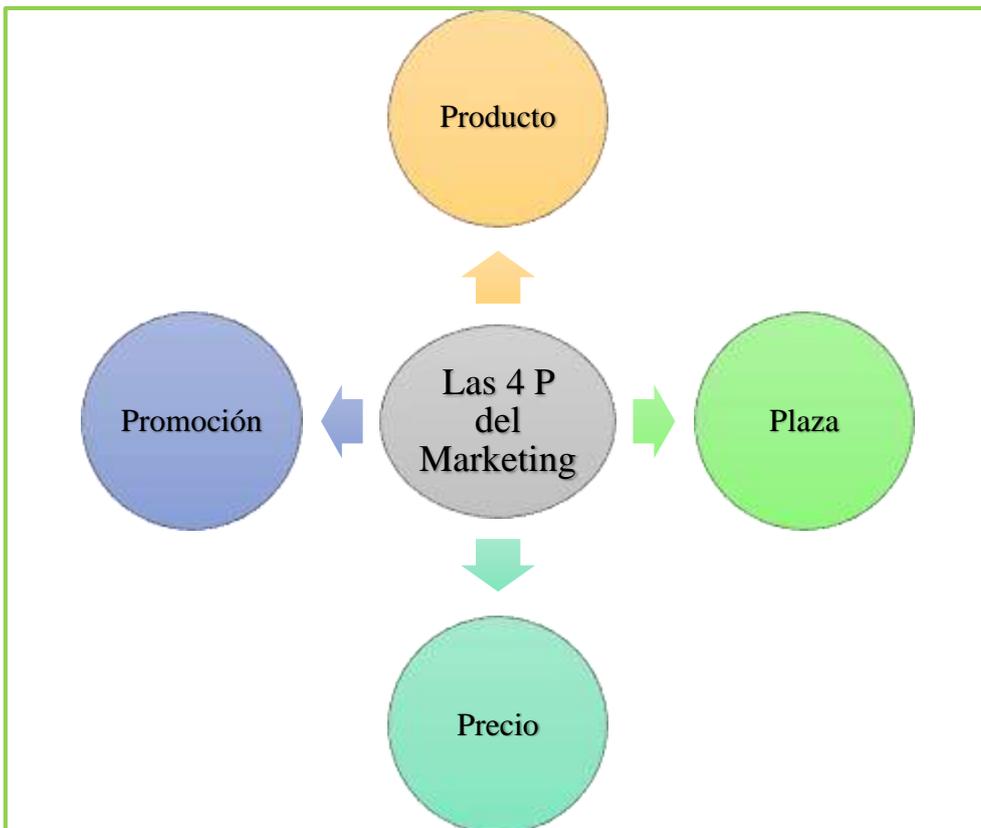
#### 2. Decisiones estratégicas

- ✓ Objetivos del marketing
- ✓ Estrategias del marketing

#### 3. Planes de acción y presupuesto

- ✓ Planes de acción
- ✓ Cronogramas de trabajo
- ✓ Presupuestos

### 2.3.4. Las 4 P del Marketing



**Figura 2.** Las 4 P del Marketing  
**Fuente:** Las Autoras

#### **2.3.4.1. Producto**

Es todo aquello tangible o intangible que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Borrego (2009)

#### **2.3.4.2. Precio**

Es el monto monetario de intercambio asociado a la transacción. Sin embargo, incluye: forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.), crédito (directo, con documento, plazo, etc.), descuentos pronto pago, volumen, recargos, etc. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado. Borrego (2009)

Hay que destacar que el precio es el único elemento del mix de Marketing que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costes.

#### **2.3.4.3. Plaza**

En este caso se define dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar y en el momento adecuado además de las condiciones correctas. Borrego (2009)

#### **2.3.4.4. Promoción**

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por Promoción de ventas, Fuerza de venta o Venta personal, Publicidad y Relaciones Públicas, y Comunicación Interactiva (Marketing directo por mailing, emailing, catálogos, webs, telemarketing, etc.). Borrego (2009)

### **2.4. Marco Conceptual**

#### **2.4.1. Comercialización**

Es el proceso por el cual se hace llegar un bien desde el productor al consumidor, en otras palabras, es la acción de vender un producto o crear los medios de distribución para su venta. Incluye actividades como compraventas al por mayor y al por menor, publicidad, información de mercado, financiamiento, almacenaje y transporte.

#### **2.4.2. Costo**

Es el valor monetario obtenido de la suma de recursos y esfuerzos que se invierten para la actividad de producción de un bien o servicio.

El costo de un producto está formado por el precio de materia prima, mano de obra directa y mano de obra indirecta empleada para el proceso de fabricación, al momento de determinar el costo de producción se puede establecer el precio de venta al público que es la suma del costo más la ganancia.

#### **2.4.3. Producción**

Se denomina así a cualquier actividad destinada a la fabricación y elaboración de bienes o servicios.

### **2.3. Marco Legal**

Las entidades ante las cuales se debe legalizar el negocio de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización son:

- ✓ Servicio de Rentas Internas
- ✓ M.I. Municipalidad de Guayaquil
- ✓ Ministerio de Trabajo
- ✓ Instituto de Seguridad Social
- ✓ Superintendencia de Compañías
- ✓ Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil
- ✓ Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

Pasos para constituir legalmente la empresa: Sacar el Ruc en el SRI (Servicio de Rentas Internas), una vez obtenido se acude a la M.I. Municipalidad de Guayaquil en el cual se obtiene los documentos generales y adicionales exigidos de acuerdo a la actividad comercial del negocio (certificado del medio ambiente) luego de esto se acude al gobierno del litoral donde se accederá al MIPRO (Ministerio de Industria y Productividad) a realizar una solicitud para acogerse a la ley de fomento artesanal.

Y por último se procederá a registrar la marca en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual).

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Tipos de Investigación**

El estudio que se aplicó fué de carácter descriptivo ya que se presentó la situación actual del mercado en la ciudad de Guayaquil para poder determinar conocimientos sobre la aceptación del calzado artesanal hecho exclusivamente para damas.

##### **3.1.1. Descriptivo**

Se planteó el método descriptivo debido a que este proyecto de investigación implicó observar y describir el comportamiento de los consumidores tomando en cuenta sus gustos y preferencias. No se ocupa de la comprobación de hipótesis, sino de la descripción de hechos a partir de un criterio teórico.

#### **3.2. Enfoque de la Investigación**

El Plan de Negocios que se aplicó tuvo un enfoque mixto, debido que es un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que conlleva la recolección de datos cualitativos como cuantitativos (encuestas y entrevistas), así como su integración y discusión conjunta para realizar inferencias en base a toda la información recopilada para lograr un mayor entendimiento de aceptación.

En términos generales, estas metodologías utilizan cinco estrategias similares y relacionadas entre sí:

- Determinan la observación y evaluación de los consumidores.
- Aportan ideas como resultado de la observación y evaluación realizada.
- Se observa que las ideas tienen fundamento.
- Investigaciones realizadas en base del análisis.
- Diseñan nuevas observaciones y evaluaciones para establecer las ideas o incluso generar otras.

##### **3.2.1. Enfoque Cuantitativo**

Se utilizó la recolección de datos para obtener bases en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer el comportamiento de los consumidores y probar teorías.

### **3.2.2. Enfoque Cualitativo**

Se determina la recolección y análisis de los datos para afirmar las preguntas de indagación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

### **3.2.3. Enfoque Mixto**

Se determina que este proyecto de investigación tiene un enfoque mixto porque recolecta, analiza, vincula los datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para responder el problema a investigar.

## **3.3. Diseño y métodos de investigación**

### **3.3.1. Diseño de investigación**

Se utilizó esta estrategia para obtener la información requerida en dicha investigación y así poder responder al planteamiento.

Se determinó la manera práctica de contestar las preguntas de investigación logrando aplicarlos al contexto particular del estudio.

## **3.4. Técnicas de investigación**

Se usó fuentes de investigación primaria y secundaria; las primarias serán directas con emprendedores y posibles compradores, para obtener información real sobre la investigación, además de encuestas realizadas a habitantes de la ciudad de Guayaquil.

### **3.4.1. Fuentes Primarias**

Se realizó por medio de:

- ◆ Entrevista
- ◆ Observación
- ◆ Encuestas

#### **3.4.1.1. Entrevista**

Se utilizó esta técnica para obtener los datos necesarios que ayudaron al momento de crear la microempresa, esto consiste en un diálogo entre: El entrevistador “investigadoras” y el entrevistado “emprendedor”; con el fin de obtener información de situación actual y posibles mejoras en la investigación.

La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y desde su notable desarrollo, en sociología y en educación. De hecho, en estas ciencias, la

entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difícil conseguir. Custodio Ruiz (2008)

#### **3.4.1.2. Observación**

Es una técnica que se realizó con el objetivo de recopilar información y tomar en cuenta para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. Custodio Ruiz (2008)

#### **3.4.1.3. Encuesta**

Mediante esta técnica se obtuvo información relevante a base de preguntas estratégicas realizadas a posibles consumidores sobre gustos y preferencias acerca del producto y su forma de comercialización.

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario. Custodio Ruiz (2008)

#### **3.4.2. Fuentes Secundarias**

- ◆ Libros, tesis existentes en la biblioteca
- ◆ Consultas bibliográficas de textos sobre teorías de mercado, costos y producto.
- ◆ Consultas por internet.

#### **3.5. Población**

Definimos como población mujeres entre los 16 y 60 años que viven en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, a la cual se dirigirá nuestro calzado.

En la investigación se acostumbra diferenciar dos tipos de población: población objetivo, que es la población total pero no disponible y la población accesible que es la disponible y la que sirve a la investigación.

#### **3.6. Muestra**

Es el subconjunto de la población, para representar a través de métodos estadísticos una aproximación de la población para la investigación.

### 3.6.1. Tamaño de la muestra

Esta es una cuestión importante en la selección de la muestra, para lograr que sea representativa.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

z: Valor del área bajo la curva normal (depende del NC)

p: Probabilidad de éxito (Proporción esperada)

q: Probabilidad de fracaso (1-p)

e: Error máximo admisible

NC= 97
p= 0.5
q= 0.5
e= 6
Z= 2.17

<b>TAMAÑO ADECUADO DE LA MUESTRA</b>
<b>327.01</b>
<b>328</b>

### 3.7. Objetivo de la Encuesta

La finalidad de realizar dicha encuesta es poder determinar las necesidades del mercado del calzado, enfocarnos en satisfacer a nuestros futuros clientes, conocer sus gustos y preferencias; además nos permite establecer que empresas serán una competencia, es el método más eficiente de obtener información necesaria para así tomar decisiones correctas.

La encuesta se realizó a 328 mujeres de la ciudad de Guayaquil, sector norte, personas entre las edades de 16 a 60 años; para el proceso de análisis y diseño de gráficos de los datos recopilados se utilizó como herramienta el software IBM SPSS Statistics versión demo. El modelo de la encuesta se encuentra en el anexo 1.

### 3.8. Análisis de resultados

Pregunta # 1: ¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia?

Tabla 1:

Pregunta 1.- ¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casual	49	14,9	14,9
Deportivo	73	22,3	37,2
Sandalias	206	62,8	100
Total	328	100	

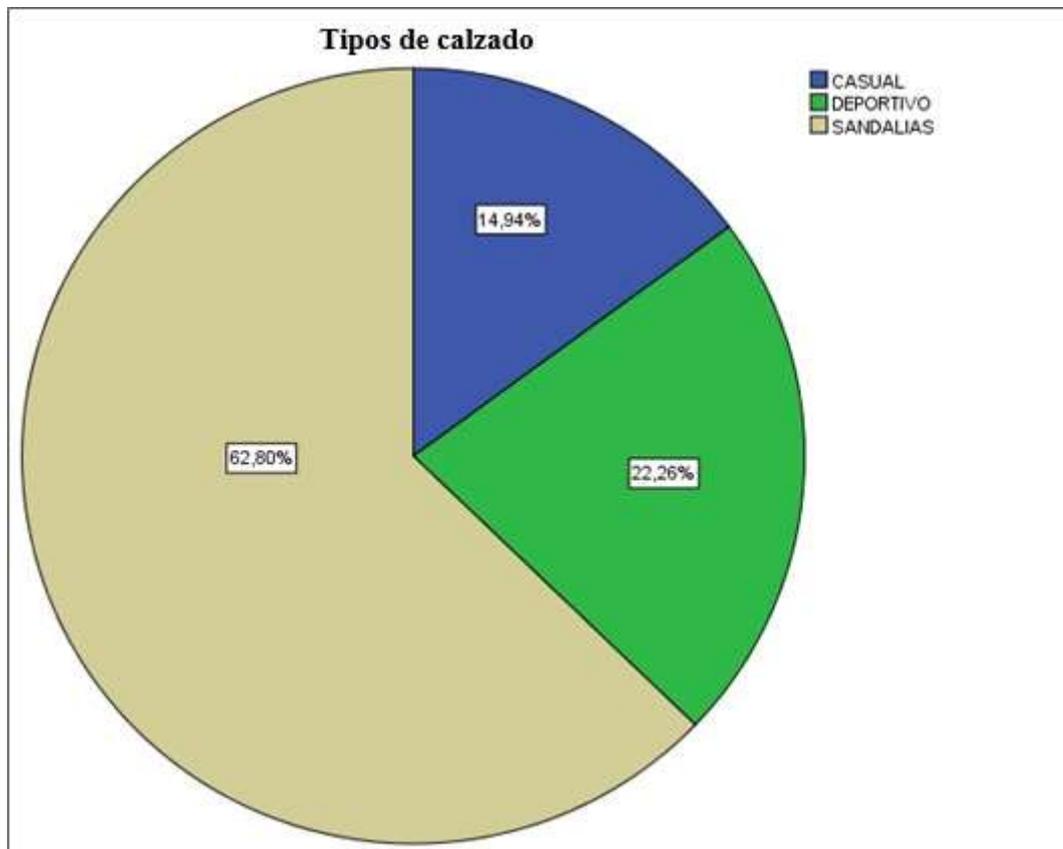


Figura 3. Pregunta 1.- ¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia?

Fuente: Las Autoras

En base a los datos obtenidos mediante las encuestas a 328 personas se puede apreciar que un 62,8% utiliza con frecuencia sandalias. Lo que resulta beneficioso para nuestra línea de producto.

Pregunta # 2: ¿En qué tienda compra su calzado habitualmente?

Tabla 2:

Pregunta 2.- ¿En qué tienda compra su calzado habitualmente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De Pizar	49	14,9	14,9
Payless	120	36,6	51,5
De Prati	116	35,4	86,9
Ponny Store	26	7,9	94,8
Otros	17	5,2	100
Total	328	100	

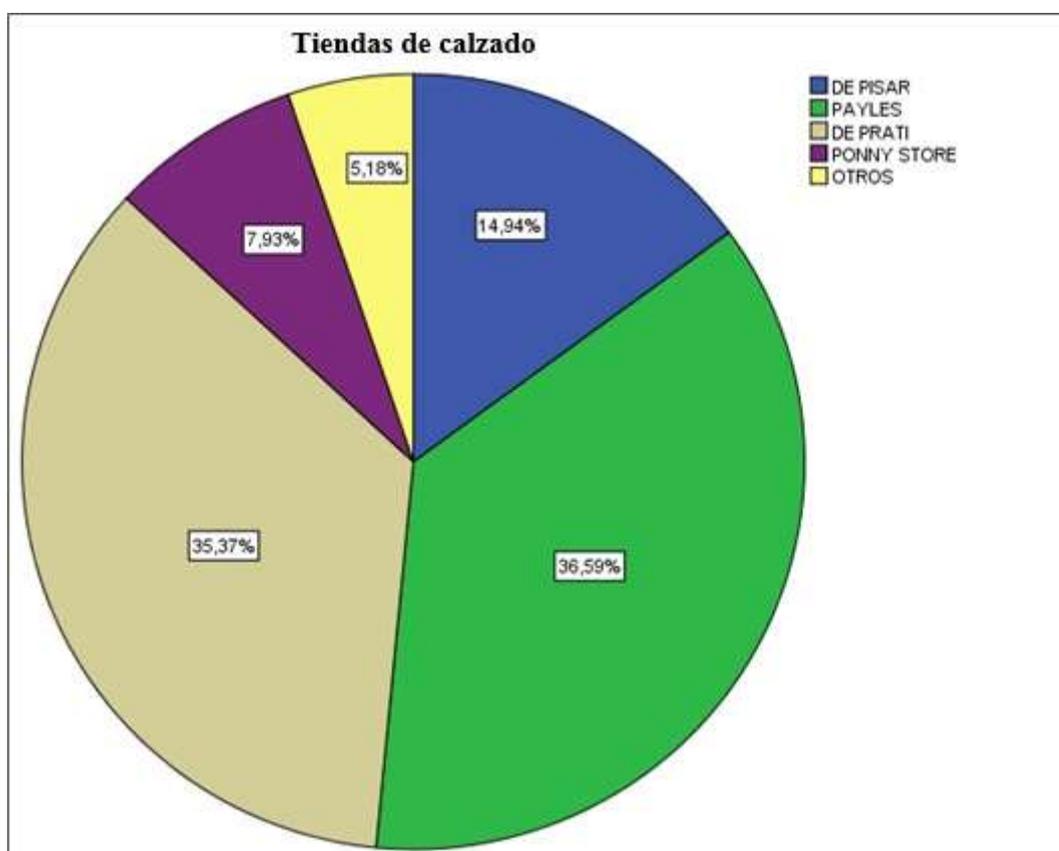


Figura 4. Pregunta 2.- ¿En qué tienda compra su calzado habitualmente?

Fuente: Las Autoras

La mayoría de las personas encuestadas compran sus zapatos en Payless y De Prati, lo que indica que estas dos empresas serán posibles competidores.

Pregunta # 3: Cuando compra un calzado ¿Usted prefiere calzado nacional o importado?

Tabla 3:

Pregunta 3.- Cuando compra un calzado ¿usted prefiere calzado nacional o importado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nacional	191	58,2	58,2
Importado	137	41,8	100
Total	328	100	

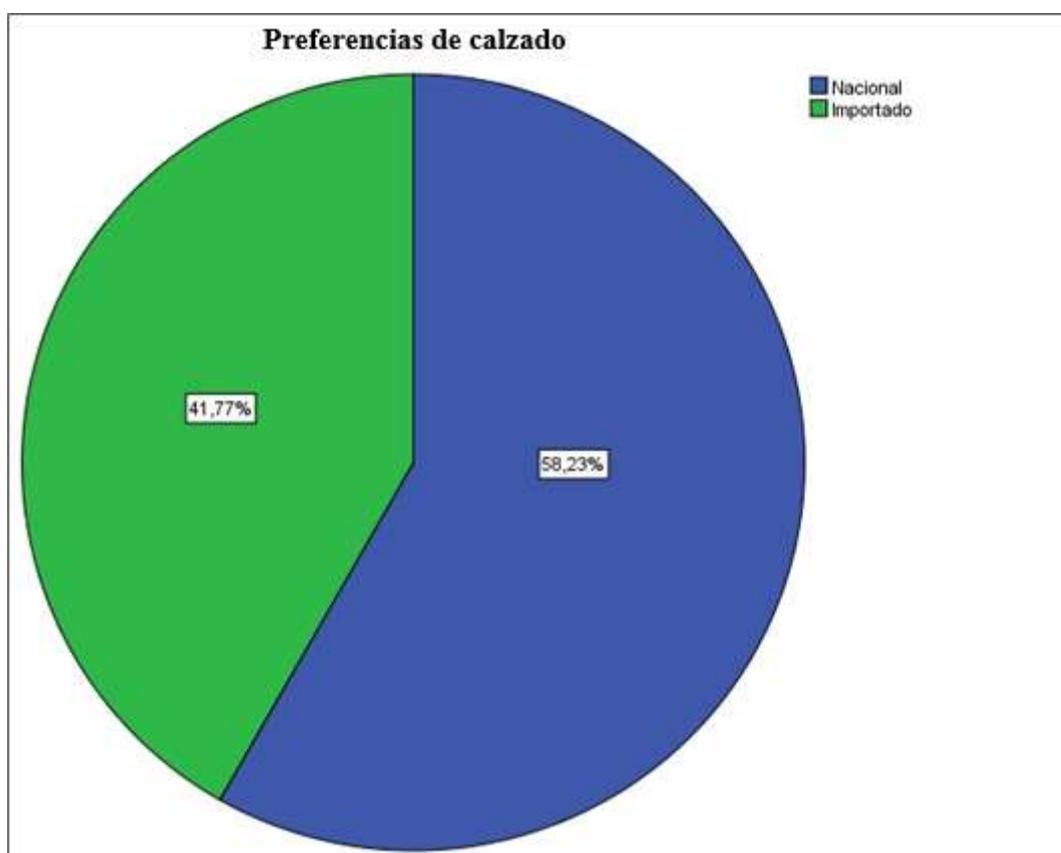


Figura 5. Pregunta 3.- Cuando compra un calzado ¿Usted prefiere calzado nacional o importado?

Fuente: Las Autoras

Podemos apreciar que la aceptación de las personas encuestadas por el producto nacional alcanza el 58,23%, lo que indica que nuestro producto tendrá buena acogida en el mercado.

Pregunta # 4: Al momento de comprar un calzado, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?

Tabla 4:

Pregunta 4.- Al momento de comprar un calzado, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Marca	43	13,1	13,1
Calidad	81	24,7	37,8
Precio	129	39,3	77,1
Modelo	54	16,5	93,6
Confort	19	5,8	99,4
Otro	2	0,6	100
Total	328	100	

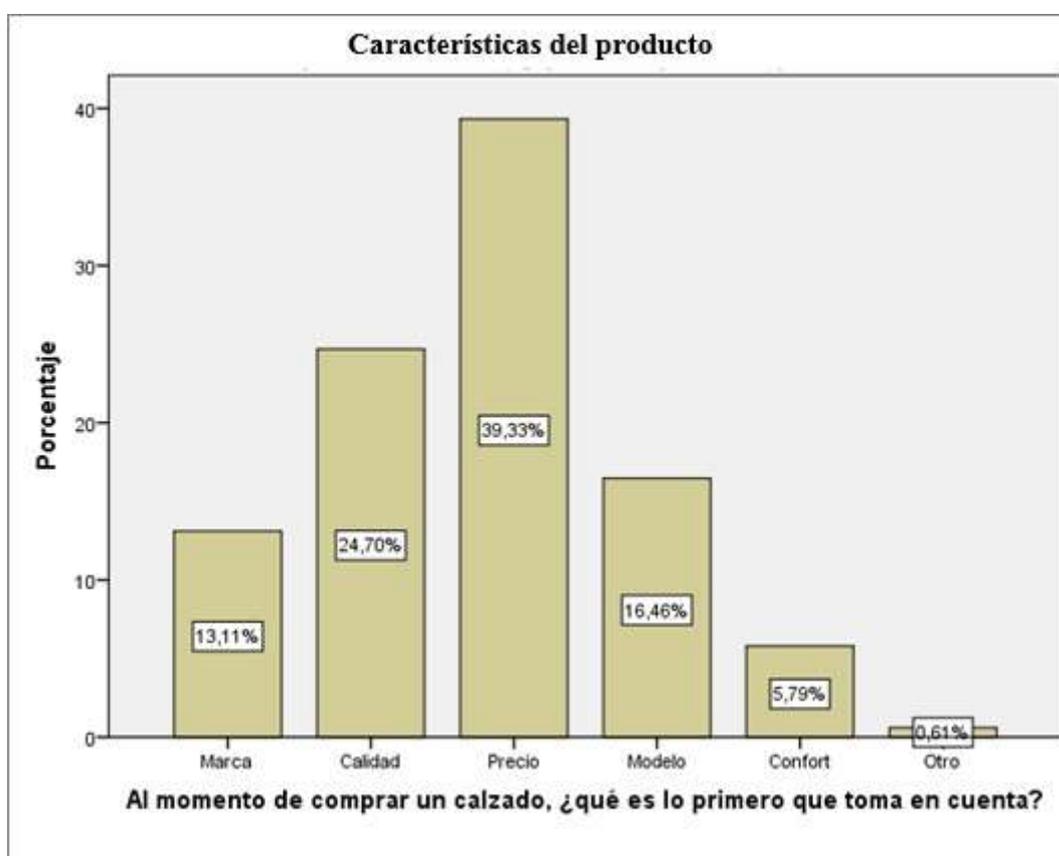


Figura 6. Pregunta 4.- Al momento de comprar un calzado, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?

Fuente: Las Autoras

De acuerdo a lo encuestado las personas compran su calzado tomando en cuenta el precio como primera opción y la calidad del calzado como segunda opción.

Pregunta # 5: Indique la forma de pago que usted acostumbra utilizar al momento de adquirir su calzado

Tabla 5:  
Pregunta 5.- Indique la forma de pago que usted acostumbra utilizar al momento de adquirir su calzado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Efectivo	130	39,6	39,6
Crédito directo	86	26,2	65,9
Tarjeta de crédito	112	34,1	100
Total	328	100	

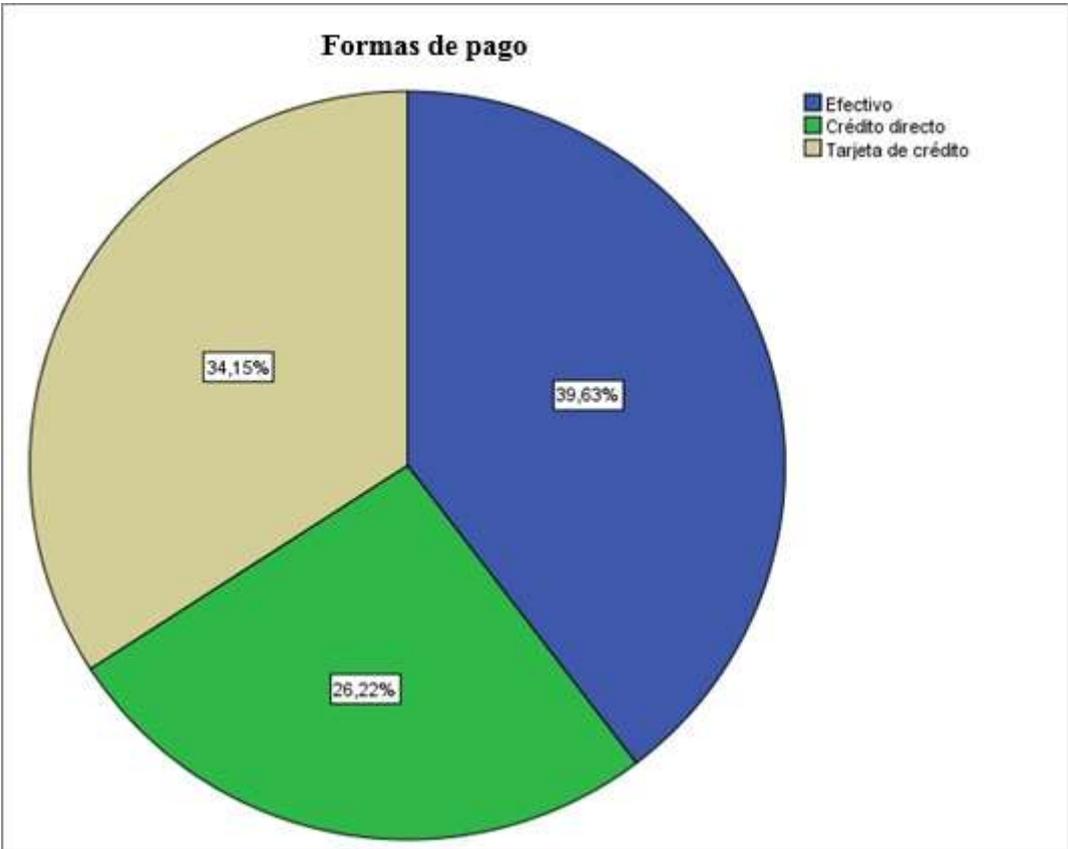


Figura 7. Pregunta 5.- Indique la forma de pago que usted acostumbra utilizar al momento de adquirir su calzado.  
Fuente: Las Autoras

Podemos apreciar que las personas encuestadas prefieren pagar en efectivo al momento de comprar su calzado.

Pregunta # 6: ¿Qué tipo de calzado usted prefiere: industrial o artesanal?

Tabla 6:  
Pregunta 6.- ¿Qué tipo de calzado usted prefiere: industrial o artesanal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Industrial	100	30,5	30,5
Artesanal	228	69,5	100
Total	328	100	

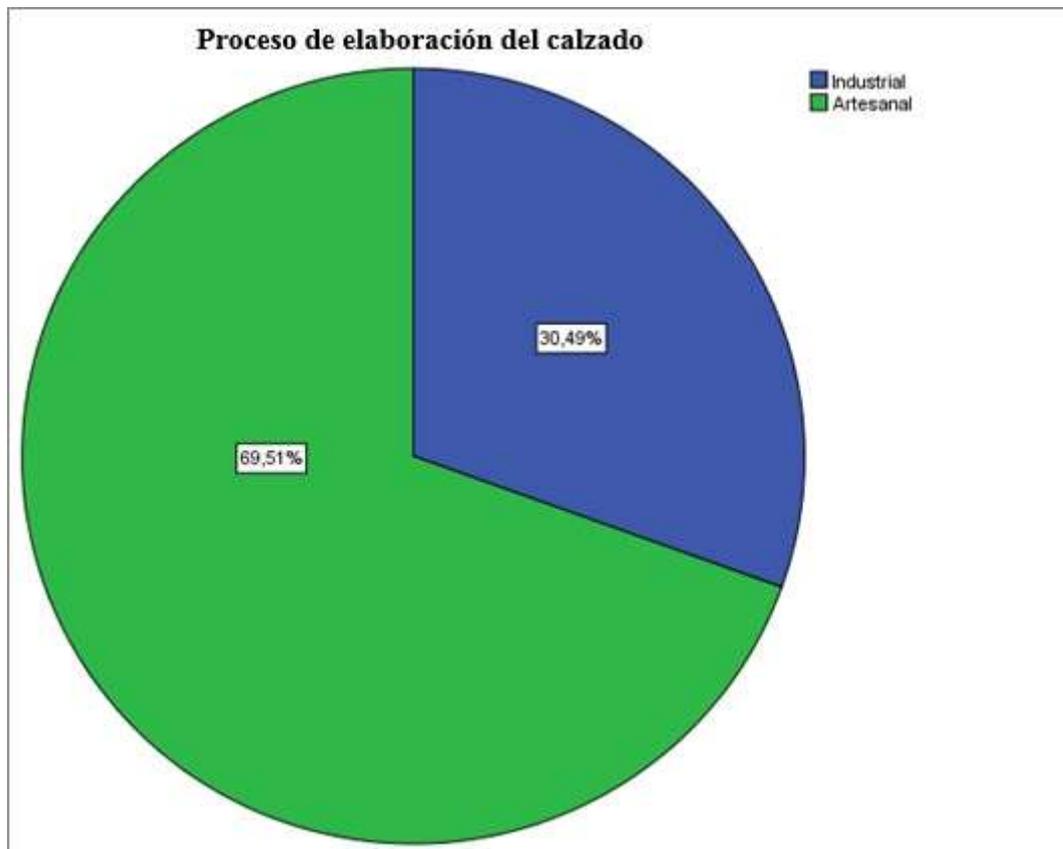


Figura 8. Pregunta 6.- ¿Qué tipo de calzado usted prefiere: industrial o artesanal?  
Fuente: Las Autoras

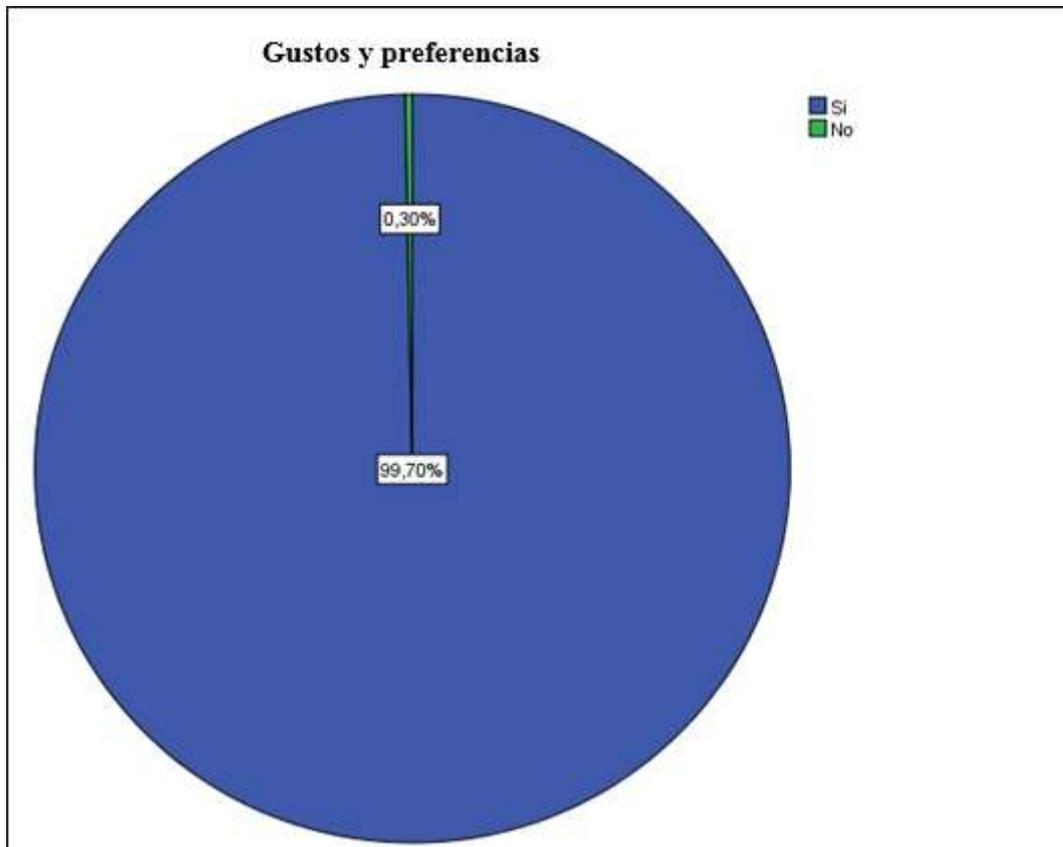
El mayor porcentaje de encuestadas prefieren utilizar calzado artesanal, en la actualidad se refleja que las personas eligen productos de nuestro país porque son mucho más económicos y de mejor calidad.

Pregunta#7: ¿Usted estaría dispuesta a comprar un calzado que cumple con los estándares de calidad, de precio justo, cómodo y con amplia gama de variedad?

Tabla 7:

Pregunta 7.- ¿Usted estaría dispuesta a comprar un calzado que cumple con los estándares de calidad, de precio justo, cómodo y con amplia gama de variedad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	327	99,7	99,7
No	1	0,3	100
Total	328	100	



**Figura 9.** Pregunta 7.- ¿Usted estaría dispuesta a comprar un calzado que cumple con los estándares de calidad, de precio justo, cómodo y con amplia gama de variedad?

**Fuente:** Las Autoras

Definitivamente las personas estarían dispuestas a comprar un calzado de buena calidad, precio justo, con amplia gama de modelos y sobre todo que sea un producto cómodo que brinde el confort necesario para toda mujer.

Pregunta#8: ¿De qué manera le gustaría adquirir su calzado?

Tabla 8:

Pregunta 8.- ¿De qué manera le gustaría adquirir su calzado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Catálogo	171	52,1	52,1
Página web	87	26,5	78,7
Tienda	70	21,3	100
Total	328	100	

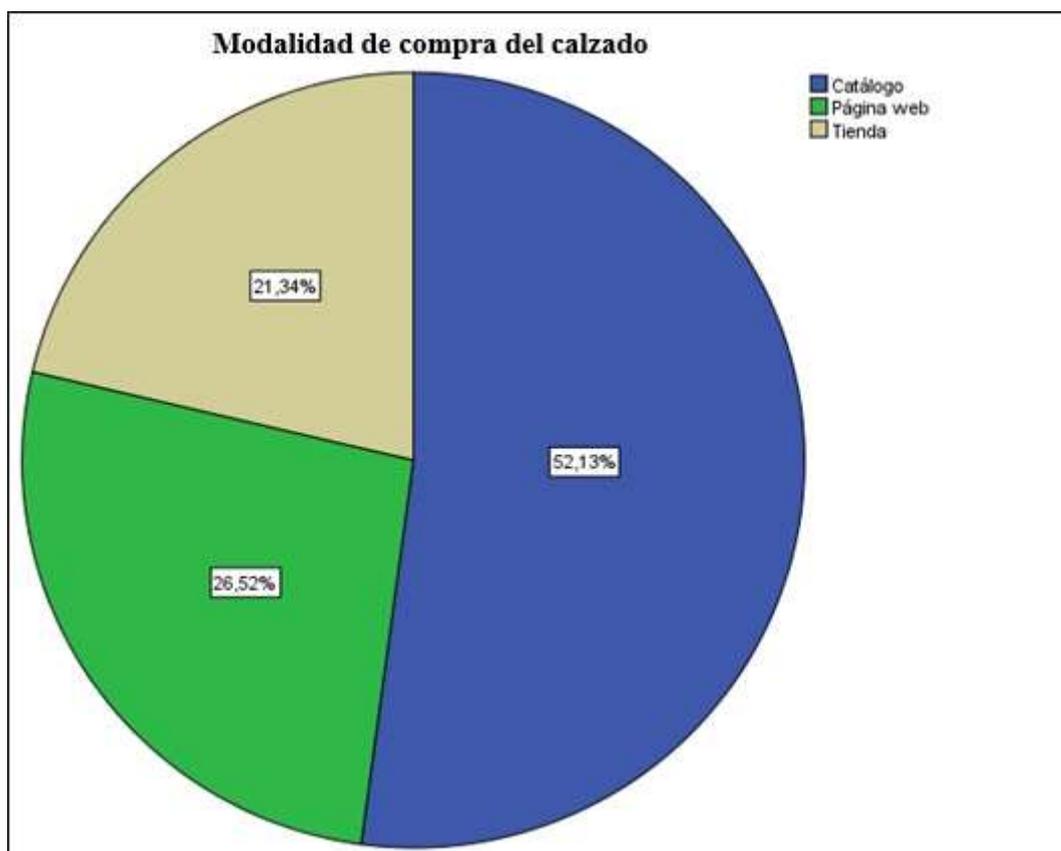


Figura 10. Pregunta 8.- ¿De qué manera le gustaría adquirir su calzado?

Fuente: Las Autoras

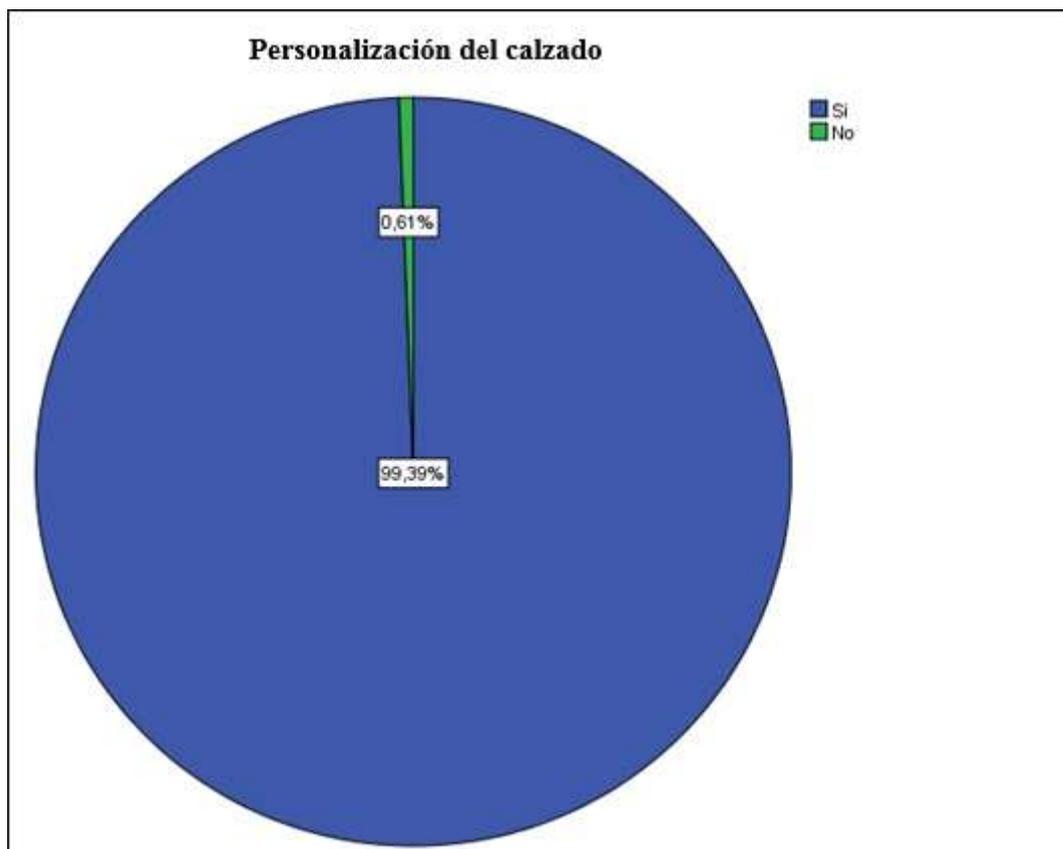
El mayor porcentaje refleja que las personas prefieren adquirir su calzado por medio de catálogo, indicando que es una manera más cómoda y eficaz al momento de realizar sus compras.

Pregunta # 9: ¿Le gustaría contar con una tienda donde usted tenga la opción de personalizar su calzado?

Tabla 9:

Pregunta 9.- ¿Le gustaría contar con una tienda donde usted tenga la opción de personalizar su calzado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	326	99,4	99,4
No	2	0,6	100
Total	328	100	



**Figura 11.** Pregunta 9.- ¿Le gustaría contar con una tienda donde usted tenga la opción de personalizar su calzado?

**Fuente:** Las Autoras

Sin duda alguna, a las personas encuestadas les gustaría que exista una tienda que cumpla sus expectativas, que puedan elegir mediante una amplia gama de variedad o personalizar y diseñar su calzado.

Pregunta # 10: Al momento de adquirir un calzado, ¿Qué colores son de su preferencia?

Tabla 10:

Pregunta 10.- Al momento de adquirir un calzado, ¿qué colores son de su preferencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Colores fuertes	97	29,6	29,6
Colores clásicos	136	41,5	71
Colores metálicos	89	27,1	98,2
Otros	6	1,8	100
Total	328	100	

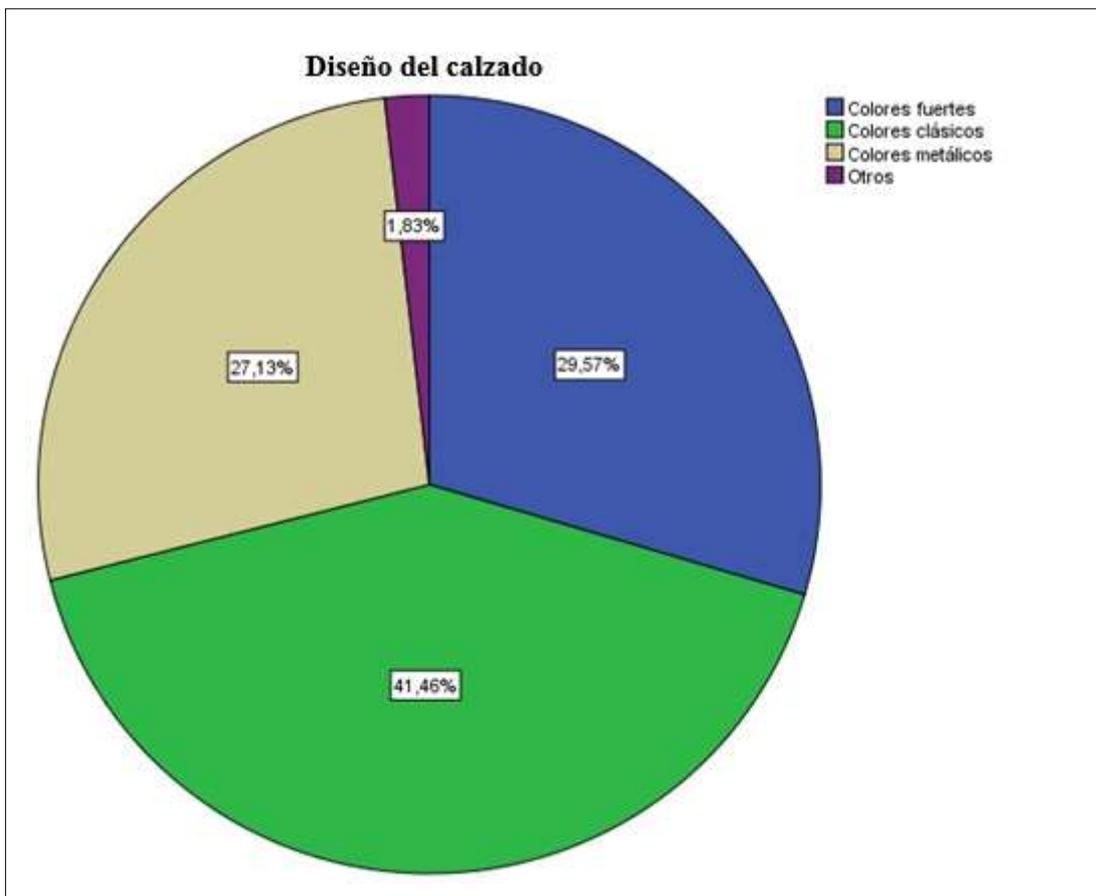


Figura 12. Pregunta 10.- Al momento de adquirir un calzado, ¿Qué colores son de su preferencia?

Fuente: Las Autoras

En base a lo encuestado, se puede apreciar que las mujeres a la hora de adquirir un calzado prefieren los colores clásicos como primera opción porque pueden ser combinados fácilmente, sin embargo, las demás opciones tienen un porcentaje significativo que no debemos descartar al momento de realizar nuevos diseños de calzado.

Pregunta # 11: ¿De qué forma preferiría usted que sea la entrega de su calzado?

Tabla 11:

Pregunta 11.- ¿De qué forma preferiría usted que sea la entrega de su calzado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
A domicilio	224	68,3	68,3
En la tienda	103	31,4	99,7
Otro	1	0,3	100
Total	328	100	

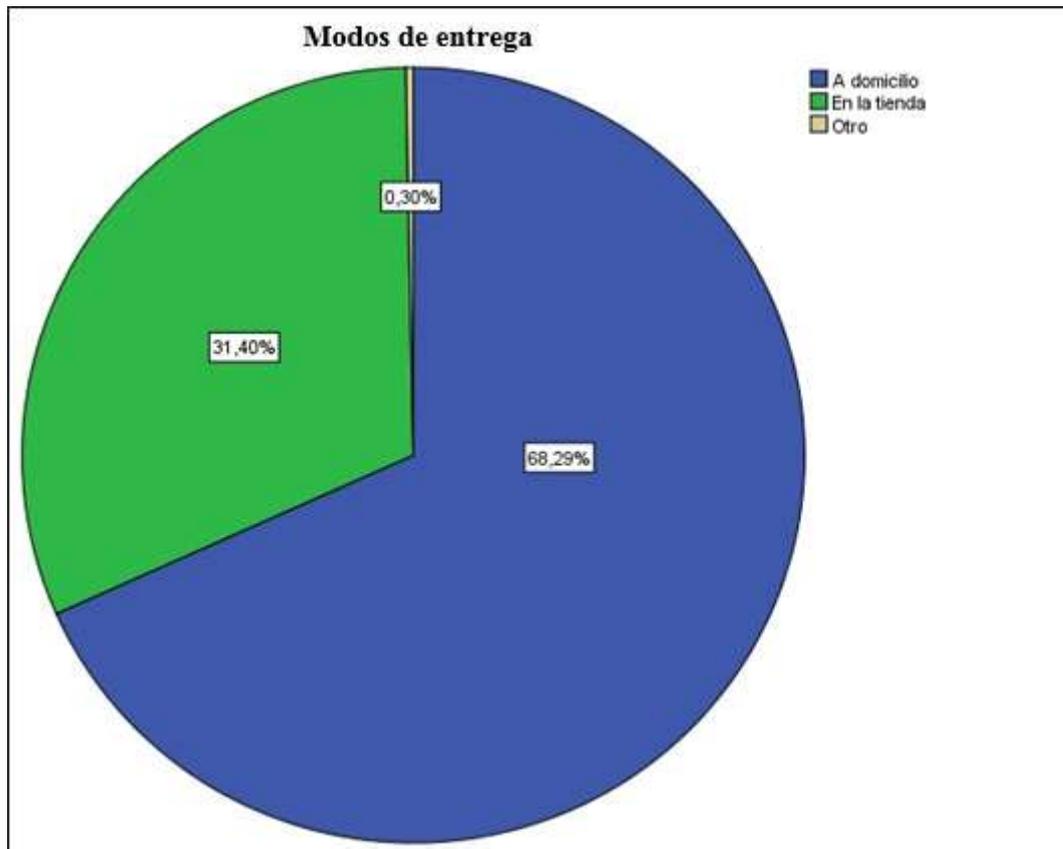


Figura 13. Pregunta 11.- ¿De qué forma preferiría usted que sea la entrega de su calzado?

Fuente: Las Autoras

El 68,3 % de las personas encuestadas indican que prefieren que su producto adquirido sea entregado a domicilio, es una de las preguntas claves que nos conlleva a tomar la decisión de que el producto sea comercializado por medio de catálogos y entregado por los vendedores; visualizando a un futuro contar con una tienda donde sean exhibidos ya que el 31,4% prefiere comprar directamente en el local.

Pregunta#12: Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal (variable agrupada)

Tabla 12:

Pregunta 12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal? (agrupado)

Valor en \$	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<= 14,00	3	0,9	0,9
15,00 - 20,00	99	30,2	31,1
21,00 - 26,00	76	23,2	54,3
27,00 - 32,00	57	17,4	71,6
33,00 - 38,00	46	14	85,7
39,00 - 44,00	28	8,5	94,2
45,00+	19	5,8	100
Total	328	100	

Estadísticos	
N Válido	328
Perdidos	0
Media	27,5
Mediana	25
Moda	25
Desviación estándar	9,31573
Varianza	86,783
Rango	36
Mínimo	14
Máximo	50

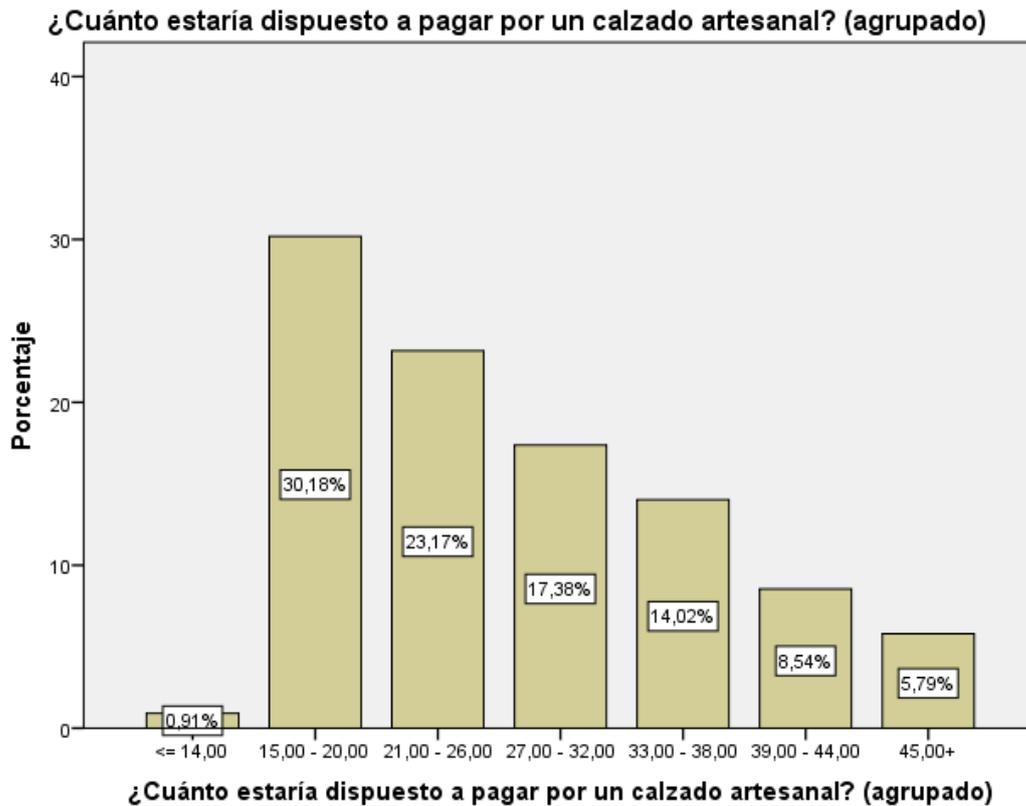


Figura 14. Pregunta 12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal?  
Fuente: Las Autoras

En base a lo encuestado se puede apreciar que el 71,6% estaría dispuesto a pagar entre \$14 a \$32 por nuestro producto. Por medio del software se calcula que el precio promedio se encuentra en un valor de \$27,50.

Tabla 13:  
 Tabla cruzada 1 - ¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia? \* ¿En qué tienda compra su calzado habitualmente?

		¿En qué tienda compra su calzado habitualmente?					
		De Pisar	Payless	De Prati	Ponny Store	Otros	Total
¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia?	Casual	5	16	22	3	3	49
	Deportivo	15	27	24	6	1	73
	Sandalias	29	77	70	17	13	206
Total		49	120	116	26	17	328

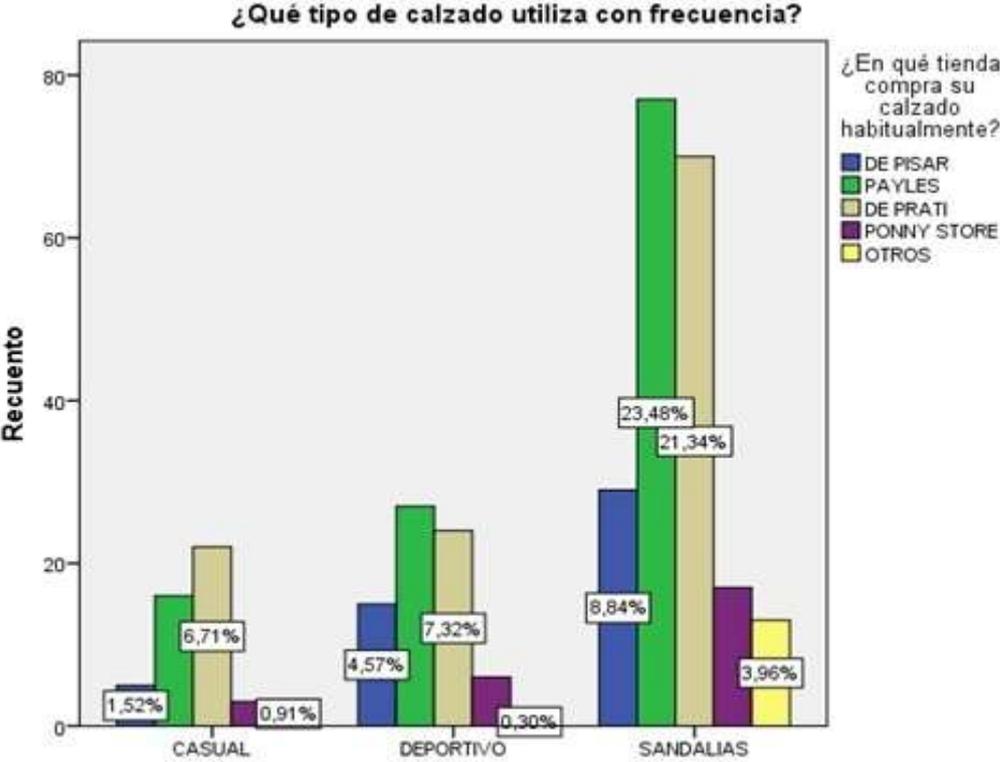


Figura 15. Tabla cruzada 1.- ¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia?  
 Fuente: Las Autoras

En base a las encuestas realizadas podemos determinar que nuestros mayores competidores en la venta de sandalias son Payless y De Prati.

Tabla 14:

Tabla cruzada 2 - ¿Usted prefiere calzado nacional o importado? \* Al momento de comprar un calzado, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?

		Al momento de comprar un calzado, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?						Total
		Marca	Calidad	Precio	Modelo	Confort	Otro	
Cuando compra un calzado, ¿Usted prefiere calzado nacional o importado?	Nacional	26	47	83	28	7	0	191
	Importado	17	34	46	26	12	2	137
Total		43	81	129	54	19	2	328

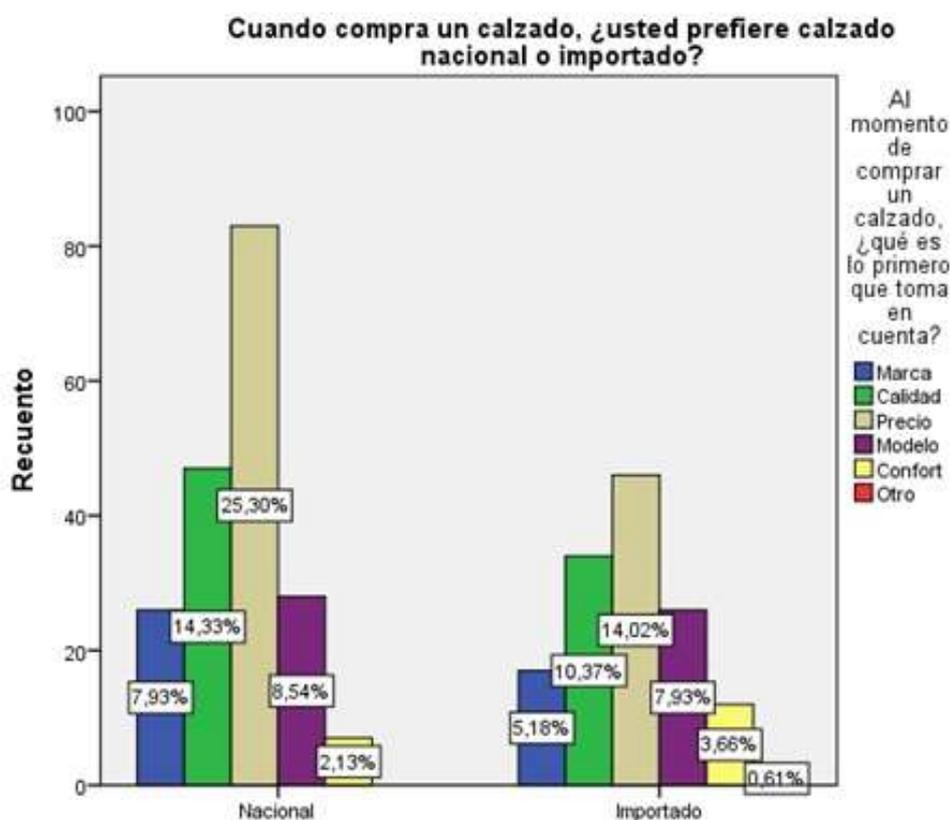


Figura 16. Tabla cruzada 2.- Cuándo compra un calzado ¿Usted prefiere calzado nacional o importado?  
Fuente: Las Autoras

Según tablas cruzadas de la encuesta realizada se determina que para el consumidor lo más importante al momento de comprar calzado es el precio y la calidad del mismo indistintamente que este sea un producto nacional o importado.

Tabla 15:

Tabla cruzada 3 - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal? (agrupado)\*Indique la forma de pago que usted acostumbra utilizar al momento de adquirir su calzado

		Indique la forma de pago que usted acostumbra utilizar al momento de adquirir su calzado			
		Efectivo	Crédito directo	Tarjeta de crédito	Total
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal? (agrupado)	<= 14,00	0	1	2	3
	15,00 - 20,00	36	27	36	99
	21,00 - 26,00	28	20	28	76
	27,00 - 32,00	22	17	18	57
	33,00 - 38,00	19	10	17	46
	39,00 - 44,00	16	5	7	28
	45,00+	9	6	4	19
Total		130	86	112	328

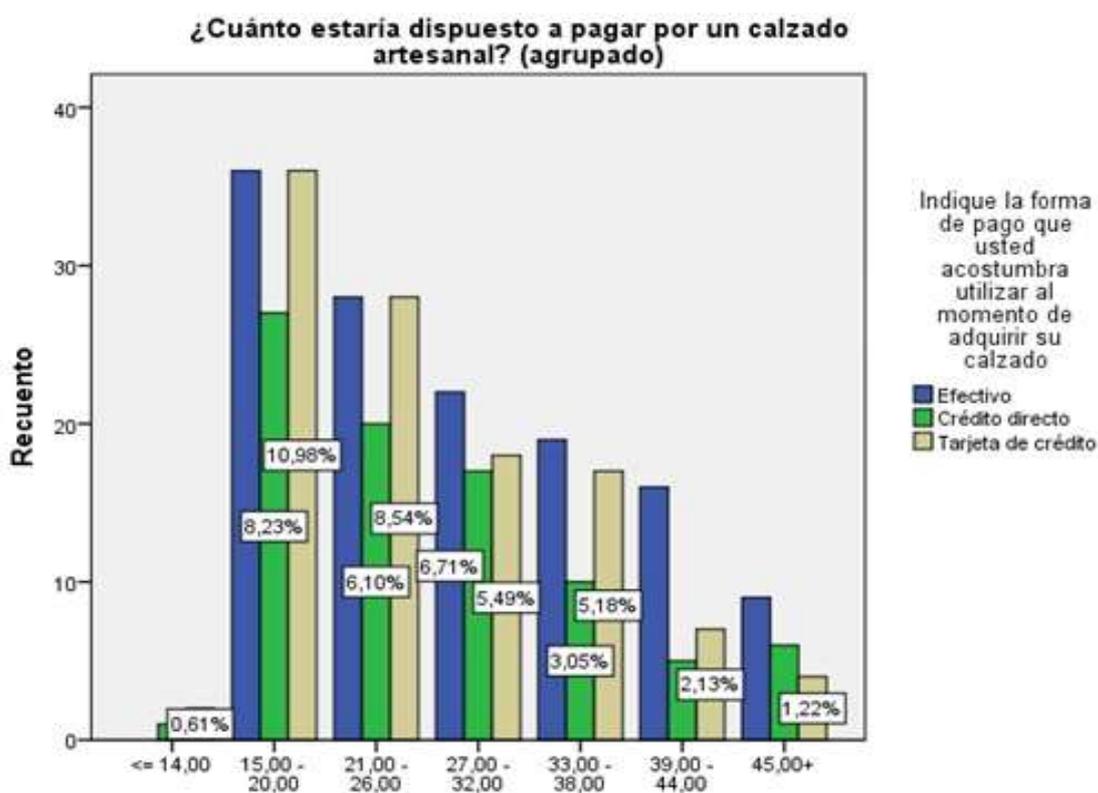


Figura 17. Tabla cruzada 3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal? (agrupado)

Fuente: Las Autoras

Según los datos recopilados podemos obtener que la mayor cantidad de personas prefieren cancelar el producto en efectivo, muy seguido de tarjeta de crédito. Entendiendo como crédito directo valor analizado previamente de la capacidad de pago de cada persona, otorgando así un cupo de consumo para el establecimiento.

### **3.9. Análisis General**

Según encuesta realizada a 328 mujeres del sector Norte de la ciudad de Guayaquil podemos identificar claramente gustos y preferencias tomadas en cuenta al momento de adquirir un calzado, gracias a los datos obtenidos se cumple con el objetivo de determinar las necesidades que existen en el mercado, para así definir específicamente los modelos de calzado que serán fabricados, según diseños y colores que están a la moda. Además, se establece que la comercialización del producto será por medio de ventas por catálogos, siendo esta opción la más atractiva para los consumidores al momento de realizar sus compras.

Otro aspecto importante que se puede resaltar en base al análisis de datos es que las personas en la actualidad prefieren comprar calzado artesanal porque aseguran que es un producto de calidad y mucho más barato con relación a los productos industriales o también importados.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA “PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADOS ARTESANALES PARA DAMAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

#### **4.1. Resumen Ejecutivo**

D'LU SHOES será una microempresa que se dedicará a elaborar y comercializar calzado para damas en la ciudad de Guayaquil comprendidas entre las edades de 16 hasta 60 años, su producción se realiza bajo varios procesos industriales a través de maquinarias especializadas en corte, costura y pegado. La mano de obra estará a cargo de artesanos calificados quienes cuidarán cada etapa en la elaboración y supervisión, cuya finalidad es obtener un producto con altos estándares de calidad para competir en el mercado.

La materia prima que se utilizará en su mayoría es de origen nacional, para evitar costos de importación, teniendo en cuenta como primordial objetivo la calidad a bajo costo.

En base a las encuestas realizadas durante la etapa de recopilación de información para estructurar la microempresa, se toma la decisión de realizar la venta del producto por medio de catálogos a través de nuestro grupo de vendedores, además contaremos con un modelo de venta piramidal, el cual consiste en inscribir vendedores freelance, quienes tendrán un descuento del 23% del costo del producto como comisión ganada por sus ventas. Se realizarán actualizaciones del catálogo semestralmente, donde se incluirán los diseños más vendidos y los modelos nuevos.

#### **4.2. Definición del negocio**

D'LU SHOES será una microempresa que va a dedicarse a la fabricación y comercialización de calzado femenino en la ciudad de Guayaquil por lo que se plantea el siguiente plan de inversión y su proyección a 5 años para el análisis de la rentabilidad del negocio.

#### 4.2.1. Logo



**Figura 18.** Logo D'LU SHOES  
**Fuente:** Las autoras

#### 4.2.2. Misión

Introducir en el mercado un calzado elaborado con diseños exclusivos y altos estándares de calidad, para así cumplir con las necesidades de nuestros clientes, a su vez ayudar con el desarrollo económico de muchas familias con nuestro esquema de venta por catálogo, garantizando un crecimiento continuo y rentable.

#### 4.2.3. Visión

Llegar a posicionar nuestra marca en el mercado nacional e internacional, por sus características como la calidad, innovación y confort.

#### 4.2.4. Objetivos

- Crear una microempresa cuya finalidad será elaborar calzados artesanales para damas, pretendiendo obtener una rentabilidad a mediano plazo.
- Introducir a corto plazo nuestro calzado en el mercado, constituyendo de manera legal la microempresa, acondicionando las instalaciones, obteniendo las maquinarias apropiadas para operar y contratando el personal idóneo, para lograr una buena aceptación del producto.

### 4.3. Estudio de mercado

Se realiza el estudio de mercado considerando las ventas y producción proyectadas a 5 años.

#### 4.3.1. Ventas proyectadas

En base a estudios realizados para que la microempresa sea factible se considera tener dos modelos de vendedores:

**Vendedores Internos:** Se encargarán de cumplir con las ventas mínimas de 72 pares de calzado durante el mes dentro del primer año de contrato, con incrementos anuales en ventas proyectadas a 5 años.

**Vendedores Freelance:** Son los vendedores externos interesados en formar parte de nuestro equipo de vendedores con beneficios del 23% de descuento en el precio de venta del producto, con disminución del porcentaje en el transcurso de los siguientes años hasta llegar a un 20% en el quinto año. Se debe inscribir como mínimo 3 personas por mes en el primer año, manteniendo la proyección durante los 5 años posteriores, ya que se considera la variabilidad de entrada y salida de personas inscritas.

Tabla 16:  
*Proyección de ventas año 2016*

<b>PROYECCIÓN VENTAS 2016</b>				
	<b>VENDEDOR 1</b>	<b>VENDEDOR 2</b>	<b>VENEDORES FREELANCE</b>	
	<b>VENTAS</b>	<b>VENTAS</b>	<b>CANTIDAD DE VENEDORES</b>	<b>CANTIDAD DE PARES</b>
<b>ENERO</b>	72	72	3	36
<b>FEBRERO</b>	72	72	6	72
<b>MARZO</b>	72	72	9	108
<b>ABRIL</b>	72	72	12	144
<b>MAYO</b>	72	72	15	180
<b>JUNIO</b>	72	72	18	216
<b>JULIO</b>	72	72	21	252
<b>AGOSTO</b>	72	72	24	288
<b>SEPTIEMBRE</b>	72	72	27	324
<b>OCTUBRE</b>	72	72	30	360
<b>NOVIEMBRE</b>	72	72	33	396
<b>DICIEMBRE</b>	72	72	36	432
<b>TOTALES</b>	<b>864</b>	<b>864</b>	<b>234</b>	<b>2808</b>
<b>TOTAL DE PROYECCIÓN 2016</b>				<b>4536</b>

Tabla 17:

*Proyección de ventas años 2017, 2018, 2019, 2020*

PROYECCIÓN EN VENTAS (EN PARES)								
	2017		2018		2019		2020	
	VENTAS MENSUALES	VENTAS ANUALES						
VENDEDOR 1	84	1008	96	1152	108	1296	120	1440
VENDEDOR 2	84	1008	96	1152	108	1296	120	1440
VENEDORES FREELANCE	432	5184	432	5184	432	5184	432	5184
	<b>600</b>	<b>7200</b>	<b>624</b>	<b>7488</b>	<b>648</b>	<b>7776</b>	<b>672</b>	<b>8064</b>

Se considera un incremento anual de 12 pares de calzado para cada vendedor interno y manteniendo constante las ventas de los vendedores freelance, con proyecciones a 5 años.

#### 4.3.2. Producción proyectada

La fabricación del calzado se realiza mediante un proceso de varias fases que son elaborados por artesanos calificados para asegurar la calidad del mismo, evitando el desperdicio de materiales y la optimización del tiempo de fabricación.

Se considera una proyección en el stock de mercadería de 4560 pares de calzado durante el primer año para cubrir la demanda proyectada (ventas), con incrementos anuales en la producción para cubrir las necesidades.

Tabla 18:

*Producción Proyectada*

PROYECCIÓN DE STOCK (EN PARES)					
STOCK	2016	2017	2018	2019	2020
PRODUCCIÓN MENSUAL	380	620	640	660	680
PRODUCCIÓN ANUAL	<b>4560</b>	<b>7440</b>	<b>7680</b>	<b>7920</b>	<b>8160</b>

#### 4.3.3. Plan de Marketing

En base a las encuestas realizadas se considera ejecutar las ventas mediante la inscripción y entrega de catálogos a posibles vendedores, que contribuirán con el aumento constante de pedidos y ventas mensuales.

Se realiza el diseño del catálogo considerando modelos de calzado, código de referencia, tallas y colores, tomando en cuenta los datos analizados de previa encuesta para lanzar al

mercado modelos innovadores y atractivos que permita el posicionamiento de la marca. En la parte posterior se incluye información acerca de las redes sociales donde encontrarán imágenes del producto.

Se pretende renovar semestralmente el diseño del catálogo mostrando los modelos nuevos acorde a las exigencias del mercado de la moda, además se incluirán los modelos de calzado más vendidos en versiones anteriores. Ver diseño de catálogo en Anexo 7.

#### 4.4. Estudio técnico

##### 4.4.1. Plano del negocio

Se elabora el plano de las instalaciones de D'LU SHOES, que consta de 2 plantas, dónde se distribuyen las diversas áreas de la microempresa. Para realizar el diseño del plano se utiliza el software Sweet Home 3D versión demo.

#### Planta baja

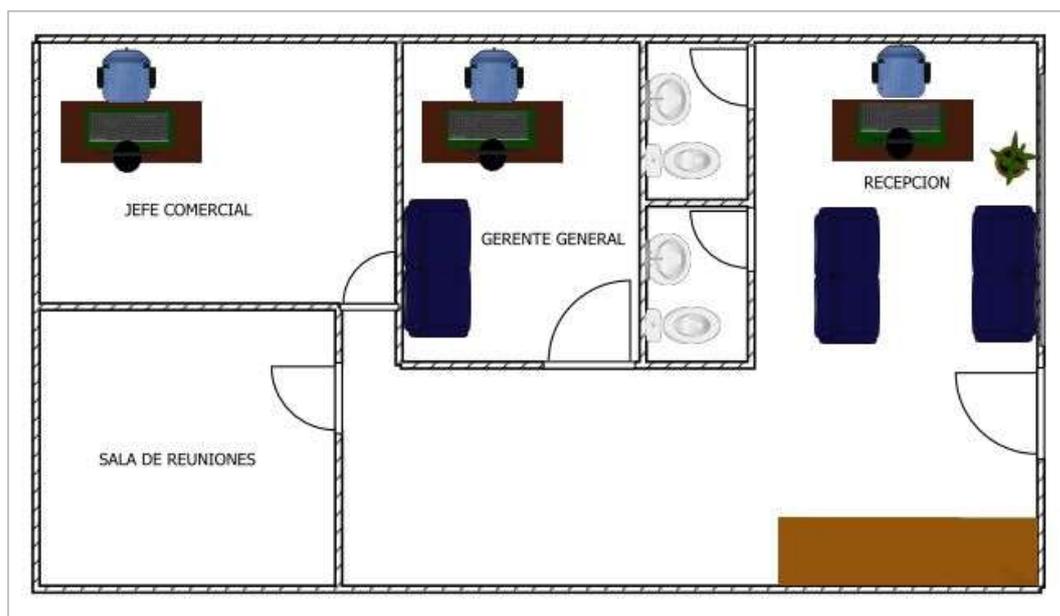
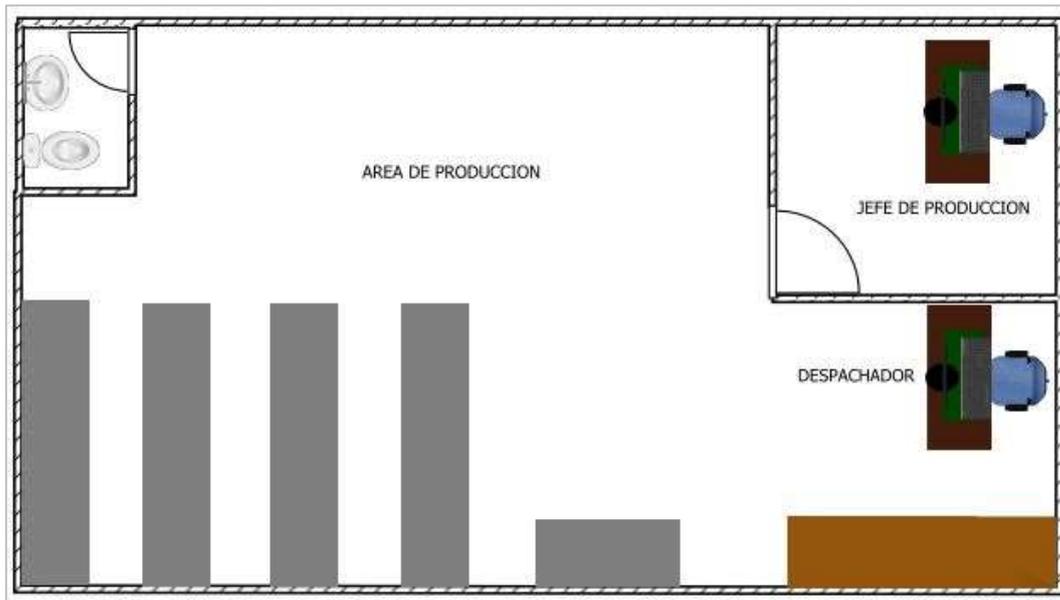


Figura 19. Plano (planta baja)

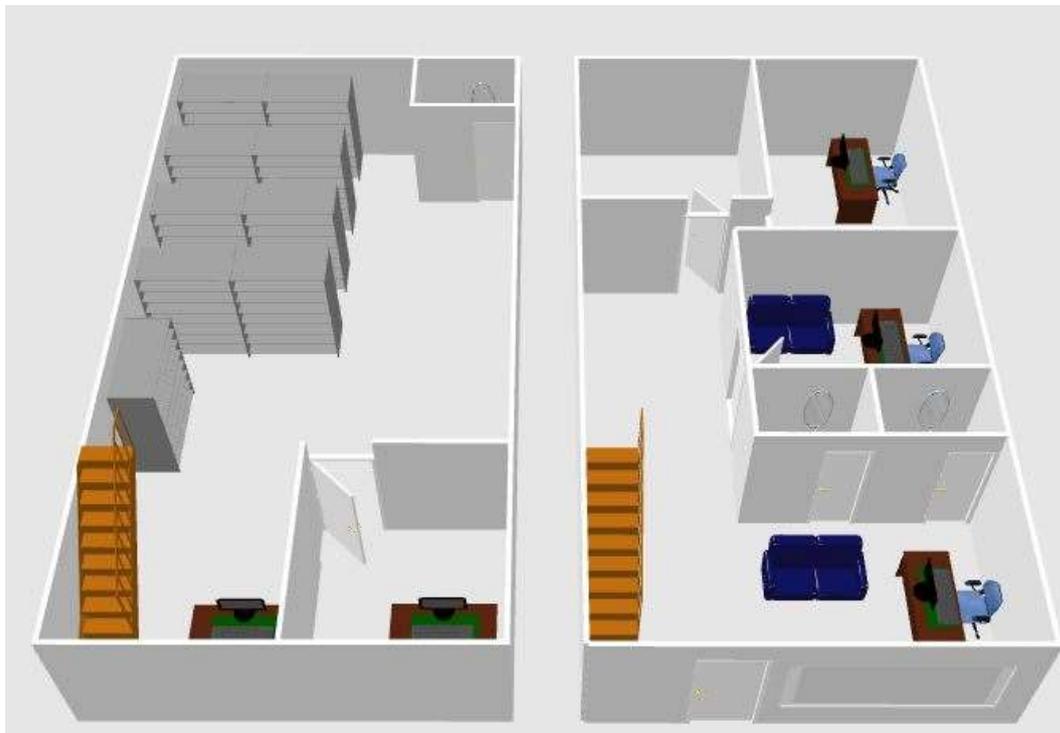
Fuente: Las autoras

## Planta alta



**Figura 20.** Plano (planta alta)  
**Fuente:** Las autoras

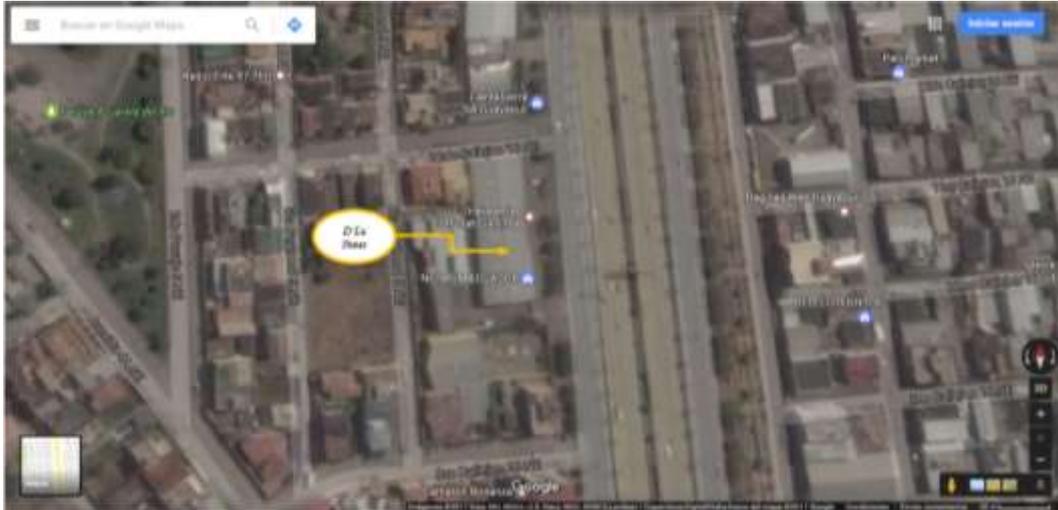
## Plano Vista 3D



**Figura 21.** Plano vista 3D  
**Fuente:** Las autoras

#### 4.4.2. Ubicación

Las instalaciones de D'LU SHOES se encuentra en el sector Norte de la ciudad de Guayaquil, en Av. Terminal Terrestre – Pascuales entre callejón 12 y 8. Sector comercial y muy transcurrido.



**Figura 22.** Vista satelital de ubicación  
**Fuente:** Google Maps

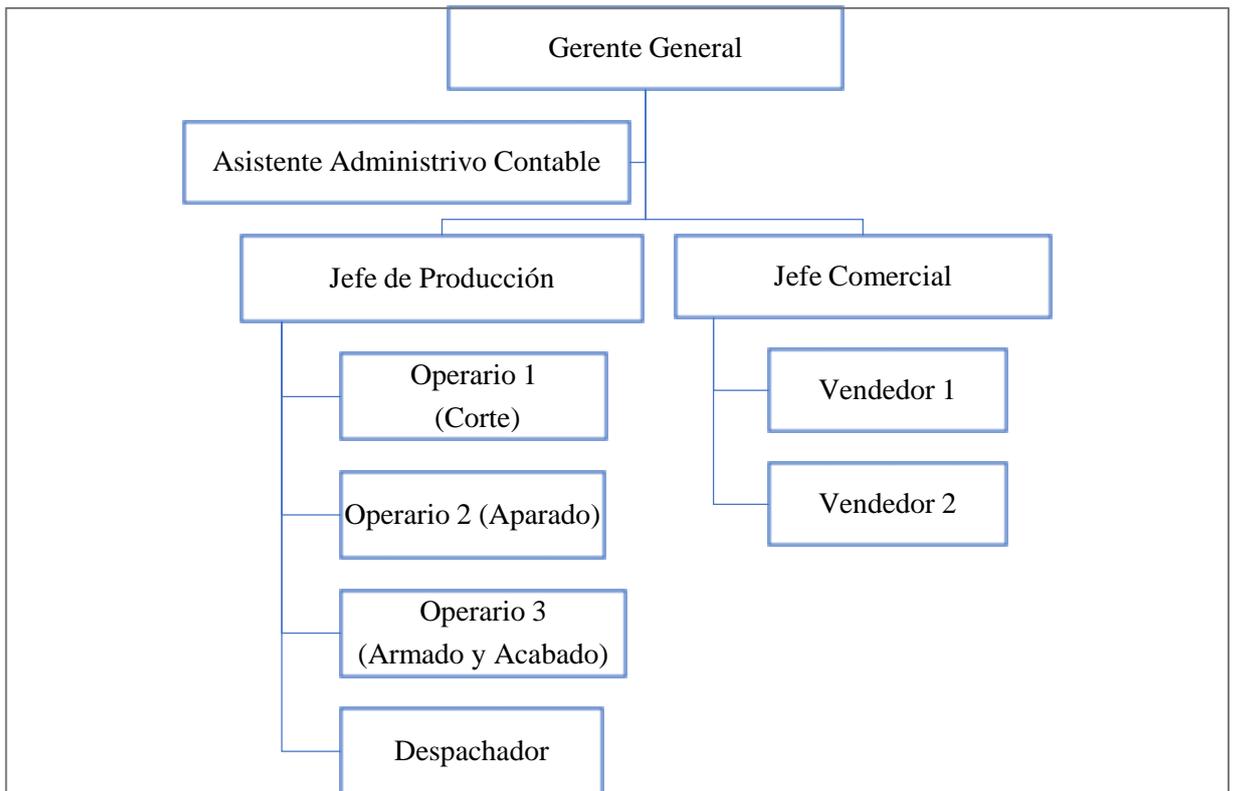


**Figura 23.** Vista del frente del local  
**Fuente:** Google Maps

#### 4.5. Organización del negocio

D'LU SHOES contará con 10 empleados contratados, los cuales se describen en el organigrama, además se detallan las funciones y responsabilidades de cada uno de ellos.

### 4.5.1. Organigrama



**Figura 24.** Organigrama  
**Fuente:** Las Autoras

### 4.5.2. Perfiles ocupacionales

#### 4.5.2.1. Gerente General

Su responsabilidad será planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar y analizar el trabajo de la empresa, además de contratar al personal idóneo, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

#### **Funciones:**

- Plantear las metas propuestas de la microempresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la microempresa actual y a futuro.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones y ser un líder dentro de ésta.
- Supervisar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Realizar la selección, contratación y capacitación del personal para cada una de las áreas dentro de la microempresa.

- Creación y análisis de estrategias para solucionar los problemas de la microempresa en las áreas comercial y de producción.

#### **4.5.2.2. Asistente Administrativo Contable**

Es la encargada de la atención al cliente, recepción de documentos, revisión de estados financieros y asistir al Gerente General de la microempresa.

##### **Funciones:**

- Asistir y colaborar con lo solicitado por el Gerente General.
- Admisión de documentos de la microempresa.
- Atención al cliente.
- Recepción y transferencia de llamadas.
- Realización de certificados laborales, cartas y otros documentos solicitados.
- Agendar reuniones con clientes y proveedores.
- Recaudación del valor de ventas dentro de las oficinas.
- Revisión de estados financieros de la microempresa.

#### **4.5.2.3. Jefe de Producción**

Se encarga de planificar, dirigir y capacitar a los operarios a su cargo, asegurando la calidad y eficiencia en el proceso de producción.

##### **Funciones:**

- Coordinar con la Gerencia General las mejores estrategias para afrontar los problemas en el área de producción.
- Gestionar la adquisición de materiales e insumos requeridos para los procesos de producción.
- Realización de políticas de seguridad ocupacional para evitar accidentes.
- Establecer lineamientos de calidad en todas las etapas de elaboración del calzado.
- Elaboración de cronograma de mantenimientos de maquinarias.
- Organizar reuniones con proveedores de insumos y materiales para lograr alianzas estratégicas.
- Control de inventario.

- Realización de plantillas y manejo de desperdicios para los procesos de elaboración del calzado.

#### **4.5.2.4. Jefe Comercial**

Se encarga de proyectar, organizar, dirigir, controlar y coordinar de manera eficiente el sistema comercial, diseñando estrategias que permitan el logro de los objetivos empresariales, planificando actividades de marketing y condiciones de venta, encaminado al cumplimiento de las metas establecidas.

#### **Funciones:**

- Proponer, coordinar y ejecutar políticas de comercialización orientadas al posicionamiento de la marca en el mercado.
- Organizar, supervisar y medir el desarrollo de políticas, procedimientos y objetivos de promoción y venta.
- Evaluar las necesidades del departamento para establecer los programas de capacitación, mejoramiento y crecimiento.
- Realizar seminarios y/o capacitaciones para reclutamiento de vendedores freelance.
- Inscripción mínima de 3 vendedores freelance por mes.

#### **4.5.2.5. Cortador**

Este operario se encarga de hacer el corte de cada pieza con moldes respectivos según el modelo del calzado, aprovechando al máximo el material a utilizarse, cortar en su totalidad las piezas que son requeridas para el cumplimiento del pedido.

#### **Funciones:**

- Efectuar las tareas de corte con total rapidez y perfección.
- Cuidar de todas las herramientas e implementos que utilizará para su labor.
- Ejecutar los cortes de tal manera que no exista desperdicio en materia prima.
- Cumplir con las normas de seguridad requeridas para evitar accidentes dentro de su área de trabajo.

#### **4.5.2.6. Aparador**

El aparador o también llamado guarnecedor es la persona responsable de ensamblar las piezas, cosiendo y confeccionando el corte.

**Funciones:**

- Operar de manera adecuada la maquinaria a su cargo.
- Formar mediante costura las piezas que van a formar el calzado.
- Ser eficaz y cuidadoso con el material que va a coser.
- Cumplir con las normas de seguridad requeridas para evitar accidentes dentro de su área de trabajo.
- Limpiar la maquinaria las veces que sean necesarias con el fin de garantizar su funcionamiento.

**4.5.2.7. Armador**

Es el encargado de dar forma al calzado y darle un acabado cumpliendo con los requisitos establecidos de calidad.

**Funciones:**

- Verificar que el calzado este colocado en su respectiva horma y con su debida plantilla según talla.
- Organizar los materiales que utilizará, incluyendo los diferentes accesorios según el modelo.
- Revisar el producto final y verificar que cumpla las normas de calidad correspondientes.
- Terminado el proceso de elaboración colocar el calzado en su respectiva caja y almacenarlo en la bodega.

**4.5.2.8. Despachador**

Es la persona encargada de preparar la mercadería, autorizar la salida, entregar el pedido al cliente.

**Funciones:**

- Preparar la mercadería para entrega o envío.
- Empacar, sellar y etiquetar el producto terminado.
- Recibir, revisar y organizar la materia prima que ingrese a la empresa.
- Registrar los materiales que ingresan y los productos que egresan de la empresa.

#### **4.5.2.9. Vendedor**

Es aquel que se encarga de hacer las gestiones de ventas y concretar las mismas.

#### **Funciones:**

- Mostrar el catálogo a posibles compradores.
- Asesorar a los clientes
- Cierre de ventas
- Informar a los clientes los nuevos modelos de calzado que lanza la empresa al mercado, las promociones y demás novedades acerca del producto.
- Seguimiento postventa al cliente.
- Reporte diario al Jefe Comercial de las actividades realizadas y ventas.
- Recaudación de las ventas realizadas.

### **4.6. Estudio de la inversión**

#### **4.6.1. Inversión Inicial**

La inversión inicial requerida es de \$23890 (dólares americanos), la cuál será financiada mediante un préstamo de \$15000 a una entidad financiera, donde el primer año se recibe un periodo de gracia, que consiste en solo el pago del interés correspondiente. Para cubrir la diferencia, se percibe \$9000 por parte de 2 inversionistas, los cuales se dividen en \$4500 cada una.

Tabla 19:  
*Inversión Inicial*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras	5	\$ 800,00	\$ 4.000,00
Impresora multifunción	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Teléfonos	5	\$ 160,00	\$ 800,00
Mesas para taller	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Mesas de oficina	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Archivadores	2	\$ 160,00	\$ 320,00
Escritorios	5	\$ 340,00	\$ 1.700,00
Sillas ejecutivas	5	\$ 120,00	\$ 600,00
Muebles	4	\$ 200,00	\$ 800,00
Prensadora	1	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
Perchas	9	\$ 300,00	\$ 2.700,00
Engomadora	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Pulidora	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Reverberos	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Máquina para coser capelladas	1	\$ 480,00	\$ 480,00
Escalera tipo tijeras	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Ventilador de techo	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Acondicionadores de aire	4	\$ 800,00	\$ 3.200,00
Dispensador de agua	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Gavetas	5	\$ 30,00	\$ 150,00
Juego de sanitario	3	\$ 300,00	\$ 900,00
Intereses Preoperativos	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 23.890,00</b>

Tabla 20:  
*Amortización de préstamo*

PERIODO	ANUALIDAD	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				\$ 15.000,00
1	\$ 4.058,55	\$ 1.650,00	\$ 2.408,55	\$ 12.591,45
2	\$ 4.058,55	\$ 1.385,06	\$ 2.673,50	\$ 9.917,95
3	\$ 4.058,55	\$ 1.090,97	\$ 2.967,58	\$ 6.950,37
4	\$ 4.058,55	\$ 764,54	\$ 3.294,01	\$ 3.656,36
5	\$ 4.058,55	\$ 402,20	\$ 3.656,36	\$ 0,00
	\$ 20.292,77			

#### 4.7. Estudio de ingresos y egresos

Se realiza una proyección a 5 años de la demanda en pares de calzado, por modelo de venta (interno y freelance), ya que para el vendedor freelance se considera un precio de venta del producto a un 23% de descuento en el primer año.

Tabla 21:  
*Proyección de demanda*

PROYECCIÓN DE DEMANDA (EN PARES)										
VENEDORES	2016		2017		2018		2019		2020	
	MENSUAL	ANUAL								
INTERNOS	144	1728	168	2016	192	2304	216	2592	240	2880
FREELANCE	234	2808	432	5184	432	5184	432	5184	432	5184
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>4536</b>	<b>600</b>	<b>7200</b>	<b>624</b>	<b>7488</b>	<b>648</b>	<b>7776</b>	<b>672</b>	<b>8064</b>

Para obtener la cantidad de la demanda de acuerdo con el tipo de calzado se realizó una entrevista a la emprendedora que elabora el producto, según sus ventas en el último año, indica que alcanzó una demanda del 50% en taco alto, 30% en taco medio y 20% en sandalias. Ver anexo D.

Para el cálculo de los ingresos del año 2016 se considera el precio de venta del producto en los 3 tipos de calzado y para los dos modelos de venta (interno y freelance), obteniendo un ingreso de \$105.034,32.

Tabla 22:  
Ingresos 2016

<b>INGRESOS 2016</b>										
	<b>VENEDORES INTERNOS</b>					<b>VENEDORES FREELANCE</b>				
<b>TIPO DE CALZADO</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>DEMANDA MENSUAL</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>DEMANDA MENSUAL</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>
TACO ALTO	\$ 35,00	72	\$ 2.520,00	864	\$ 30.240,00	\$ 26,95	117	\$ 3.153,15	1404	\$ 37.837,80
TACO MEDIO	\$ 25,00	43	\$ 1.080,00	518	\$ 12.960,00	\$ 19,25	70	\$ 1.351,35	842	\$ 16.216,20
SANDALIAS	\$ 10,00	29	\$ 288,00	346	\$ 3.456,00	\$ 7,70	47	\$ 360,36	562	\$ 4.324,32
		<b>144</b>	<b>\$ 3.888,00</b>	<b>1728</b>	<b>\$ 46.656,00</b>		<b>234</b>	<b>\$ 4.864,86</b>	<b>2808</b>	<b>\$ 58.378,32</b>

Tabla 23:  
Ingresos Proyectados

	<b>INGRESOS TOTALES</b>		
<b>2016</b>	MENSUAL		\$ 8.752,86
	ANUAL		\$ 105.034,32
<b>2017</b>	MENSUAL		\$ 14.017,92
	ANUAL		\$ 168.215,04
<b>2018</b>	MENSUAL		\$ 15.604,32
	ANUAL		\$ 187.251,84
<b>2019</b>	MENSUAL		\$ 17.554,32
	ANUAL		\$ 210.651,84
<b>2020</b>	MENSUAL		\$ 19.617,60
	ANUAL		\$ 235.411,20

#### 4.7.1 Estado de Resultado

Muestra la información para evaluar y tomar decisiones en cuánto al beneficio de la microempresa, además determinará si se genera pérdidas o utilidades en el periodo anual contable.

Tabla 24:  
*Estado de Resultado proyectado*

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
INGRESOS	\$ 105.034,32	\$ 168.215,04	\$ 187.251,84	\$ 210.651,84	\$ 235.411,20
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 64.935,65	\$ 96.247,15	\$ 107.791,46	\$ 120.931,16	\$ 135.889,14
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 40.098,67</b>	<b>\$ 71.967,89</b>	<b>\$ 79.460,38</b>	<b>\$ 89.720,68</b>	<b>\$ 99.522,06</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>					
Gastos Operacionales	\$ 38.914,54	\$ 41.947,48	\$ 43.796,91	\$ 45.752,31	\$ 47.687,68
Gastos de funcionamiento	\$ 356,00	\$ 396,00	\$ 436,00	\$ 476,00	\$ 516,00
Gastos de constitución	\$ 562,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 39.833,04</b>	<b>\$ 42.343,48</b>	<b>\$ 44.232,91</b>	<b>\$ 46.228,31</b>	<b>\$ 48.203,68</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses	\$ 1.650,00	\$ 1.385,06	\$ 1.090,97	\$ 764,54	\$ 402,20
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 1.650,00</b>	<b>\$ 1.650,00</b>	<b>\$ 1.385,06</b>	<b>\$ 1.090,97</b>	<b>\$ 764,54</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 41.483,04</b>	<b>\$ 43.993,48</b>	<b>\$ 45.617,97</b>	<b>\$ 47.319,29</b>	<b>\$ 48.968,22</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES</b>	<b>\$ -1.384,38</b>	<b>\$ 27.974,41</b>	<b>\$ 33.842,41</b>	<b>\$ 42.401,39</b>	<b>\$ 50.553,84</b>
15% de participación de trabajadores		\$ 4.196,16	\$ 5.076,36	\$ 6.360,21	\$ 7.583,08
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>					
22% Impuesto a la renta		\$ 5.231,22	\$ 6.328,53	\$ 7.929,06	\$ 9.453,57
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ -1.384,38</b>	<b>\$ 18.547,04</b>	<b>\$ 22.437,52</b>	<b>\$ 28.112,12</b>	<b>\$ 33.517,19</b>

## 4.8 Evaluación del proyecto

### 4.8.1 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL  
D'LU SHOES  
AL 1 DE ENERO DEL 2016

#### ACTIVO

##### ACTIVO CORRIENTE

Efectivo y equivalente de efectivo	<u>\$ 7000.00</u>	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>\$ 7000.00</b>

##### ACTIVO NO CORRIENTE

Intereses pre operativos	<u>\$ 2000.00</u>	
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b><u>\$ 2000.00</u></b>

<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b><u>\$ 9000.00</u></b>
---------------------	--	--------------------------

#### PATRIMONIO

Aporte de socios	<u>\$ 9000.00</u>	
------------------	-------------------	--

<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b><u>\$ 9.000.00</u></b>
-------------------------	--	---------------------------

### 4.8.2 Flujo de Caja

Presenta un detalle de ingresos y egresos de dinero de la microempresa en un periodo determinado, nos permite conocer de manera rápida la liquidez de la organización.

Tabla 25:  
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	2016	2017	2018	2019	2020	
Saldo Inicial	\$ 9.000,00	\$ -1.274,38	\$ 10.799,44	\$ 42.262,44	\$ 82.022,69	
INGRESOS	\$ 105.034,32	\$ 168.215,04	\$ 187.251,84	\$ 210.651,84	\$ 235.411,20	
<b>EGRESOS</b>						
Costo de producción	\$ 64.935,65	\$ 96.247,15	\$ 107.791,46	\$ 120.931,16	\$ 135.889,14	
Gastos operacionales	\$ 39.833,04	\$ 42.343,48	\$ 44.232,91	\$ 46.228,31	\$ 48.203,68	
Compra de maquinaria y muebles y enseres	\$ 23.890,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
15 % trabajadores		\$ 6.123,29	\$ 7.818,94	\$ 9.597,75	\$ 11.477,46	
22 % impuesto a la renta		\$ 7.633,70	\$ 9.747,61	\$ 11.965,19	\$ 14.308,56	
<b>Financiamiento</b>						
Préstamo	\$ 15.000,00					
Pago de capital	\$ -	\$ 2.408,55	\$ 2.673,50	\$ 2.967,58	\$ 3.294,01	
Pago de interés	\$ 1.650,00	\$ 1.385,06	\$ 1.090,97	\$ 764,54	\$ 402,20	
<b>Flujo de caja</b>	<b>\$ -1.274,38</b>	<b>\$ 10.799,44</b>	<b>\$ 42.262,44</b>	<b>\$ 82.022,69</b>	<b>\$ 129.644,85</b>	

### 4.8.3 VAN y TIR

Es importante realizar un análisis acerca de la rentabilidad del negocio y sobre todo su viabilidad, para lo cual utilizamos el VAN (Valor Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno), como medida financiera para la evaluación del proyecto.

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Dónde:

I: Inversión Inicial

Q: Flujo de Caja

r: Tasa de descuento

n: Número de años.

<b>VAN</b>	\$ 57.250,68
<b>TIR</b>	55%

#### 4.8.4 PRI

El Periodo de Recuperación de la Inversión permite medir el plazo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su inversión inicial.

Tabla 26:  
Periodo de Retorno de Inversión

<b>Inversión Inicial</b>	\$ 23.890,00
<b>Último Flujo</b>	\$ 31.463,00
<b>Por recuperar</b>	\$ 15.639,31
<b>PRI (años)</b>	<b>2,5</b>

#### 4.8.5 Punto de Equilibrio

Nos indica la cifra de ventas que se debe alcanzar para cubrir los gastos y costos de la microempresa, en consecuencia, no se obtiene ni utilidad ni pérdida.

Tabla 27:  
Punto de Equilibrio 2016

PRECIO DE VENTA	CANTIDADES VENDIDAS	INGRESO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL
23,16	0	\$ -	\$ 28.485,70	\$ 7,99	\$ -	\$ 28.485,70
23,16	939	\$ 21.747,24	\$ 28.485,70	\$ 7,99	\$ 7.503,55	\$ 35.989,25
<b>23,16</b>	<b>1878</b>	<b>\$ 43.494,48</b>	<b>\$ 28.485,70</b>	<b>\$ 7,99</b>	<b>\$ 15.007,10</b>	<b>\$ 43.492,80</b>
23,16	3207	\$ 74.274,12	\$ 28.485,70	\$ 7,99	\$ 25.627,14	\$ 54.112,84
23,16	4536	\$ 105.053,76	\$ 28.485,70	\$ 7,99	\$ 36.247,18	\$ 64.732,88

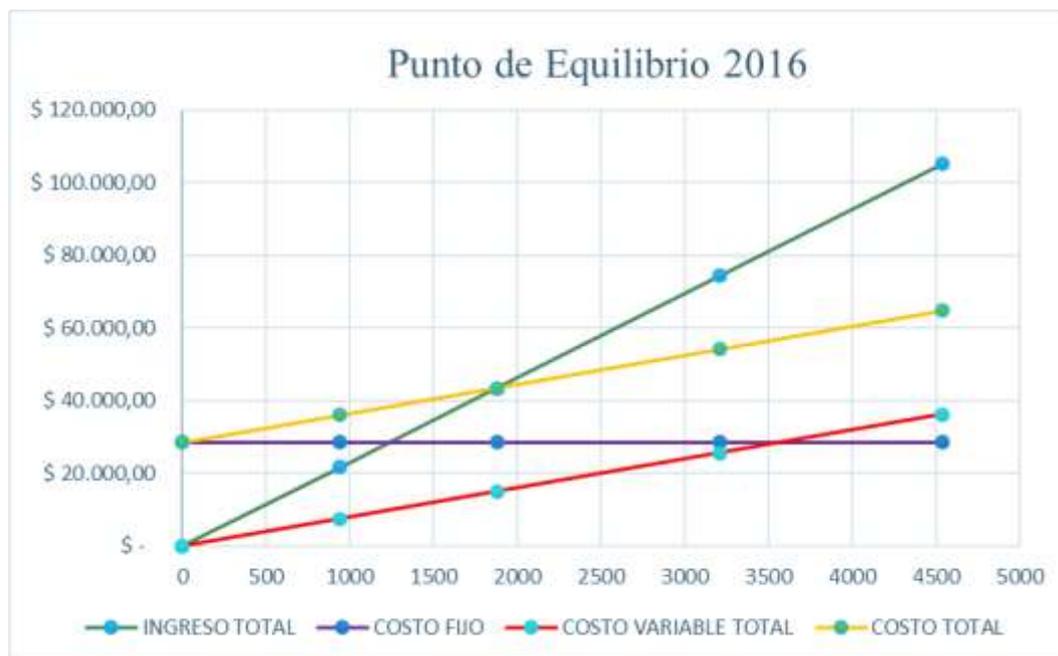


Figura 25. Punto de Equilibrio 2016  
Fuente: Las Autoras

Tabla 28:  
Punto de Equilibrio 2017

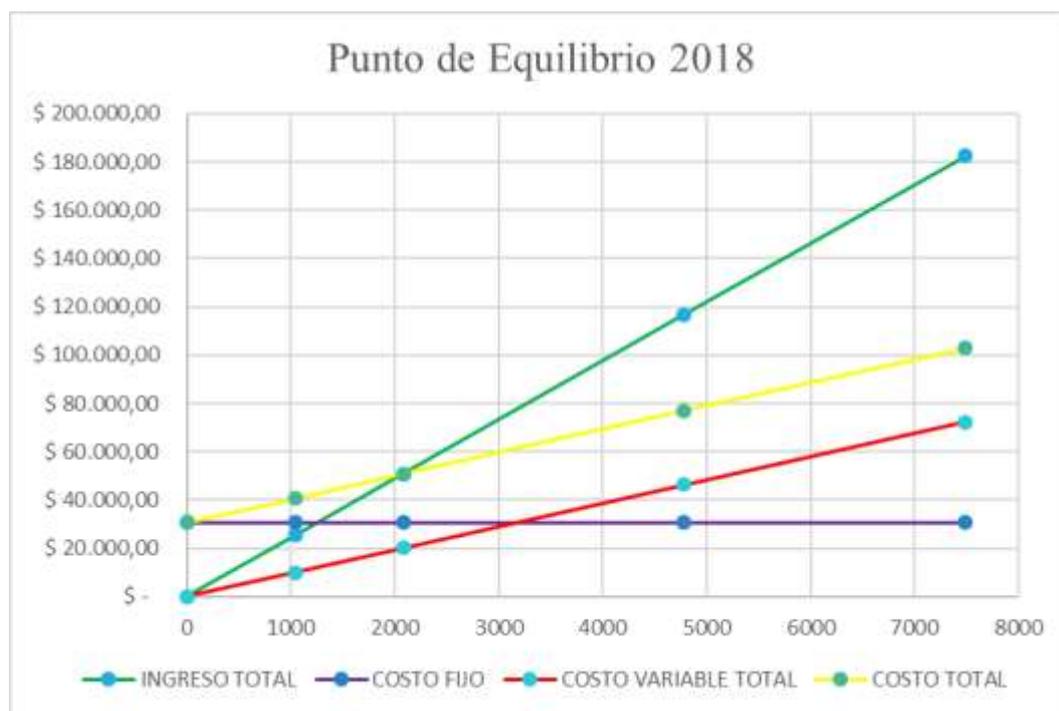
PRECIO DE VENTA	CANTIDADES VENDIDAS	INGRESO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL
23,36	0	\$ -	\$ 29.580,70	\$ 8,79	\$ -	\$ 29.580,70
23,36	1015	\$ 23.711,49	\$ 29.580,70	\$ 8,79	\$ 8.921,14	\$ 38.501,84
<b>23,36</b>	<b>2030</b>	<b>\$ 47.422,98</b>	<b>\$ 29.580,70</b>	<b>\$ 8,79</b>	<b>\$ 17.842,28</b>	<b>\$ 47.422,98</b>
23,36	4615	\$ 107.819,01	\$ 29.580,70	\$ 8,79	\$ 40.565,50	\$ 70.146,20
23,36	7200	\$ 168.215,04	\$ 29.580,70	\$ 8,79	\$ 63.288,72	\$ 92.869,42



Figura 26. Punto de Equilibrio 2017  
Fuente: Las Autoras

Tabla 29:  
Punto de Equilibrio 2018

PRECIO DE VENTA	CANTIDADES VENDIDAS	INGRESO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL
24,38	0	\$ -	\$ 30.663,75	\$ 9,67	\$ -	\$ 30.663,75
24,38	1042	\$ 25.407,56	\$ 30.663,75	\$ 9,67	\$ 10.075,69	\$ 40.739,44
<b>24,38</b>	<b>2084</b>	<b>\$ 50.815,12</b>	<b>\$ 30.663,75</b>	<b>\$ 9,67</b>	<b>\$ 20.151,37</b>	<b>\$ 50.815,12</b>
24,38	4786	\$ 116.694,92	\$ 30.663,75	\$ 9,67	\$ 46.276,83	\$ 76.940,58
24,38	7488	\$ 182.574,72	\$ 30.663,75	\$ 9,67	\$ 72.402,30	\$ 103.066,04



**Figura 27.** Punto de Equilibrio 2018  
**Fuente:** Las Autoras

#### 4.8.6 Análisis de factibilidad y viabilidad económica

El negocio de la producción y comercialización del calzado en el Ecuador ha tenido buena acogida ya que tiene una gran demanda por ser una prenda de vestir que usamos a diario.

Al realizar una segmentación de mercado global entre hombres, mujeres y niños en la ciudad de Guayaquil, encontramos que las mujeres son las mayores demandantes de esta prenda de vestir y es por esto que el presente proyecto se basa en satisfacer la demanda de este segmento de mercado por la acogida incremental que tiene ya sea por necesidad, estilos o tendencias de moda.

Los modelos por producir son: sandalias, plataformas de taco medio y plataformas de taco alto, sus precios están entre \$ 10, \$ 25 y \$ 35 respectivamente, y su incremento será paulatino año tras año analizando la situación económica del país.

Para la puesta en marcha de un negocio de esta naturaleza es necesario cumplir con los requerimientos de las distintas entidades de la localidad. Se necesita hacer una inversión inicial para equipar el lugar donde va a funcionar la empresa para cubrir los costos y gastos

de inicio de la misma, por esta razón se realiza una proyección a 5 años (2016 – 2020) para analizar el comportamiento financiero tentativo para ese periodo.

Una vez realizado este análisis obtenemos un estado de resultado proyectado con los siguientes valores:

Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
\$ -1.384,38	\$ 18.547,04	\$ 22.437,52	\$ 28.112,12	\$ 33.517,19

En las evaluaciones realizadas al proyecto obtenemos los siguientes resultados:

**Valor Actual Neto (VAN) = \$ 57.250,68** que al ser mayor a 0 se interpreta que el proyecto es rentable, es decir que al culminar el quinto año proyectado y una vez canceladas todas las obligaciones contraídas para cubrir los gastos del giro del negocio durante ese periodo vamos a obtener un resultado positivo de \$ 57.250,68.

**Tasa Interna de Retorno (TIR) =** nos indica que nuestra capacidad máxima de endeudamiento es de **55%** sin generar pérdidas y ganancias, al compararla con la de descuento del 12% significa que tenemos 43% de rentabilidad, asumiendo un endeudamiento al 12%.

**Periodo de Retorno de Inversión (PRI) =** nos indica que el plazo en que vamos a recuperar la inversión realizada va a ser de **2.5 años**.

#### **4.9 Plan de acción**

Para los costos de producción se detallan valores de materiales directos e indirectos para la elaboración del calzado según su tipo.

##### **4.9.1 Materiales Indirectos**

Representan el costo fijo para la elaboración del calzado, estimando un incremento del 5% para cada año.

Tabla 30:  
*Materiales Indirectos*

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
lija			\$ 8,00
papel periódico			\$ 10,00
regla			\$ 0,30
caja de mascarillas	1	\$ 3,50	\$ 3,50
cinta métrica			\$ 0,80
tijera			\$ 1,50
caja de desarmadores	1	\$ 4,00	\$ 4,00
estilete			\$ 2,00
playo	1	\$ 6,00	\$ 6,00
lápices			\$ 3,00
marcadores			\$ 5,00
perforadoras (zapatos)	3	\$ 20,00	\$ 60,00
martillo	2	\$ 5,00	\$ 10,00
pinza	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Juego de hormas	70	\$ 15,00	\$ 1.050,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.179,10</b>

#### 4.9.2 Materiales Directos

Se considera como materiales directos a lo requerido para la realización del calzado según su tipo.

Tabla 31:  
*Materiales directos sandalias*

<b>SANDALIAS</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b># PARES</b>	<b>VALOR POR PAR</b>
1 mt	capellada	\$ 10,00	12	\$ 0,83
1 mt	tubular	\$ 0,50	15	\$ 0,03
1 mt	cartón polímeros de fomix	\$ 6,00	12	\$ 0,50
1 mt	tiras decorativas	\$ 3,00	10	\$ 0,30
1 mt	tiras sencillas	\$ 0,30	5	\$ 0,06
1 doc	hebillas	\$ 2,50	12	\$ 0,21
1 u	caja de empaque	\$ 0,50	1	\$ 0,50
1 galon	pegamento	\$ 8,00	30	\$ 0,27
1 lt	limpiador	\$ 6,00	30	\$ 0,20
1 rollo	hilo	\$ 15,00	769	\$ 0,02
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2,92</b>

Tabla 32:  
Materiales directos taco medio

<b>TACO MEDIO</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b># PARES</b>	<b>VALOR POR PAR</b>
1 mt	capellada	\$ 10,00	10	\$ 1,00
1 u	plataforma mediana	\$ 4,50	1	\$ 4,50
1 mt	forro	\$ 10,00	8	\$ 1,25
1 doc	hebillas	\$ 2,50	12	\$ 0,21
1 u	caja de empaque	\$ 0,50	1	\$ 0,50
1 galon	pegamento	\$ 8,00	30	\$ 0,27
1 lt	limpiador	\$ 6,00	30	\$ 0,20
1 rollo	hilo	\$ 15,00	769	\$ 0,02
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 7,94</b>

Tabla 33:  
Materiales directos taco alto

<b>TACO ALTO</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b># PARES</b>	<b>VALOR POR PAR</b>
1 mt	capellada	\$ 10,00	7	\$ 1,43
1 mt	forro	\$ 10,00	7	\$ 1,43
1 u	plataforma grande	\$ 6,00	1	\$ 6,00
1 doc	hebillas	\$ 2,50	12	\$ 0,21
1 u	caja de empaque	\$ 0,50	1	\$ 0,50
1 galon	pegamento	\$ 8,00	30	\$ 0,27
1 lt	limpiador	\$ 6,00	30	\$ 0,20
1 rollo	hilo	\$ 15,00	769	\$ 0,02
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 10,05</b>

#### 4.9.3 Remuneraciones y Beneficios sociales

En el siguiente cuadro se detallan los valores establecidos de remuneraciones y beneficios de acuerdo con cada puesto de trabajo, durante el año 2016 no se considera el rubro de fondos de reserva, que serán agregados a partir del año 2017. Se estima un incremento del 3% anual en las remuneraciones de cada trabajador.

Tabla 34:  
Remuneraciones y beneficios sociales 2016

REMUNERACIONES Y BENEFICIOS SOCIALES AÑO 2016									
GASTOS OPERACIONALES									
<u>PERSONAL ADMINISTRATIVO</u>	# TRABAJADORES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	
Gerente General	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00			\$ 200,00		\$ 48,60	
Asistente Administrativo Contable	1	\$ 373,65	\$ 4.483,80	\$ 373,65	\$ 366,00	\$ 186,83		\$ 45,40	
<b>TOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>		<b>\$ 773,65</b>	<b>\$ 9.283,80</b>	<b>\$ 373,65</b>	<b>\$ 366,00</b>	<b>\$ 386,83</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 94,00</b>	<b>\$ 10.504,27</b>
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>									
Jefe Comercial	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00		\$ 48,60	
Vendedores	2	\$ 375,59	\$ 9.014,16	\$ 751,18	\$ 732,00	\$ 375,59		\$ 91,27	
Despachador	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00		\$ 44,47	
<b>TOTAL PERSONAL DE VENTAS</b>		<b>\$ 1.141,59</b>	<b>\$ 18.206,16</b>	<b>\$ 1.517,18</b>	<b>\$ 1.464,00</b>	<b>\$ 758,59</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 184,34</b>	<b>\$ 22.130,27</b>
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>									<b>\$ 32.634,54</b>
<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>									
<b>PERSONAL DE PRODUCCIÓN</b>									
Jefe de Producción	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00		\$ 48,60	
Operarios	3	\$ 366,92	\$ 13.209,12	\$ 1.100,76	\$ 1.098,00	\$ 550,38		\$ 133,74	
<b>TOTAL PERSONAL DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$ 766,92</b>	<b>\$ 18.009,12</b>	<b>\$ 1.500,76</b>	<b>\$ 1.464,00</b>	<b>\$ 750,38</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 182,34</b>	<b>\$ 21.906,60</b>
<b>TOTAL GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>									<b>\$ 21.906,60</b>
<b>TOTAL DE REMUNERACIONES Y BENEFICIOS SOCIALES AÑO 2016</b>									<b>\$ 54.541,14</b>

Tabla 35:  
Beneficios sociales proyectados

CUADRO DE BENEFICIOS SOCIALES PROYECTADOS					
	2016	2017	2018	2019	2020
GASTOS OPERACIONALES	\$ 32.634,54	\$ 34.566,88	\$ 35.603,89	\$ 36.672,00	\$ 37.772,16
GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 21.906,60	\$ 22.629,60	\$ 23.308,49	\$ 24.007,74	\$ 24.727,97
	<b>\$ 54.541,14</b>	<b>\$ 57.196,48</b>	<b>\$ 58.912,37</b>	<b>\$ 60.679,75</b>	<b>\$ 62.500,14</b>

#### 4.9.4 Costos de Producción

Para determinar el costo de producción se incluyen los valores de mano de obra directa (remuneraciones y beneficios sociales del área de producción), materiales directos, materiales indirectos y costos indirectos de fabricación (50% de alquiler y 80% de energía eléctrica)

Tabla 36  
Costo de producción proyectado

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	\$ 21.906,60	\$ 22.629,60	\$ 23.308,49	\$ 24.007,74	\$ 24.727,97
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>	\$ 36.449,95	\$ 66.607,49	\$ 77.006,86	\$ 88.942,92	\$ 102.634,74
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	\$ 1.179,10	\$ 1.238,06	\$ 1.299,96	\$ 1.364,96	\$ 1.433,20
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>	\$ 5.400,00	\$ 5.772,00	\$ 6.176,16	\$ 6.615,54	\$ 7.093,22
	\$ 64.935,65	\$ 96.247,15	\$ 107.791,46	\$ 120.931,16	\$ 135.889,14

#### 4.9.5 Procesos de elaboración del calzado

Para elaborar el calzado se deben seguir los siguientes procesos:

- **Cortado:** Es la fase donde se elige el modelo de calzado que se desea producir, adquiriendo la plantilla requerida para realizar el corte de cada pieza que conforma el diseño.
- **Aparado:** Es la unión de piezas, donde se engoman las partes para que posteriormente sean cosidas con facilidad.
- **Armado y montado:** Es la etapa de elaboración del calzado, donde el operario coloca el corte sobre la horma y se procede al pegado de la planta.
- **Limpieza de calzado y embalaje:** Es el proceso de terminado de calzado, que consiste en la limpieza de las impurezas, colocación de etiquetas y detalles del calzado para su posterior embalaje en su respectiva caja de cartón, donde se indicará serie, talla, modelo y color.



Figura 28. Producto final  
Fuente: Las Autoras

## CONCLUSIONES

- La idea a defender planteada en el presente proyecto de investigación se confirma luego de haber obtenido los indicadores financieros factibles para la viabilidad del mismo, además del respaldo de la industria nacional por parte del gobierno actual, debido que ha favorecido evidentemente al sector manufacturero, en especial con el producto del calzado.
- La falta de conocimiento en cuanto al estudio de mercado es una gran debilidad para las pequeñas empresas, porque no se invierte en una adecuada infraestructura para llevar a cabo los procesos de elaboración del calzado artesanal para damas en la ciudad de Guayaquil, es por ello que sentimos la necesidad de establecer un mercado meta para cumplir las exigencias de la demanda.
- La producción de calzado para damas y el margen de utilidad deseado son moderadas, a pesar de ello el proyecto es rentable, debido que la producción aumenta significativamente.
- El estudio de la inversión nos permite tomar la decisión de implementar la microempresa mediante los resultados obtenidos y favorables del VAN y el TIR.
- Según el análisis del VAN tenemos como consecuencia que el proyecto es rentable, ya que es mayor a cero (\$57.250,68), lo que indica cuanto es la ganancia luego de haber recuperado la inversión, del mismo modo luego del análisis de la TIR que tuvo como resultado una rentabilidad esperada (55%), con lo que podemos concluir que nuestro proyecto es rentable y el tiempo de recuperación de la inversión es de 2,5 años.
- Se puede evidenciar información relevante mediante las encuestas realizadas que nos ayuda a corroborar que la microempresa tendrá acogida por las mujeres de 16 a 45 años, a quiénes nos dirigimos. De un tamaño de muestra de 328 mujeres encuestadas se comprobó lo siguiente:
  - El 62,8% utiliza frecuentemente sandalias, lo que nos resulta beneficioso debido que es nuestra línea de producto.
  - El 58,3% prefiere utilizar calzado nacional, tomando en cuenta principales características como la calidad, el precio y los modelos.
  - El 52,13% prefiere realizar sus compras mediante catálogos y 68,29% prefiere que su producto sea entregado a domicilio, es por ello que se toma la

decisión de utilizar un modelo de venta por catálogo con estrategias piramidales, para de esta manera incrementar nuestras ventas y atraer la atención de los compradores.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que se cumpla con el plan de negocios establecido en el problema después de haber sido analizado previamente.
- Hacer un estudio de mercado semestral para conocer las variaciones de tendencias en moda que van introduciéndose en el mercado, creando nuevos modelos de calzado y evitando el stock de mercadería.
- Implementar recursos tecnológicos que permitan reducir costos y agilizar el proceso de producción para reemplazar la mano de obra artesanal en un futuro, manteniendo los estándares de calidad.
- Mantener de manera continua la rentabilidad, mediante el acuerdo con los potenciales clientes y buscando nuevos mercados.
- Realizar inversiones periódicas en la publicidad y promoción a fin de que se genere una preferencia de consumo para nuestros posibles compradores.

## BIBLIOGRAFÍA

- A. (04 de 2015). Tipos de Zapatos. Revista ARQHYS.com, 04. Obtenido de <http://10tipos.com/tipos-de-zapatos/>
- Alchundia Plua, G. (diciembre de 2011). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1147/1/TESIS%20Gianella%20Alchundia%20Plua.pdf>
- BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL. (2013). Obtenido de <http://www.bomberosguayaquil.gob.ec/index.php/servicios/permisos.html>
- Borrego, D. (06 de agosto de 2009). herramientasparapymes.com. Obtenido de <http://www.herramientasparapymes.com/que-son-las-4p>
- Cubillo Villegas, E. A. (2014). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6258/1/tesis%20final%20%20CALZADO%20%283%29.pdf>
- Custodio Ruiz, A. (5 de agosto de 2008). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-cientifica/>
- Flores, J. (2012). Plan de Negocio para Pequeñas Empresas. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- GAD MUNICIPAL DE GUAYAQUIL. (2014). Obtenido de <http://www.guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>
- GAD MUNICIPAL DE GUAYAQUIL. (2014). Obtenido de <http://www.guayaquil.gob.ec/locales>
- Macías, V. (01 de abril de 2016). elciudadano.gob.ec. Obtenido de <http://www.elciudadano.gob.ec/la-industria-del-calzado-nacional-se-fortalecio-durante-los-ultimos-anos/>
- Mora Murillo, G., & Suárez Caicedo, A. (enero de 2014). Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/114/1/T-ULVR-0078.pdf>

Pérez, M. (07 de agosto de 2014). ZAPATERIA-ONLINE.NET. Obtenido de <http://www.zapateria-online.net/conoce-clasificacion-calzado/>

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (s.f.). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/inscripcion>

Viejo Ojeda, K. (2013). Obtenido de <http://cia.uagraria.edu.ec/archivos/VIEJO%20OJEDA%20KARINA%20ELIZABETH.pdf>

www.hoy.com.ec. (30 de Julio de 2009). calzadoecuador.com. Obtenido de <http://www.calzadoecuador.com/noticias/2-produccion-de-calzado-ecuatoriano-avanza>

## ANEXOS

### Anexo 1: FORMATO DE ENCUESTA

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Facultad de Ciencias Administrativas



El presente proyecto investigativo trata de un Plan de Negocios para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de calzado artesanal para damas en la ciudad de Guayaquil.

**Objetivo de la encuesta:** Conocer qué tipo de calzado es utilizado frecuentemente por las mujeres.

**Instrucciones Generales:** Lea atentamente cada una de las preguntas, revise todas las opciones y elija con sinceridad la alternativa que más la identifique.

---

### ENCUESTA

Sector: Norte

1.- ¿Qué tipo de calzado utiliza con frecuencia?

Casual       Deportivo       Sandalias

2.- ¿En qué tienda habitualmente compra su calzado?

De Pisar       Payless       De Prati       Ponny Store

Otro: \_\_\_\_\_

3.- Cuando compra un calzado, usted prefiere:

Nacional       Importado

4.- Al momento de comprar un calzado, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?

Marca       Calidad       Precio       Modelo

Confort      Otro: \_\_\_\_\_

5.- Indique la forma de pago que usted acostumbra a realizar al momento de adquirir su calzado.

Efectivo       Crédito Directo       Tarjeta de crédito

6.- ¿Qué tipo de calzado usted prefiere?

Industrial       Artesanal

7.- ¿Usted estaría dispuesta a comprar un calzado que cumple con los estándares de calidad, de precio justo, cómodo y con amplia gama de variedad?

Si       No

8.- ¿De qué manera le gustaría adquirir su calzado?

Catálogo       Página Web       Tienda de calzado

9.- ¿Le gustaría contar con una tienda donde usted tenga la opción de personalizar su calzado?

Si       No

10.- Al momento de adquirir un calzado, ¿Qué colores son de su preferencia?

Colores fuertes (Azul, fucsia, amarillo, etc.)

Colores clásicos (Blanco, negro, café, etc.)

Colores metálicos (Dorado o plateado)

Otros

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado artesanal?

\$ \_\_\_\_\_

12.- ¿De qué forma preferiría usted que sea la entrega de su calzado?

A domicilio       En tienda de calzado      Otro: \_\_\_\_\_

## **Anexo 2: MODELO DE CONTRATO INDEFINIDO**

### **CONTRATO DE TRABAJO INDEFINIDO**

En la ciudad de \_\_\_\_\_, a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_, comparecen, por una parte \_\_\_\_\_ (*Escriba los nombres completos del EMPLEADOR. Si se trata de una persona jurídica colocar el nombre de la compañía, seguida de la frase “debidamente representada por [nombre del representante legal”]*) portadora de la cédula de ciudadanía N° \_\_\_\_\_ (*Escriba la cédula de identidad del EMPLEADOR*) en calidad de EMPLEADOR; y por otra parte, el/la señor(a/ita) \_\_\_\_\_ (*Escriba el nombre del TRABAJADOR*), portador de la cédula de ciudadanía N° \_\_\_\_\_ (*Escriba el número de cédula de ciudadanía del TRABAJADOR*) en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de \_\_\_\_\_ (*ciudad de domicilio de las partes*) y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este *CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO* con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

Al EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se los denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

#### **PRIMERA.- ANTECEDENTES:**

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de un \_\_\_\_\_ (*ingresar cargo requerido*).

#### **SEGUNDA.- OBJETO DEL CONTRATO:**

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades contrata al TRABAJADOR en calidad de \_\_\_\_\_ (*Ingresar cargo del TRABAJADOR*). Revisados los antecedentes de \_\_\_\_\_ (*Escriba los nombres completos del TRABAJADOR*), éste declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

#### **TERCERA.- JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO:**

EL TRABAJADOR cumplirá sus labores en la jornada ordinaria máxima, establecida en el artículo 47 del Código de Trabajo, de lunes a viernes en el horario de \_\_\_\_\_ (*detalle las horas de la jornada de trabajo*), con descanso de \_\_\_\_\_ (*detalle la hora de descanso, ejemplo: una hora para el almuerzo*), de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo.

Las Partes podrán convenir que el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código.

El horario de labores podrá ser modificado por el empleador cuando lo estime conveniente y acorde a las necesidades y a las actividades de la empresa, siempre y cuando dichos cambios sean comunicados con la debida anticipación, conforme el artículo 63 del Código del Trabajo.

Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del Código de la materia.

#### **CUARTA.- REMUNERACIÓN:**

El Empleador, de acuerdo a los artículos 80 y 83 del Código de Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de \_\_\_\_\_ (*colocar la cantidad que será la remuneración en letras y números, ejemplo: SEISCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, USD 600,00*), mediante \_\_\_\_\_ (*detallar la forma de pago, ejemplo: acreditación a la cuenta bancaria del trabajador, efectivo, cheque*).

Además, el Empleador cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 97, 111 y 113 del Código de Trabajo, conforme el Acuerdo Ministerial No. 0046 del Ministerio de Relaciones Laborales. Asimismo, el Empleador reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código de Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

#### **QUINTA.- PLAZO DEL CONTRATO:**

El presente contrato, conforme el artículo 14 del Código de Trabajo, es de plazo indefinido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

#### **SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO:**

El TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en \_\_\_\_\_ (*Escriba la dirección de la compañía*), en la ciudad de \_\_\_\_\_ (*Ingresar la ciudad*), provincia de \_\_\_\_\_ (*Ingresar Provincia y barrio*) para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

**SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:**

En lo que respecta a las obligaciones, derechos y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV “*De las obligaciones del Empleador y del Trabajador*”, a más de las estipuladas en este contrato.

**OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:**

En todo lo no previsto en este Contrato, las partes se sujetan al Código del Trabajo.

**NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:**

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

**DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN:**

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado, firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor.

Suscrito en la ciudad de \_\_\_\_\_ (*Escriba la ciudad*), el día \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

**EL EMPLEADOR**

**EL TRABAJADOR**

### **Anexo 3: REQUISITOS PARA OBTENER DOCUMENTOS DE INICIO DE NEGOCIO**

#### **➤ MUNICIPIO DE GUAYAQUIL**

Requisitos Para Certificado De Uso De Suelo:

- Comprar la tasa de uso de suelo.
- Llenar la solicitud.
- Entregarla en la ventanilla de recepción de uso del suelo (Malecón y 10 de agosto)
- La factibilidad será contestada luego de 10 días. (GAD MUNICIPAL DE GUAYAQUIL, 2014)

En caso de ser factible:

- Comprar la tasa de habilitación
- Completar el formulario para funcionamiento anual (GAD MUNICIPAL DE GUAYAQUIL, 2014)

Requisitos Para Obtener La Tasa De Habilitación:

- Certificado de Uso de Suelo
- Tasa de trámite de por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla ubicada en Clemente Ballén y Pichincha)
- Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite)
- Patente Municipal del año exigible
- Copia de última actualización del RUC
- Copia del Nombramiento, Cédula y Certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica)
- Copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural)
- Tasa por Servicio Contra Incendios (Certificado emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos) del año en curso

- Carta de Concesión o Contratos de Arrendamientos extendidos de manera legal y con copia de cédula del arrendador (adicionalmente los documentos deben ser notariados)
- Copia del pago de los Impuestos Prediales vigentes (de enero a junio el del año anterior, de julio a diciembre se recibe el del año en curso)
- Certificado de Desechos Sólidos (se obtiene en la Dirección de Aseo Cantonal, Mercados y Servicios Especiales, Palacio Municipal en 10 de agosto 112 entre Malecón y Pichincha, piso 3)
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio notariada. (GAD MUNICIPAL DE GUAYAQUIL, 2014)

#### Personas Naturales

#### Requisitos Generales para obtener la Patente:

- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- Original y copia de la última actualización del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Original y copia de la cédula de ciudadanía del contribuyente.
- Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal"
- Copia de las Declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones del impuesto al Valor del ejercicio económico anterior al que va a declarar.
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su fotocopia de cédula de ciudadanía y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio. (GAD MUNICIPAL DE GUAYAQUIL, 2014)

#### Requisitos para funcionamiento anual:

- Copia de la cédula de identidad
- Copia de RUC
- Copia de nombramiento del representante legal
- Copia de la patente del año a tramitar

- Certificado de seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos

➤ **BCBG (BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL)**

Requisitos:

- Cedula de identidad (original y copia)
- Certificado de votación (original y copia)
- RUC (original y copia)
- Copia de Consulta de Uso de Suelo otorgada por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil
- Copia del último pago del Impuesto Predial, o copia de una planilla de servicios básicos con la dirección del establecimiento.
- Factura de compra o recarga del extintor (BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL, 2013)

➤ **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

Requisitos para la inscripción de RUC de personas naturales:

- Cedula de identidad (original y copia a color)
- Certificado de votación (original y copia a color)
- Planillas de servicios básicos (agua, luz y teléfono. Original y copia) (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, s.f.)

## **Anexo 4: REQUISITOS PARA PRÉSTAMO BANCARIO**

### **Banco Pacífico**

Documentación requerida para personas naturales:

- Estabilidad mínima de 2 años en el negocio.
- Copia de RUC.
- Copia de facturas de los últimos 6 meses.
- Copia de declaración de IVA de los últimos 6 meses.
- Copia de declaración de impuesto a la renta de los últimos 3 años.
- Fotocopia a color de cédula de identidad y certificado de votación del deudor y cónyuge.
- Solicitud de crédito.
- Copia de estados de cuenta (bancarios o de tarjetas) de los últimos 3 meses.
- Flujo de caja proyectado por el período del préstamo.
- Respaldos patrimoniales (matrículas, impuestos prediales, etc.)
- Declaración patrimonial actualizada.

Se podrá requerir documentación adicional dependiendo del caso, así como también documentación del bien que se dejará en garantía.

### **Corporación Financiera Nacional**

Requisitos mínimos requeridos para el análisis del crédito:

- Solicitud de crédito.
- Hoja de vida del solicitante y de ser el caso, del administrador del negocio (experiencia sobre manejo).
- Copia de la declaración de impuesto a la renta de los 3 últimos años.
- Copia de las últimas 12 declaraciones del IVA (Impuesto al Valor Agregado).
- Certificado de no mantener obligaciones pendientes con el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) de ser el caso.
- Plan de Inversiones.
- Flujo de caja del negocio (proyectado al tiempo que el crédito).
- Referencias personales, comerciales y bancarias.
- Al menos dos copias de cotizaciones (proformas) de las inversiones a realizar.

- Perfil del negocio impreso para proyectos menores a USD 1'500.000,00.
- Para proyectos nuevos mayores a USD 1'500.000,00 presentar un proyecto de factibilidad que justifique la viabilidad del mismo mediante un estudio de mercado, técnico y financiero.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen, como bienes inmuebles, por ejemplo: Terrenos, edificios, casas, bodegas, etc.
- Certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías (Solo personas jurídicas).
- Declaración notariada y juramentada sobre vinculaciones por propiedad o por gestión, hasta 4to.grado de consanguinidad y 2do.de afinidad con funcionarios de la CFN, suscrita por el solicitante o representante legal.
- Certificado vigente de la Superintendencia de Compañías sobre conformación de accionistas (Solo personas jurídicas).
- Planos de construcción y permisos de funcionamiento, en el caso de obras civiles.

### **Banco BanEcuador**

Requisitos requeridos para solicitud del crédito:

- Presentación de la cédula de ciudadanía o identidad y del certificado de votación del solicitante, cónyuge o conviviente.
- Presentación del RUC o RISE del solicitante.
- Copia de la planilla de cualquier servicio básico con una antigüedad no mayor a 2 meses de la fecha de presentación de la solicitud de crédito.
- Certificado laboral y/o rol de pagos que detalle cargo, tiempo de trabajo y monto líquido que recibes.
- Copia de carta de impuesto predial, escritura de inmueble y/o certificado de gravámenes.
- Copia de matrícula del vehículo (si aplica).
- Copia de la declaración del impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Copia de declaración del impuesto al valor agregado – IVA del último año.

- Plan de inversión del proyecto, con flujo de caja proyectado (para créditos superiores a \$50.000 y hasta \$100.000).
- Proyecto de factibilidad con flujo de caja proyectado (para créditos de más de \$100.000).
- Copia de escrituras, comodato, contrato o certificado de arrendamiento, o documentos que justifique el uso del lugar de inversión.
- Copia del contrato del compromiso de compra-venta del bien a adquirir. (específico para la compra de tierras productivas).
- Consulta a un oficial de negocios para más información sobre los requisitos ya que pueden variar de acuerdo con el tipo de crédito.

Las personas jurídicas que aplican a este crédito también deberán presentar:

- Presentación de la cédula de ciudadanía o identidad y del certificado de votación del representante legal y presidente.
- Copia de la escritura de constitución y última reforma de estatutos de la empresa.
- Copia del nombramiento del representante legal de la empresa.
- Certificado de cumplimiento de obligaciones extendido por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
- Acta de la Junta de socios de la empresa en la que se aprueba solicitar el crédito, detallar garantías y autorizar al representante legal que lo tramite.
- Consulta a un oficial de negocios para más información sobre los requisitos ya que pueden variar de acuerdo con el tipo de crédito.

## **Anexo 5: ENTREVISTA**

### **1) ¿Qué motivación tuvo usted para dedicarse a la elaboración de calzado artesanal para damas?**

Yo, como mujer conozco las necesidades que existen en el mercado y sé lo importante que es usar un calzado cómodo, es por ello que tomo la iniciativa de crear diseños que brinden confort y a la vez sean modernos. Mi motivación es saber que detrás de mis creaciones existen clientes satisfechas y que siempre vuelven, admito que al principio me dio miedo de iniciar con este emprendimiento porque hacerse conocer en un mercado con tantos competidores no es fácil, pero me considero una persona optimista y sé que no será imposible, ya que estoy segura de que la gente siempre busca la calidad al momento de adquirir un producto. Otra razón que me motivo fue el hecho de salir adelante, tener un ingreso adicional para mi hogar, ya que la situación en nuestro país no está nada fácil, siempre me ha gustado trabajar y aprender, es por ello que también asisto a cursos de calzado para estar acorde a las exigencias en cuanto a moda y a capacitaciones en temas de emprendimiento.

### **2) ¿Qué visión esperaría lograr a futuro para su microempresa?**

Formar mi propia microempresa, que mi negocio crezca día a día con la bendición de Dios para así generar plazas de empleo y tener la satisfacción de poder ayudar a varias familias, es por ello que quisiera que mi calzado sea vendido por catálogos, para dejar el producto a precios bajos y así ambos obtener ganancias, ir creciendo de manera lenta pero segura y que muchas mujeres reconozcan la calidad de cada detalle con el que es elaborado el calzado.

### **3) ¿Cuáles son las fortalezas que usted piensa tiene su microempresa?**

Antes de comenzar a elaborar zapatos como les mencione anteriormente realice cursos, ahí aprendí y trabaje con distintos materiales, supe que tela es mejor, que pegamento dura más, entre otras cosas; por esta razón mi objetivo es enfocarme en brindar un producto que ofrezca calidad y durabilidad, no buscaba lo más económico sino lo que en realidad sabía que iba a durar, considero que otra fortaleza es la diversidad y los estilos, ya que además de los modelos que realizo doy apertura a opiniones de mis clientes y amigas, ellas me indican que diseño quieren y yo los elaboro, ya que cada una de ellas tiene un gusto diferente.

**4) ¿Puede usted definir el porcentaje de ventas de acuerdo con el tipo de calzado?**

Llevo elaborando calzado durante 3 años aproximadamente, y en todo este tiempo he conocido clientes con distintos gustos y preferencias, yo ofrezco al público femenino 3 tipos de calzado, las sandalias básicas, sandalias de taco medio y sandalias de taco alto que son las preferidas por mis clientes, si lo debo definir con porcentajes creería que el 50% de mis clientes eligen las sandalias altas, un 30% en taco medio y el 20% restante prefieren las sandalias bajas.

## Anexo 6: GASTOS VARIOS

- **Gastos de funcionamiento**

Tabla 37:

*Gastos de funcionamiento*

<b>GASTOS LEGALES Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO</b>					
	2016	2017	2018	2019	2020
Patente	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 160,00	\$ 180,00
Tasa de habilitación	\$ 130,00	\$ 150,00	\$ 170,00	\$ 190,00	\$ 210,00
Ministerio de Salud	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00
Permiso de Bomberos	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
	<b>\$ 356,00</b>	<b>\$ 396,00</b>	<b>\$ 436,00</b>	<b>\$ 476,00</b>	<b>\$ 516,00</b>

- **Gastos de constitución**

Tabla 38:

*Gastos de constitución*

<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Gastos Notariados	\$ 450,00
Publicación del extracto	\$ 27,50
Inscripción en el Registro Mercantil	\$ 42,00
Afiliación a la Cámara de Pequeña In	\$ 43,00
	<b>\$ 562,50</b>

- **Publicidad**

Tabla 39:

*Gastos de publicidad*

	2016			2017			2018			2019			2020		
	# catálogos	precio	total												
Semestre 1	25	\$ 18,00	\$ 450,00	50	\$ 20,00	\$ 1.000,00	55	\$ 22,00	\$ 1.210,00	60	\$ 24,00	\$ 1.440,00	65	\$ 25,00	\$ 1.625,00
Semestre 2	45	\$ 18,00	\$ 810,00	50	\$ 20,00	\$ 1.000,00	55	\$ 22,00	\$ 1.210,00	60	\$ 24,00	\$ 1.440,00	65	\$ 25,00	\$ 1.625,00
	70		<b>\$ 1.260,00</b>	100		<b>\$ 2.000,00</b>	110		<b>\$ 2.420,00</b>	120		<b>\$ 2.880,00</b>	130		<b>\$ 3.250,00</b>

- **Servicios Básicos**

Tabla 40:

*Gastos de servicios básicos*

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
energía eléctrica	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31
agua potable	\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 381,92	\$ 393,38	\$ 405,18
línea telefónica	\$ 100,00	\$ 103,00	\$ 106,09	\$ 109,27	\$ 112,55
consumo de teléfono	\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 381,92	\$ 393,38	\$ 405,18
internet	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31
	<b>\$ 2.020,00</b>	<b>\$ 2.080,60</b>	<b>\$ 2.143,02</b>	<b>\$ 2.207,31</b>	<b>\$ 2.273,53</b>

- **Gastos Operacionales**

Tabla 41:

*Gastos operacionales*

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Sueldos (administrativo y ventas)	\$ 32.634,54	\$ 34.566,88	\$ 35.603,89	\$ 36.672,00	\$ 37.772,16
Servicios Básicos	\$ 2.020,00	\$ 2.080,60	\$ 2.143,02	\$ 2.207,31	\$ 2.273,52
Alquiler de Planta	\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,00
Publicidad	\$ 1.260,00	\$ 2.000,00	\$ 2.420,00	\$ 2.880,00	\$ 3.250,00
	<b>\$ 38.914,54</b>	<b>\$ 41.947,48</b>	<b>\$ 43.796,91</b>	<b>\$ 45.752,31</b>	<b>\$ 47.687,68</b>

## Anexo 7: DISEÑO DE CATÁLOGO

- Portada



- Contraportada



- Contenido



## **Anexo 8: GLOSARIO**

- **Artesano**

Son personas que realizan su trabajo a mano, con los conocimientos teóricos y prácticos de su oficio, utilizan herramientas manuales es por ello que deben tener destreza y habilidad al momento de elaborar sus creaciones. Pueden trabajar solos o en conjunto a otras personas que son ayudantes o aprendices.

- **Operario**

Es una persona que dentro de la actividad económica de una empresa tiene un oficio de tipo manual o requiere de esfuerzo físico si maneja maquinaria dentro de una fábrica o un taller.

- **Mano de obra**

Se determina así al esfuerzo físico y mental que se aplica en un proceso de elaboración de un bien, en el ámbito contable se comprende por mano de obra al coste vinculado directamente con los trabajadores.

- **Mano de obra directa**

La mano de obra directa se refiere a los trabajadores que están involucrados de manera directa en la producción de bienes y servicios, el costo de mano de obra directa de una empresa es el pago de salarios a los trabajadores que participan en la producción.

- **Mano de obra indirecta**

La mano de obra indirecta es el trabajo empleado por el personal que no contribuye directamente en la transformación de materia prima, es considerada como parte de los costos indirectos de fabricación.

- **Producto terminado**

Son los bienes que después de pasar por un proceso de producción en una empresa, están destinados para el consumidor final, por lo tanto, ya no se requiere modificaciones para ser vendido.

- **Inventario**

Es un documento que registra los bienes propios y disponibles de una empresa, disponibles para la venta.