



CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, MEDIANTE EL
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA
MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACION Y
COMERCIALIZACION DE ZAPATOS DE NIÑOS Y NIÑAS, UBICADA AL
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Proyecto previo a la obtención de título de Tecnología en Administración Bancaria y
Financiera.

Autora: Andrea Guadalupe Arévalo Sarchi

Tutor: Ing. Nora Chamorro

Quito, Octubre 2015

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad. (Varios, Declaratoria, 2015)

Andrea Guadalupe Arévalo Sarchi

040159924-6

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **ANDREA GUADALUPE AREVALO SARCHI** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 0401599246 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE ZAPATOS DE NIÑOS Y NIÑAS, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA

NOMBRE

Andrea Arévalo

CEDULA

040159924-6

Quito, a los

APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE ZAPATOS DE NIÑOS Y NIÑAS, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

AGRADECIMIENTO

Para llegar a culminar mi carrera con gran éxito quiero hacer el más sincero agradecimiento de manera espiritual a Dios por las bendiciones recibidas durante el trayecto de esta investigación.

Al ITSCO quien me abrió las puertas de su institución para permitirme estudiar y hoy convertirme en una profesional.

A la Ing. Nora Chamorro por haber aceptado ser mí tutora y orientarme para poder conseguir mi titulación.

A mi madre por su formación y esfuerzo económico durante toda esta etapa de estudio.

A mi esposo por su apoyo incondicional.

DEDICATORIA

A mi madre por su apoyo incondicional.

A mi hermano Rubén por su compañía.

A mi esposo Armando Neto por todo su apoyo.

A mi hija Emily por su comprensión.

INDICE GENERAL

Contenido

DECLARATORIA	i
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
INDICE GENERAL	v
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE GRÁFICOS	xiii
INDICE DE FIGURAS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xv
CAPITULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.01 Justificación	2
1.02 Antecedentes	3
CAPITULO II	6
ANÁLISIS SITUACIONAL	6
2.01 Ambiente Externo	6
2.01.01 Factor Económico	6
2.01.01.01 Producto Interno Bruto	6
2.01.01.02 Inflación	8
2.01.01.03 Tasas de Interés	9
2.01.01.03.01 Tasa de Interés Activa	10
2.01.01.03.02 Tasa de Interés Pasiva	12
2.01.01.04 Balanza Comercial	13
2.01.01.04.01 Importaciones	13
2.01.01.04.02 Exportaciones	13

2.01.02 Factor Político-Social	15
2.01.02.01 POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA)	16
2.01.02.01.02 Nivel de Empleo	17
2.01.02.01.03 Nivel de Desempleo	17
2.01.03 Factor Legal	18
2.01.04 Factor Tecnológico	20
2.02 Entorno Local	21
2.02.01. Clientes	21
2.02.01.01 Clientes Internos	21
2.02.01.02 Clientes Externos	22
2.02.02 Proveedores	23
2.02.03 Competidores	24
2.03 Análisis Interno	24
2.03.01 Propuesta Estratégica	24
2.03.01.01 Misión	25
2.03.01.02 Visión	25
2.03.01.03 Objetivos	25
2.03.01.03.01 Objetivo General	25
2.03.01.03.02 Objetivos Específicos	25
2.03.01.04 Principios y Valores	26
2.03.01.04.01 Principios	26
2.03.01.04.02 Valores	26
2.03.02 Gestión Administrativa	27
2.04 Análisis FODA	35
CAPITULO III	37
ESTUDIO DE MERCADO	37
3.01. ANALISIS DEL CONSUMIDOR	37

3.01.01 DETERMINACION DE LA POBLACION Y MUESTRA	38
<i>3.01.01.01 POBLACION</i>	38
<i>3.01.01.02 MUESTRA</i>	38
3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información	40
3.02 Oferta	52
3.02.01 Oferta Histórica	52
3.02.02 Oferta Actual	52
3.02.03 Oferta Proyectada	54
3.03 Demanda	54
3.03.01 Demanda Histórica	55
3.03.02 Demanda Actual	55
3.02.03 Demanda Proyectada	56
3.04 Balance Oferta – Demanda	56
3.04.01 Balance Actual Oferta- Demanda	57
3.04.02 Balance Proyectado	57
CAPITULO IV	58
ESTUDIO TECNICO	58
4.01 Tamaño del Proyecto	58
4.01.01 Capacidad Instalada	58
4.01.02 Capacidad Óptima	59
4.02 Localización	60
4.02.01 Macro localización	60
4.02.02 Micro localización	61
4.02.03 Localización Óptima	62
4.03 Ingeniería del Producto	63
4.03.01 Definición del Bien o Servicio	63
4.03.02 Distribución de la Planta	63

4.03.03 Proceso Productivo.....	67
CAPITULO V.....	70
ESTUDIO FINANCIERO.....	70
5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	70
5.01.01 Ingresos Operacionales.....	70
5.01.02 Materia Prima Directa.....	71
5.01.03 Mano de Obra Directa.....	72
5.01.04 Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F).....	75
5.01.05 Ingresos Operacionales.....	76
5.01.06 Ingresos proyectados.....	77
5.01.01 Ingresos no Operacionales.....	77
5.02 COSTOS.....	77
5.02.01 Costos Directos.....	78
5.02.02 Costos Indirectos.....	78
5.02.03 Gastos Administrativos.....	79
5.02.04 Gasto de Venta.....	82
5.02.05 Costos Fijos y Variables.....	84
5.02.06 Inversiones.....	85
5.02.07 Inversión de Activos Fijos.....	85
5.02.08 Inversión de Activos Diferidos.....	85
5.02.09 Capital de Trabajo.....	85
5.02.10 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	86
5.02.11 Amortización de Financiamiento.....	87
5.02.07 Depreciaciones.....	89
5.02.08 Estado de Situación Inicial.....	90
5.02.09 Flujo de Caja Proyectado.....	92
5.03 Evaluación.....	93

5.03.01 Tasa de Descuento	93
5.03.02 Cálculo del Valor Presente Neto (VPN o VAN)	93
5.03.02 Calculo de la Tasa Interna de Retorno	94
5.03.03 Periodo de Recuperación de la Inversión	95
5.03.04 Relación Beneficio/Costo	96
5.03.05 Punto de Equilibrio	97
<i>5.03.05.01 Punto de Equilibrio en Dólares</i>	97
<i>5.03.05.02 Punto de Equilibrio en Unidades</i>	99
5.04 Análisis de Índices Financieros	101
CAPITULO VI	106
ANALISIS DE IMPACTOS	106
6.01 Impacto Ambiental	106
6.02 Impacto Económico	107
6.03 Impacto Productivo	107
6.04 Impacto Social	108
CAPITULO VII	109
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
7.01 Conclusiones	109
7.02 Recomendaciones	110
BIBLIOGRAFÍA	111
ANEXOS	116

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB Anual.....	7
Tabla 2 Tasas de Inflación	8
Tabla 3 Tasa de Interés Activa Anual	10
Tabla 4 Tasas de Interés Pasiva Anual.....	12
Tabla 5 Balanza Comercial	14
Tabla 6 Clientes.....	22
Tabla 7 Proveedores	23
Tabla 8 Gestión Funcional	29
Tabla 9 Análisis FODA.....	36
Tabla 10 Ambiente Interno	36
Tabla 11 Pregunta 1	44
Tabla 12 Pregunta 2	45
Tabla 13 Pregunta 3	46
Tabla 14 Pregunta 4	47
Tabla 15 Pregunta 5	48
Tabla 16 Pregunta 6	49
Tabla 17 Pregunta 7	50
Tabla 18 Pregunta 8	51
Tabla 19 Resultado de la Encuesta.....	53
Tabla 20 Oferta Actual.....	53
Tabla 21 Oferta	54
Tabla 22 Demanda Actual.....	55
Tabla 23 Demanda Proyectada.....	56

Tabla 24 Balance Actual Oferta- Demanda	57
Tabla 25 Balance Proyectado.....	57
Tabla 26 DIMENSIONES DE CAPACIDAD INSTALADA.....	59
Tabla 27 DIMENSIONES DE CAPACIDAD ÓPTIMA	59
Tabla 28 Ubicación	60
Tabla 29 PONDERACION DE SECTOR	62
Tabla 30 Códigos de Cercanía	64
Tabla 31 Razones de Cercanía	64
Tabla 32 Maquinaria, Herramientas y Equipos.....	69
Tabla 33 Tiempo del Proceso de producción.....	71
Tabla 34 Materia Prima Directa.....	71
Tabla 35 Mano de Obra Directa.....	74
Tabla 36 Costos Indirectos de Fabricación	75
Tabla 37 Costo de Producción Unitario	76
Tabla 38 Ingresos Operacionales	76
Tabla 39 Ingresos Operacionales	77
Tabla 40 Costos Directos	78
Tabla 41 Costos Indirectos.....	78
Tabla 42 Gastos Administrativos	79
Tabla 43 Material de aseo	80
Tabla 44 Suministros de Oficina.....	80
Tabla 45 Proyección de Gastos Administrativos	81
Tabla 46 Gasto de Venta.....	82
Tabla 47 Proyección del gasto de venta.....	83
Tabla 48 Amortización de Financiamiento	87

Tabla 49 TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO.....	88
Tabla 50 Amortización del Diferido	88
Tabla 51 Depreciaciones	89
Tabla 52 ESTADO DE SITUACION INICIAL	90
Tabla 53 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	91
Tabla 54 TMAR O TASA DE DESCUENTO.....	93
Tabla 55 CALCULO DEL VAN	94
Tabla 56 CALCULO DEL TIR.....	94
Tabla 57 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	95
Tabla 58 TIEMPO DE RECUPERACION.....	96
Tabla 59 Relación Beneficio/Costo	96
Tabla 60 PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES	98
Tabla 61 Costos Fijos.....	99
Tabla 62 Demostración	100

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 PIB Sectorial Manufacturero	7
Gráfico 2 Inflación Anual	9
Gráfico 3 Tasa de Interés Activa Mensual	11
Gráfico 4 Tasa de Interés Pasiva Mensual 2015	12
Gráfico 5 Balanza Comercial	14
Gráfico 6 Población Económicamente Activa	16
Gráfico 7 Pregunta 1	44
Gráfico 8 Pregunta 2	45
Gráfico 9 Pregunta 3	46
Gráfico 10 Pregunta 4	47
Gráfico 11 Pregunta 5	48
Gráfico 12 Pregunta 6	49
Gráfico 13 Pregunta 7	50
Gráfico 14 Pregunta 8	51

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama Estructural.....	28
Figura 2 Flujo grama de Producción.....	32
Figura 3 Logotipo.....	34
Figura 4 Slogan	34
Figura 5: Mapa parroquia San Isidro del Inca.....	61
Figura 6: Mapa de Ubicación Exacta de la Microempresa	61
Figura 7 Esquema de Distribución de Planta	67
Figura 8 Esquema del proceso productivo	68

RESUMEN EJECUTIVO

EMILY'S SHOES es una microempresa que se dedica a la elaboración y comercialización de zapatos para niños y niñas que viene implantado una plantilla ortopédica lavable, a su vez desarrolla nuevos modelos dejando a un lado los clásicos existentes en el mercado y así satisfacer los gustos y necesidades de los consumidores.

Para realizar el estudio de este proyecto se realizó una investigación por medio de encuestas donde se constató que hay un porcentaje bastante significativo de demanda insatisfecha en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, donde aún no hay la existencia de empresas dedicadas a la elaboración de este producto, únicamente hay comercializadoras.

EMILY'S SHOES saca al mercado un producto con beneficios para la salud de los pies en los niños, elaborado con materia prima nacional, a precios cómodos para clientes de target medio y bajo.

ABSTRACT

EMILY'S SHOES is a micro-enterprise that is dedicated to the development and marketing of shoes for children that has implemented a washable orthotic turn develops new models aside existing in the market classic and satisfy the tastes and needs consumer.

For the study of this project research through surveys where it was found that there is a fairly significant percentage of unsatisfied demand in the northern sector of the Metropolitan District of Quito, where there is still the existence of companies involved it was held to developing this product is no traders only.

EMILY'S SHOES launches a product with health benefits feet in children, made with local raw materials, at affordable prices for customers of medium and low target.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como propósito la elaboración y comercialización de zapato para niñas y niños ubicado en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, este estudio tiene como objetivo satisfacer la demanda de este producto que es de primera necesidad, ya que el crecimiento poblacional se da a diario a nivel nacional.

Como es de conocimiento la tendencia y la moda en el sector del calzado, es cada día más extenso y variado, por lo tanto el estudio de este proyecto de elaboración y comercialización de zapatos para niño y niñas se realizará con el fin de explotar toda la capacidad de elaborar variados diseños, logrando posicionarnos en el mercado, y a su vez nos permita crecer y evolucionar dentro del mercado competitivo.

Para la elaboración de los zapatos es muy importante indicar que se va a utilizar la mano de obra de los artesanos que con su capacidad, conocimiento y experiencia se logrará aprovechar de mejor manera los recursos materiales, económicos y a su vez se generara fuentes de empleo para la sociedad.

La materia prima nacional juega un papel muy importante para la elaboración y comercialización de zapatos para niños y niñas, se lo hará en cuero y de esta manera se introduce al mercado un producto innovador que contiene una plantilla ortopédica que a su vez corrige el pie plano en los niños.

En la actualidad las nuevas leyes que se han creado con respecto a la economía están enfocadas al cumplimiento de políticas con el fin de que los proyectos de emprendimiento como el que se está realizando el estudio contribuyan al apoyo de la Matriz Productiva y al desarrollo del Plan de Buen Vivir.

1.01 Justificación

El propósito de este proyecto es elaborar y comercializar zapatos de niños y niñas de excelente calidad con plantillas ortopédicas ya que de esta manera se podrá ayudar a corregir el pie plano en los niños sabiendo que es una de las formas más económicas para corregir esta mal formación antes de hacer un tratamiento médico más costoso, como también facilitara el lavado de dichas plantillas.

Se ha detectado una demanda insatisfecha de este producto en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, es por este motivo que se ha considerado esta zona para desarrollar este proyecto que podrá contribuir al desarrollo social y al sector secundario de la economía dentro de la industria del calzado, las estadísticas indican que hay un crecimiento poblacional establecido que por cada mujer activa

sexualmente nacen dos hijos, además la población infantil usa zapatos en un tiempo estimado de tres a cinco meses en las primeras etapas de crecimiento que es donde este producto va enfocado.

Con este proyecto se generara nuevas fuentes de empleo así se apoyará a disminuir el desempleo en nuestro país.

Cabe indicar que para llevar a cabo este proyecto se utilizara la mano de obra artesanal y la tecnología ya que la experiencia y los conocimientos forman una parte fundamental en la elaboración de zapatos para niños y niñas en etapa de crecimiento, y se hará un análisis detenido de la calidad de la materia prima necesaria para poder determinar el costo de producción, factores como la competencia, precio, aceptación del producto en el mercado competitivo.

En la actualidad la innovación conforme la tecnología avanza es por eso que la comercialización se la hará por medio de un catálogo o una revista que será entregada en los diversos centros de comercialización como almacenes de calzado, centros comerciales, diferentes ferias del calzado que se dan los fines de semana en esta zona.

1.02 Antecedentes

El zapato es una pieza que se lleva en los pies y sirve para protegerlos mientras realizamos diferentes tareas, el uso de los zapatos ha dado un giro de 360° que hoy en día algunos de ellos se los considera como obras de arte y han recopilado

una larga lista de fetichistas tras ellos, pero para llegar hasta aquí el calzado recoge una larga historia.

El primer zapato del que se tiene conocimientos es una sandalia que se encontró en Estados Unidos y data desde el 7000 a.C. Sin embargo, no fue el 3500 a. C cuando se comenzó a usar el calzado fabricado con cuero, los primeros diseños no eran complejos, a menudo simples "bolsas de pie" de cuero para proteger a los pies de las rocas, escombros y el frío. (Sence, 2012, pág. 01)

Al igual que otros inventos, objetos y costumbres, la aparición del zapato data de las civilizaciones antiguas, no solo se usaba para proteger los pies sino era un símbolo que marcaba diferencias entre los seres humanos, por ejemplo en Egipto solo el faraón y los dignatarios podían llevar calzado. En Grecia lo usaban los hombres libres y son ellos quien empezó a adaptar los zapatos a todo tipo de pie y actividad. (TARINGA, 2010, pág. 01).

Llevar unos zapatos de talla adecuada para que no nos duelan los pies y sufran deformaciones es un factor muy importante cuando se trata de los zapatos de nuestros niños, el calzado tiene que seleccionarse según la edad y el crecimiento del niño ya que cumple dos funciones vitales: la primera es que protege el pie del contacto del suelo y la segunda que ayuda al apoyo del niño para mantener una adecuada postura del órgano.

Cuando los niños usan zapatos inadecuados puede ocasionar consecuencias negativas e irreversibles a la hora de caminar es por ello que se debe tomar en cuenta

que aunque los padres ahorren tiempo y dinero no es saludable comprarles zapatos de una talla más grande para que puedan utilizarlos más tiempo o preservar aquellos que ya están viejos hasta desgastarse.

(ZAPATOS, 2015, pág. 01)

CAPITULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

Un análisis situacional es un estudio a profundidad de la organización en el que se logran identificar elementos internos como las fortalezas y debilidades y elementos externos como las amenazas y las oportunidades. De hecho es muy importante mencionar que el análisis situacional es un elemento fundamental del proceso de planeación estratégica de una compañía. (SULCER VALDEZ & PEDROZA ESCANDON, 2004, pág. 23).

Por medio de este análisis donde se toma en cuenta todos los factores o indicadores que afectan de forma positiva y negativa a una empresa nos permitiremos identificar las fortalezas y debilidades, las oportunidades y amenazas y a su vez visualizar los posibles riesgos de este proyecto.

2.01 Ambiente Externo

Para la elaboración y comercialización de zapatos para niños y niñas se han analizado varios factores para conocer la situación socioeconómica del país y la influencia sobre este proyecto.

2.01.01 Factor Económico

2.01.01.01 Producto Interno Bruto

El Producto Interno Bruto (PIB) es la principal variable de la economía; según el Banco Central del Ecuador, “es el valor de los bienes y servicios de uso

final generados por los agentes económicos durante un periodo...". (FONSECA, Recuperado 2015)

Tabla 1 PIB Anual

Año	Porcentaje
2011	7,8
2012	5,1
2013	4,5
2014	4,9
2015	3,7*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Andrea Arévalo

Como podemos ver en la Tabla 1 del Pib Anual en los últimos 5 años nuestro país tiene una producción de bienes y servicios de forma estable, cabe indicar que este 2015 tiene una inclinación a bajar por la caída del precio del petróleo y eso afecta a la economía del país como a nivel mundial. Por tanto es una *oportunidad de carácter alto*.

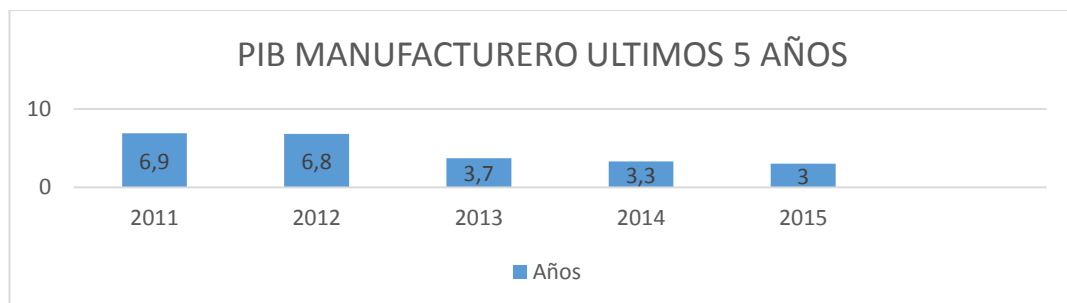


Gráfico 1 PIB Sectorial Manufacturero

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Andrea Arévalo

Este grafico indica el PIB sectorial en los últimos 5 años, dando a conocer que el 2011 – 2012 llegó a tener una estabilidad aproximadamente del 6% pero en los siguientes 3 años se ha dado un porcentaje a la baja del 3%, pese a estos datos se puede decir que existe una estabilidad económica.

Análisis: Según los datos estadísticos que ha dado a conocer el Banco Central, el PIB está en constante crecimiento durante los últimos 3 años, aunque en porcentajes mínimos el sector manufacturero está contribuyendo al crecimiento del PIB anual, esto es muy importante al momento de hacer el estudio de este proyecto porque se convierte en una *oportunidad de carácter alto* ya que el producto que se va a sacar al mercado pertenece a este sector y de esta manera se apoyará al cambio de la Matriz Productiva.

2.01.01.02 Inflación

La inflación es el aumento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios de una economía en un periodo generalmente determinado de un año. (LEGNA VERMA & GONZALES MORALES, 2010, pág. 137)

Tabla 2 Tasas de Inflación

INFLACION DEL 2011 AL 2015	
AÑO	PORCENTAJE
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
2013	2,70
2014	3,67
2015	4,87*

Fuente: Banco central del Ecuador
Autor: Andrea Arévalo

Como se puede observar en la tabla de porcentajes el país ha venido sufriendo cambios en los últimos años, es así que la inflación más alta del 5,41% se

da en el 2011 y la más baja se da en el 2013, pero en el 2014 volvió a incrementarse y se está avizorando escalar más para el 2015, el Presidente de la República debe tomar medidas económicas, para bajar estos altos índices de inflación y no perjudicar al pueblo ecuatoriano.

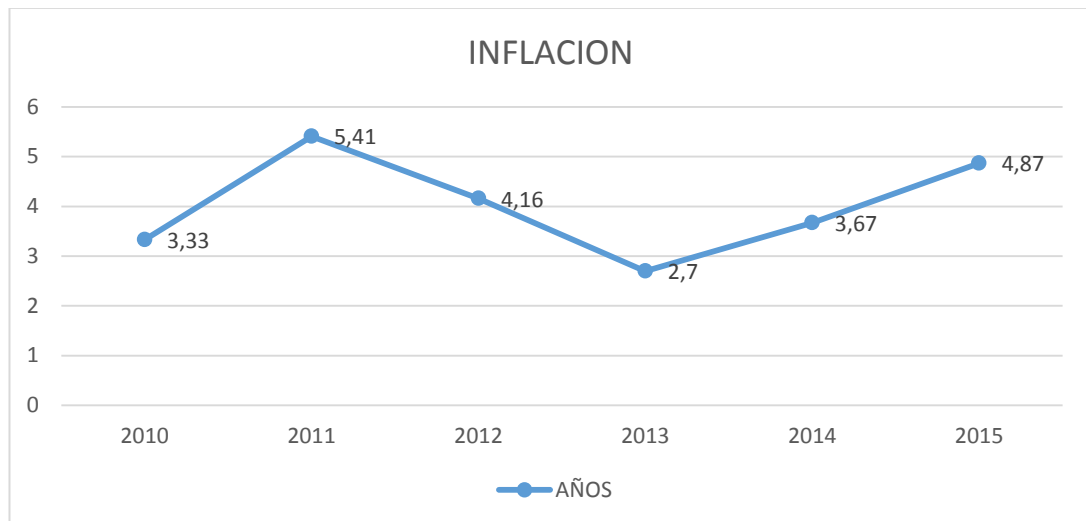


Gráfico 2 Inflación Anual
Fuente: Banco Central
Autor: Andrea Arévalo

Análisis.- La inflación para este año pretende subir por una serie de factores que se están suscitando uno de ellos es la caída del precio del crudo es por esto que desde el 2014 la inflación subió en este caso es una *amenaza de carácter alto* que afecta de forma negativa a la empresa ya que si no se tiene estabilidad en el índice de los precios al consumidor no hay un mayor poder adquisitivo en la población económicamente activa.

2.01.01.03 Tasas de Interés

Siendo el interés la ganancia de dinero o la remuneración que corresponde por el “trabajo de un capital”, el derecho moderno acepto la noción del interés y lo definió como “un tributo por el uso de dinero ajeno”. (PALACIOS GOMERO, 2006, pág. 47)

2.01.01.03.01 Tasa de Interés Activa

Porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca. (HERNANDEZ MANGONEZ, 2006, pág. 322)

Tabla 3 Tasa de Interés Activa Anual

Tasa de Interés del 2011 al 2015

2011	8,37
2012	8,25
2013	8,17
2014	8,16
2015	8,06*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Andrea Arévalo

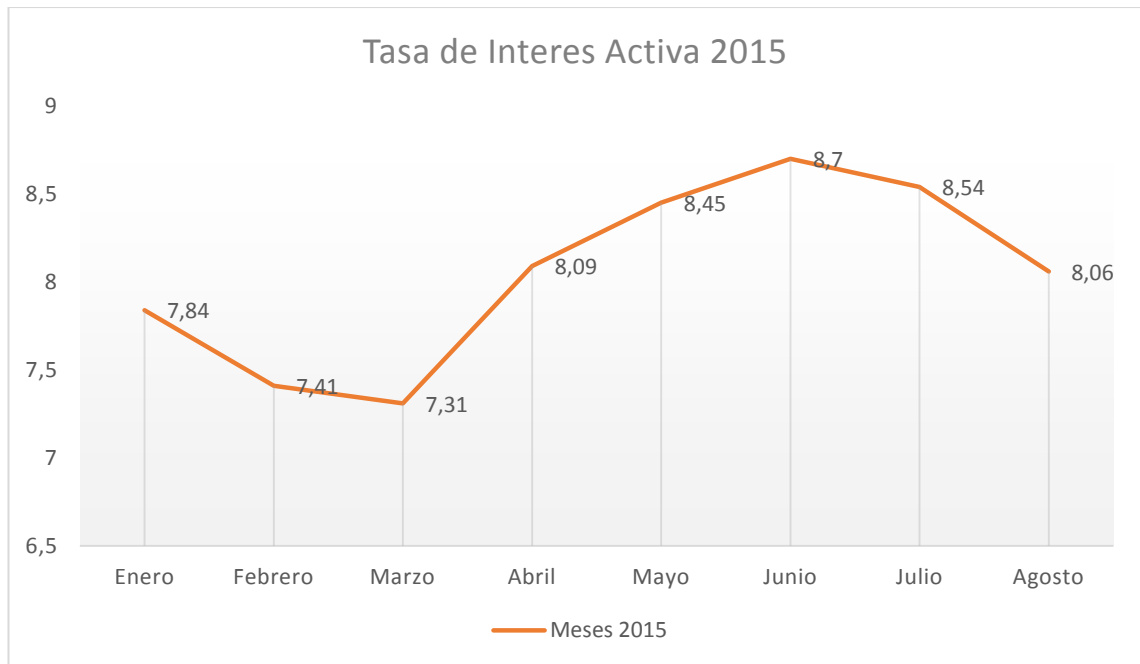


Gráfico 3 Tasa de Interés Activa Mensual

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis: Los datos históricos que presenta en la tabla 3, indica que en los últimos 5 años la tasa de interés activa se ha mantenido estable con el 8%, a su vez la tasa de interés mensual correspondiente hasta agosto del 2015 muestra en el gráfico 2 una tendencia de mantenerse en el 8,06%, para la creación de esta empresa es una *amenaza de carácter bajo*, ya que el interés que se pague por un préstamo adquirido será más bajo y se puede acceder a montos significativos al realizar un préstamo para la producción, este es el objetivo por el cual el gobierno modificó la Ley monetaria y financiera, pero para las entidades financieras es una amenaza ya que no lucrarán de la misma manera que hace una década es por eso que últimamente se ha percibido fusiones de algunos bancos privados.

2.01.01.03.02 Tasa de Interés Pasiva

Porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. (HERNANDEZ MANGONEZ, 2006, pág. 322)

Tabla 4 Tasas de Interés Pasiva Anual

Tasa de Interés del 2012 al 2015

2012	4,81
2013	4,53
2014	5,14
2015	5,55*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Andrea Arévalo

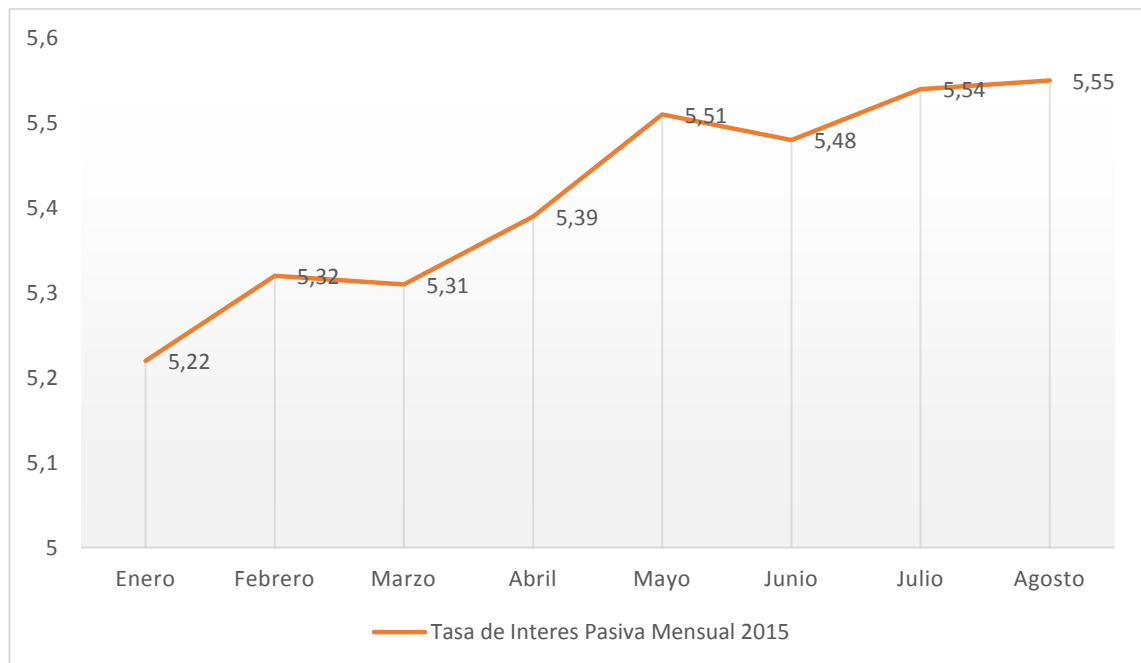


Gráfico 4 Tasa de Interés Pasiva Mensual 2015

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Andrea Arévalo

Análisis: En la tabla 2 la tasa de Interés Pasiva Anual en los últimos 4 años tiene una tendencia a subir, así como también la Tasa mensual tiene un incremento aproximado del 5,5% que se convierte en una gran *oportunidad de carácter bajo*,

tanto para empresas nuevas como para las que ya están en el mercado ya que pueden hacer inversiones para obtener ganancias, y con eso en lo posible adquirir materia prima, maquinaria, o volver a invertir para acumular un fuerte capital y así tener un garantía adquirir para un préstamo.

2.01.01.04 Balanza Comercial

La Balanza Comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un periodo y es uno de los componentes de la Balanza de Pagos. El saldo de la Balanza Comercial es la diferencia entre exportaciones e importaciones, es decir entre el valor de los bienes que un país vende al exterior y el de los que compra a otros países. (Balanza_Comercial, 2014, pág. 01)

2.01.01.04.01 Importaciones

Consisten en las compras realizadas por parte de un país en el extranjero, es decir, los bienes comprados en el extranjero y consumidos en el país en cuestión. Las importaciones restan en la balanza comercial.

2.01.01.04.02 Exportaciones

Son los bienes producidos en un país que venden y consumen por el resto de países. Las exportaciones suman dentro de la balanza comercial.

Tabla 5 Balanza Comercial

Balanza Comercial			
Años	Exportaciones	Importaciones	Balanza C.
2011	22.322	23.010	-688
2012	12.256	11.850	406
2013	12.146	12.945	-799
2014	13.426	12.742	684
2015	9.825	11.042	-1.217

Fuente: Banco Central
Autor: Andrea Arévalo

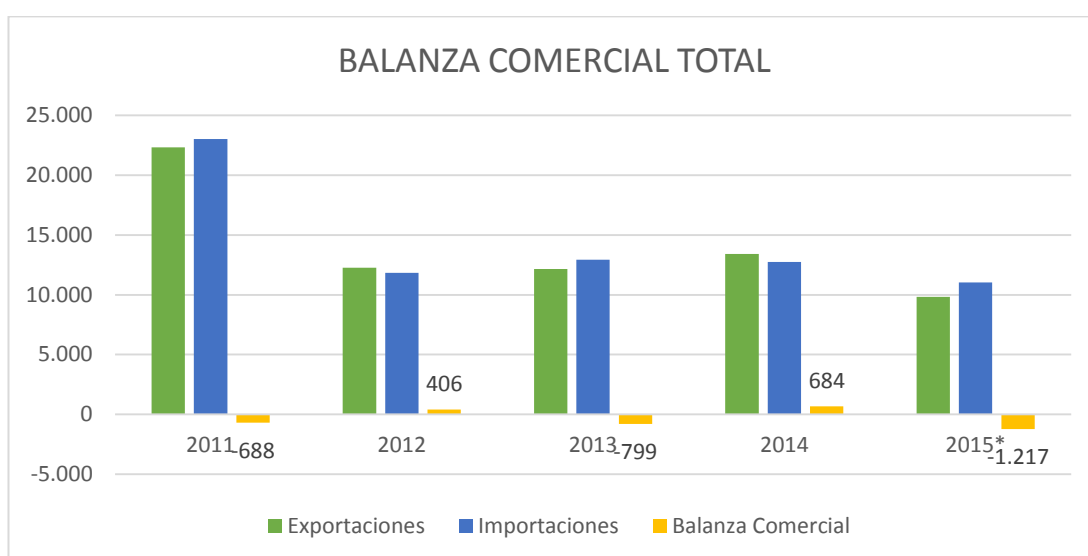


Gráfico 5 Balanza Comercial

Fuente: Banco Central
Autor: Andrea Arévalo

Análisis: Se observa en la tabla y gráfico N° 5 en los años 2012 y 2014 hubo un superávit en la balanza comercial, pero a su vez en los años 2011, 2013 y en el primer semestre del 2015 posee un déficit, este indicador afecta de forma negativa a la empresa ya que por la devaluación de la moneda de los vecinos países de Colombia y Perú, los ecuatorianos están consumiendo los productos exportados ya que por el cambio de moneda emerge más económico comprar afuera que en nuestro mismo país. El gobierno debería tomar medidas de salvaguardias urgentes para contrarrestar el déficit de la balanza comercial que se está suscitando en el país,

como también incentivar a que toda la población consuma productos “Hecho en Ecuador”, y a su vez se incrementen las exportaciones. Por tanto es una *amenaza de carácter medio*.

2.01.02 Factor Político-Social

Son las fuerzas que actúan dentro de la sociedad y que afectan las actitudes, intereses y opiniones de las personas e influyen en sus decisiones. Los cambios demográficos, tienen un impacto directo sobre las instituciones públicas.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la Matriz Productiva. Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. (SENPLADES, 2015)

Ecuador es un país que en los últimos años de gobierno del actual presidente Rafael Correa ha venido sufriendo una serie de cambios de acuerdo a las medidas socioeconómicas que implanto para la vez de regular las instituciones públicas y privadas, con el fin de acabar con la corrupción de siempre, para esto el plan nacional del buen vivir que quiere lograr el mandatario, basado en el cambio de la

Matriz Productiva se quiere conseguir un país industrializado elaborando productos con materia prima nacional y poder exportar a otros países.

Con el estudio de este proyecto se desea cumplir con este objetivo del plan del buen vivir enfocado al desarrollo del país mediante la creación de nuevas empresas enfocadas a la transformación en las estructuras productivas que promuevan la sustitución de importaciones.

2.01.02.01 POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA)

Es la parte de la población total que participa en la producción económica, para fines estadísticos se contabiliza en la PEA a todas las personas mayores de cierta edad que tienen empleo o que, no teniéndolo, están buscando o la espera de alguno. (FINANZAS, 2015, pág. 01).

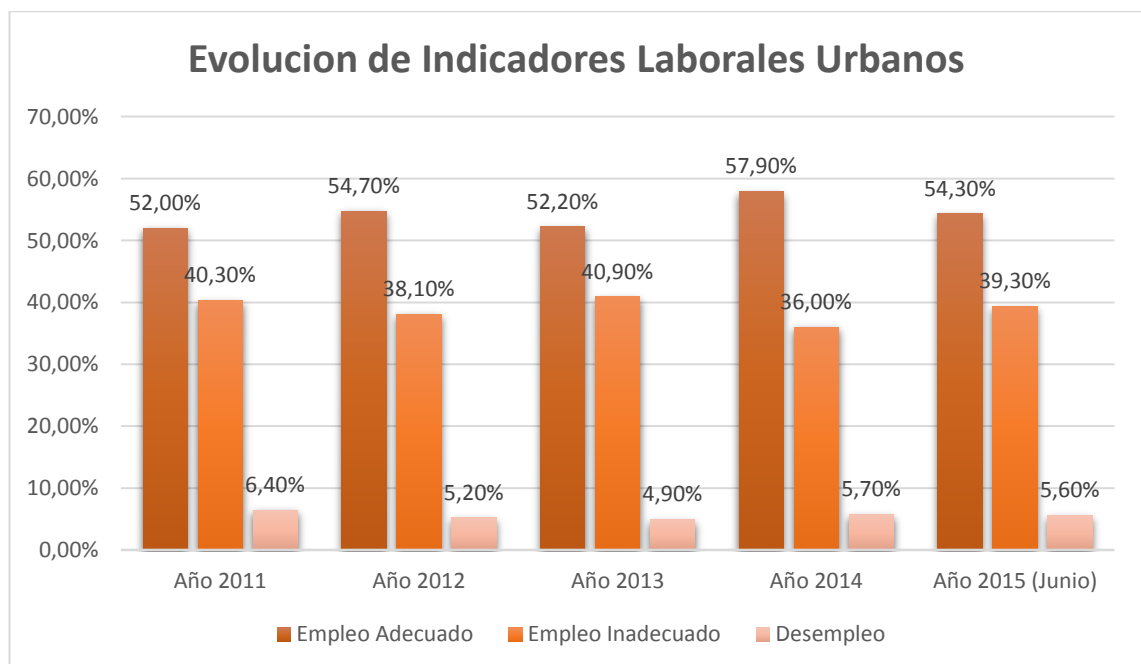


Gráfico 6 Población Económicamente Activa

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Autor: Andrea Arévalo

Análisis: Es muy importante tomar en cuenta la PEA urbana así se puede saber el nivel de empleo y desempleo de la población, es decir quien tiene o no trabajo y está en capacidad de adquirir el producto que se va a sacar al mercado, pese al primer semestre del 2015 que tiende a bajar en unas 3 cifras con respecto al año anterior por tanto es una *oportunidad de carácter medio* que afecta de forma positiva al estudio de este proyecto ya que de esta manera se está al tanto que más del 50% de la población tiene un empleo adecuado.

2.01.02.01.02 Nivel de Empleo

Es la concreción de una serie de tareas a cambio de una retribución económica denominada salario, los trabajadores comercian sus capacidades en el denominado mercado laboral, que está regulado por las potestades del estado para evitar conflictos. (LEIDER, 2011, pág. 01).

Análisis: Como se observa en el grafico 6 la tasa de población con empleo adecuado se ha mantenido con una tendencia del 52 al 54% dentro de este primer semestre, es decir que se ha mantenido la estabilidad laboral y se convierte en una *oportunidad de carácter alto* para el estudio de este proyecto ya que de esta manera la población que tiene empleo podrá acceder a la adquisición de productos de primera necesidad como son los zapatos para los niños.

2.01.02.01.03 Nivel de Desempleo

El desempleo es el ocio involuntario de una persona que desea encontrar trabajo, situación en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad

y deseo de trabajar y no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de paro forzoso. (LEIDER, 2011).

Análisis: Se puede observar en el gráfico 6 que la tasa de desempleo hay un decremento de 0,10 puntos, pero una tasa de desempleo en general siempre será una *amenaza de carácter alto* ya que esta población no cuenta con los recursos suficientes para adquirir los productos, desde otra perspectiva se puede convertir en una oportunidad para la empresa al generar fuentes de trabajo ya que para implantar la misma se necesitara contratar personal para la elaboración y comercialización de zapatos de niños y niñas.

2.01.03 Factor Legal

Los factores legales hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tienen que pasar para entrar en operaciones. Son distintos mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga. (HERNADEZ, 2008, pág. 01).

Para poder emprender este proyecto y desarrollarlo de forma real y legal, esta Microempresa será representada por Andrea Guadalupe Arévalo Sarchi como Persona Natural Obligada a llevar contabilidad, de acuerdo al SRI las personas obligadas a llevar contabilidad tendrán una la fracción básica para el 2015 de \$ 10,800.

La Superintendencia de Compañías y Valores (SUPERCIAS) hoy en la actualidad ha implantado una forma más rápida que facilita a los usuarios constituir

una micro, pequeña, mediana empresa; mediante la página web de la siguiente forma:

Paso 1: Registrarse como usuario en el portal web, luego ingresar con el usuario y contraseña; llenar el formulario de solicitud de Constitución de Compañías y adjuntar los documentos habilitantes.

Paso 2: Realizar el pago correspondiente en el banco del Pacifico

Paso 3: El Notario se encargara de ingresar al Sistema validando la información y asignara fecha y hora para las firmas de la escritura y los nombramientos

Paso 4: Una vez firmados los documentos el sistema enviara automáticamente la información al Registro Mercantil y de igual forma esta entidad validara la información y facilitara la Razón de Inscripción de la Escritura y los Nombramientos.

Paso 5: El sistema da un número de expediente y remitirá la información de este trámite al Servicio de Rentas Internas (SRI), que de manera inmediata dará el número del RUC para la compañía

Paso 6: Finalmente el sistema notificara que el trámite de constitución ha finalizado

Requisitos:

Para personas Naturales

- Cédula de Ciudadanía o de Identidad.
- Papeleta de Votación Actual
- Patente Municipal
- Permiso de Funcionamiento que es otorgado por el Ministerio de Salud Pública en este caso estamos hablando del Acabado de Grado Industrial ya que este proyecto es de elaboración de calzado para niños.
- LUAE (Licencia Única para el ejercicio de Actividades Económicas)

- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. (SUPERCIAS, 2015)

2.01.04 Factor Tecnológico

En la modernidad la ciencia y sus estudios han venido actualizando al mundo con la tecnología, dentro de la cual, la empresa se ha visto involucrada y beneficiada, esta tecnología es el reflejo del conocimiento que se han desenvuelto en los últimos siglos, mejorando la calidad de los productos ya que estos han apartado el sacrificio del hombre, la cual no deja de ser indispensable para su mantenimiento, control y cuidado, y ha abierto puertas a un nuevo mundo lleno de innovación, aunque esta nueva forma de vida que ha tomado el hombre ha afectado al mundo contaminándolo y aumentado los grados de enfermedades (MEJIA, 2012, pág. 01).

Análisis: La adquisición de maquinaria es muy importante ya que ayudara a reducir tiempos de producción en la elaboración de los zapatos, por ende las personas que las vayan a manipular serán competentes y estarán capacitadas para aprovechar al máximo los recursos que tiene la empresa y no desperdiciarlos.

Desde otra perspectiva el uso del internet es de gran ayuda ya que por medio de esta herramienta se puede crear diferentes sistemas de publicitarios para entrar al mercado y de esta manera poder promocionar el producto tanto a nivel nacional como internacional.

Esta es la época de la innovación y se debe estar a la vanguardia de los nuevos sucesos tecnológicos para de esta manera entrar a competir en el mercado.

2.02 Entorno Local

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado), u obtener el costo unitario mínimo (criterio social). (BACA URBINA, 2009)

El motivo por el que se ha decidido realizar el proyecto de factibilidad para la elaboración y comercialización de zapatos para niños y niñas es porque con el pasar del tiempo ha existido un incremento poblacional y comercial en este sector, es por esto que el principal objetivo es lograr una posición de competencia, ya que hay muchas rutas de acceso de las parroquias aledañas y los clientes pueden adquirir el producto con mayor facilidad.

2.02.01. Clientes

El cliente es la razón de ser de toda empresa u organización, por este motivo es importante realizar un análisis sistemático de los deseos y necesidades de los clientes para la creación de productos o servicios direccionados a la satisfacción de los usuarios. (VELEZ, 2012, pág. 2)

2.02.01.01 Clientes Internos

El cliente interno es el elemento dentro de una empresa, que toma el resultado o producto de un proceso como recurso para realizar su propio proceso. Después entregara su resultado a otro trabajador de la empresa para continuar con el proceso hasta acabarlo y ponerlo a la venta, y lo adquiera el cliente externo. Por lo que, cada trabajador es cliente y a su vez proveedor dentro de la empresa. (AMECA CARREON, 2014, pág. 01)

Análisis: El cliente interno es el miembro clave de toda empresa ya sea pequeña, mediana o grande, ya que de ellos depende el funcionamiento y el rendimiento en la producción en este caso de los zapatos para niños y niñas, para esto se realizaran capacitaciones a los empleados cada cierto tiempo, para de esta manera satisfacer las necesidades de los mismos y también de la empresa para con los clientes externos.

2.02.01.02 Clientes Externos

El cliente externo es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad (bien o servicio).

Tabla 6 Clientes

NOMBRE	DIRECCION	MAIL O TELEFONO
Centro Comercial "El Arrayan"	Av. 6 de Diciembre N 45-55 y El Inca	0997951635
Calzado "Elizabeth"	Calle Ángel Salazar N64-145 y Av. Juan Molineros	nicolas@calzadoelizabeth.com
Almacén "El Ahorro"	Av. 6 de Diciembre N 49-49 y de las Cucardas	2456312
La Feria del Calzado	Av. 10 de Agosto N69-482 y Sebastián Moreno	2807520
Almacén M&M	Calle Juan de León N60-155 y de los Cholanos	2408297

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Investigación Propia

Análisis: Los clientes mencionados en la tabla 7 son importantes ya que son los posibles clientes externos ya que son los almacenes que se dedican a la venta de zapatos de niños y niñas dentro del sector que se está realizando el estudio, aparte de

esto también se trabajará con clientes de las ferias de calzados (mercados) que se dan los fines de semana en dicho sector.

En este segmento corresponde tener en cuenta que los clientes son el sustento de la microempresa, y conviene satisfacer al máximo sus necesidades, en este caso son clientes que trabajan con una gran gama de modelos de zapatos.

2.02.02 Proveedores

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. Estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que compra esos elementos. (DEBITOOR, s.f.)

Tabla 7 Proveedores

PROVEEDOR	TIPO DE PRODUCTO	MAIL O DIRECCION
Distribuidor Dimax	Materia Prima: tela, cuerna, cuero, entre otros	Rocafuerte y Tomas Sevilla (Ambato)
Distribuidor Jesús del Gran Poder	Plantas, Plantillas	Tomas Sevilla(Ambato)
Distribuidor "El Duver"	Insumos: Adornos, hilo, pegamento, hebillas entre otros.	Cevallos (Ambato)
Empresa Eléctrica Quito S.A	Energía Eléctrica	Las CasasE1-24 y Av. 10 de Agosto
EPMAPS	Abastecimiento de Agua Potable	Av. Mariana de Jesús S/N y Alemania
CNT	Servicio de internet y línea telefónica	
Tramaco Express	Servicio de Transporte	CC. Quitus San Gregorio OE2-52 y Versalles

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Investigación Propia

Análisis: Se ha tomado en cuenta a los proveedores mencionados en la tabla 8 ya que generan facilidades de pago y a su vez son materia prima nacional de calidad duradera que hace que el producto sea de buena calidad.

2.02.03 Competidores

La competencia se define como una situación tal en la que los agentes económicos (productores y consumidores) son libres de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir dónde y a quién comprarlos. En concreto, la competencia existe, siempre que haya una pluralidad de oferentes y demandantes. (ROMBIOLA, 2013, pág. 01).

Análisis: El producto que esta microempresa elaborará no tiene competencia directa y tampoco indirecta ya que las características que presenta hace la diferencia en los productos ya existentes en el mercado únicamente se asemejan.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

Elaboración y comercialización zapatos para niños y niñas con una plantilla ortopédica lavable y cambiable para que se pueda usar con diversos pares de zapatos y no solo con el que se lo compra, este producto que se va sacar al mercado consiste en dar un confort y alivio a los pies de los niños ya que cuando están en etapa de crecimiento necesitan un zapato cómodo que no sea rustico y también se pretende dejar a un lado los modelos clásicos de zapatos ortopédicos.

2.03.01.01 Misión

Ofrecer un calzado para los más pequeños del hogar con una plantilla ortopédica lavable que brinda comodidad, confort y sobre todo el cuidado en los pies tanto por higiene como en la formación del arco plantar, siendo este el complemento de su indumentaria, a los mejores precios del mercado.

2.03.01.02 Visión

Llegar a ser en el año 2018 una microempresa líder en la elaboración y comercialización de zapatos ortopédicos de buena calidad brindando un mejor servicio y lograr posicionarse en el mercado nacional con mirada al internacional.

2.03.01.03 Objetivos

2.03.01.03.01 Objetivo General

Efectuar un estudio de factibilidad para la creación de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de zapatos para niños/as, utilizando materia prima nacional, y aportar al desarrollo de la matriz productiva en el sector manufacturero industrial del calzado.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación y los canales de distribución de los zapatos ortopédicos para de niños/as.

- Determinar mediante un estudio financiero los beneficios o perjuicios económicos que conllevan a la elaboración de este proyecto.
- Lograr posicionarnos en la mente del consumidor incentivando a que consuman nuestros productos ecuatorianos. “Consuma lo nuestro hecho en Ecuador”.

2.03.01.04 Principios y Valores

2.03.01.04.01 Principios

- **Innovación:** Estar actualizados en lo que se refiere a diseños nuevos ya que la moda y la tecnología son cambiantes a cada instante.
- **Calidad:** Lograr eficacia y eficiencia en la producción buscando alcanzar la excelencia en beneficio y satisfacción de nuestros clientes interno y externos.
- **Responsabilidad Social:** Integrar las actividades de empresa con el entorno social e impulsar el desarrollo de la misma.
- **Orientación a resultados:** Obtener una buena rentabilidad como garantía de crecimiento desarrollo y competitividad de la empresa.

2.03.01.04.02 Valores

- **Creatividad:** Buscar nuevas formas de hacer las cosas, de modo que sea un beneficio tanto para la empresa como para los clientes y la sociedad en general.
- **Honestidad:** obrar con claridad y transparencia cumpliendo con las responsabilidades asignadas.

- **Respeto:** Aceptar y cumplir a cabalidad las políticas que tiene la empresa para su desarrollo.
- **Puntualidad:** cumplir con los pedidos y obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás.
- **Solidaridad:** Generar compañerismo y un buen clima laboral, trabajando juntos para cumplir con la metas que tiene la empresa como tal.

2.03.02 Gestión Administrativa

Toda empresa, para alcanzar sus objetivos, debe llevar a cabo una serie de funciones que a su vez están interrelacionadas entre si. Estas funciones guardan relación con los diferentes departamentos o áreas funcionales de la empresa como la productiva, comercial, financiera, administración. (Ventura, 2008, págs. 3,4)

La gestión administrativa está enfocada a la planificación, organización, dirección y control, el organigrama estructural que emplearemos en esta microempresa será de forma vertical, donde se representaran unidades o áreas de trabajo y personas con cada cargo, de tal manera que se pueda expresar en grados de autoridad y responsabilidad la jerarquía de cada departamento.

Organigrama Estructural

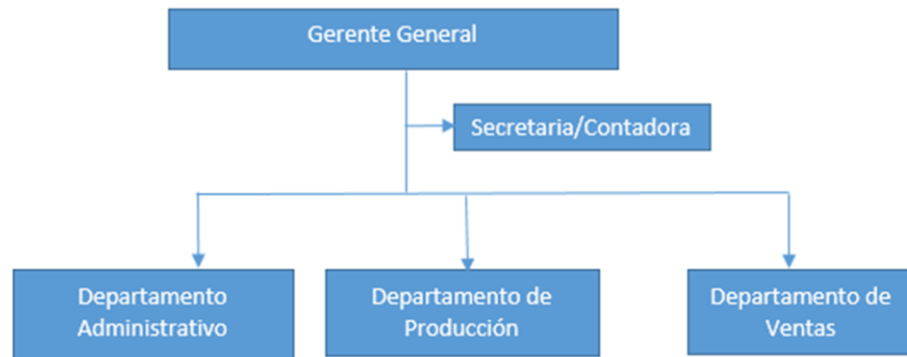


Grafico 7
Figura 1 Organigrama Estructural
Autor: Andrea Arévalo

En el siguiente cuadro se detallaran cada una de la funciones de los cargos:

Tabla 8 Gestión Funcional

CARGO	DESCRIPCION DEL CARGO	COMPETENCIAS	FUNCIONES
Gerente General	Asegurar el funcionamiento óptimo de todas las áreas de la empresa enfocando todos los esfuerzos a generar mayor volumen de ventas.	<ul style="list-style-type: none"> • Visión de Negocios • Orientación a resultados • Planificación estratégica • Liderazgo • Negociación • Comunicación efectiva a todo nivel 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir, supervisar y controlar las operaciones de la empresa. • Generar mayor volumen de ingresos • Generar y mantener toda la información de los controles para el buen desarrollo de la empresa. • Implementar estrategias y lineamientos para el avance de la empresa.
Secretaria	Colaborar de forma oportuna y eficiente en los procesos administrativos y en la atención de los clientes internos y externos de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para realizar trabajo en equipo. • Orientación al cliente • Comunicación efectiva • Compromiso organizacional • Manejo de conflictos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar al departamento social para la realización de eventos. • Llevar un registro y control de los asuntos y actividades relevantes del gerente general. • Informar de forma periódica al gerente general sobre los avances en el cumplimiento de las actividades. • Programar las capacitaciones para el área de producción.
Contadora	Responsable de la planificación, organización, y coordinación de todas las áreas con la situación financiera de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Envío de información a tiempo • Habilidad numérica • Capacidad para trabajar bajo presión 	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa. • Entregar reportes quincenales a la gerencia sobre novedades de la empresa.
Jefe de Producción	Profesional preparado para la formación y concientización de	<ul style="list-style-type: none"> • Motivar y conducir a las personas hacia una determinada meta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Velar por el mejoramiento continuo de los procesos y

	la mano de obra	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis • Capacidad de trabajo en equipo 	<p>capacidades de las divisiones bajo su mando</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar periódicamente los resultados operativos y tomar las decisiones en forma oportuna
Gerente Comercial	Planear, programar, controlar y auditar la gestión comercial para que la empresa obtenga los resultados deseados	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad de negociación • Facilidad para la obtención y análisis de la información. • Visión estratégica 	<ul style="list-style-type: none"> • Entablar relaciones y realizar acercamientos con posibles clientes. • Investigar mercados para incursionar. • Buscar nuevas oportunidades de negocio e inversión para la empresa.
Gerente Administrativo	Gestionar y supervisar los recursos económicos y financieros de la empresa para poder trabajar con en mejores condiciones de liquidez y rentabilidad Elaborar en preliminar el presupuesto de la empresa Seleccionar y contratar al personal	<ul style="list-style-type: none"> • Destrezas para la negociación • Flexibilidad mental de criterios • Tolerancia a la presión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en el comité de evaluación y selección de proveedores • Administrar los gastos • Asegurarse que se cumplan los requisitos legales al comprar la materia prima • Entregar informes financieros.
Vendedor	Dar servicio personalizado a los clientes ofreciendo la variedad del producto que está a la venta.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer al cliente • Poder de negociación. • Asesorar al cliente en el trayecto de compra 	<ul style="list-style-type: none"> • Captar nuevos clientes • Lograr volumen en ventas • Revisar y controlar las ofertas actuales.
Operarios	Realizar minuciosamente los procesos de elaboración. Manipulación correcta de la maquinaria.	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad en los diseños • Agilidad en los procesos de elaboración. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definir soluciones constructivas en el zapato. • Optimización de recursos • Montar y acabar el calzado cumpliendo las características establecidas en el proceso.

Autor: Andrea Arévalo

2.03.03 Gestión Operativa

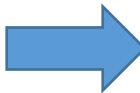
La gestión operativa es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido. (Torres Correa, 2012, pág. 01).

Es necesario y de mucha importancia la gestión operativa dentro de las empresas ya que sin este proceso no se podría dar la producción y por ende no se daría vida a la empresa misma, a continuación se presenta un modelo así de como funcionara la parte operativa en este proyecto de elaboración de zapatos para niños/as.

Simbología Modelamiento ANSI



Operación: Utilice este símbolo para representar una actividad o conjunto de actividades.



Traslado: Unir símbolos entre sí/indicar el sentido del flujo o el traslado de información.



Documento/ Formulario: Utilizar este símbolo para representa todo elemento de información.



Decisión: se utiliza este símbolo en situaciones disyuntivas.



Conector: este símbolo enlaza entre si partes distantes del flujo.



Inicio/Fin: Se utiliza al inicio y fin del proceso. (Tenorio, 2012)

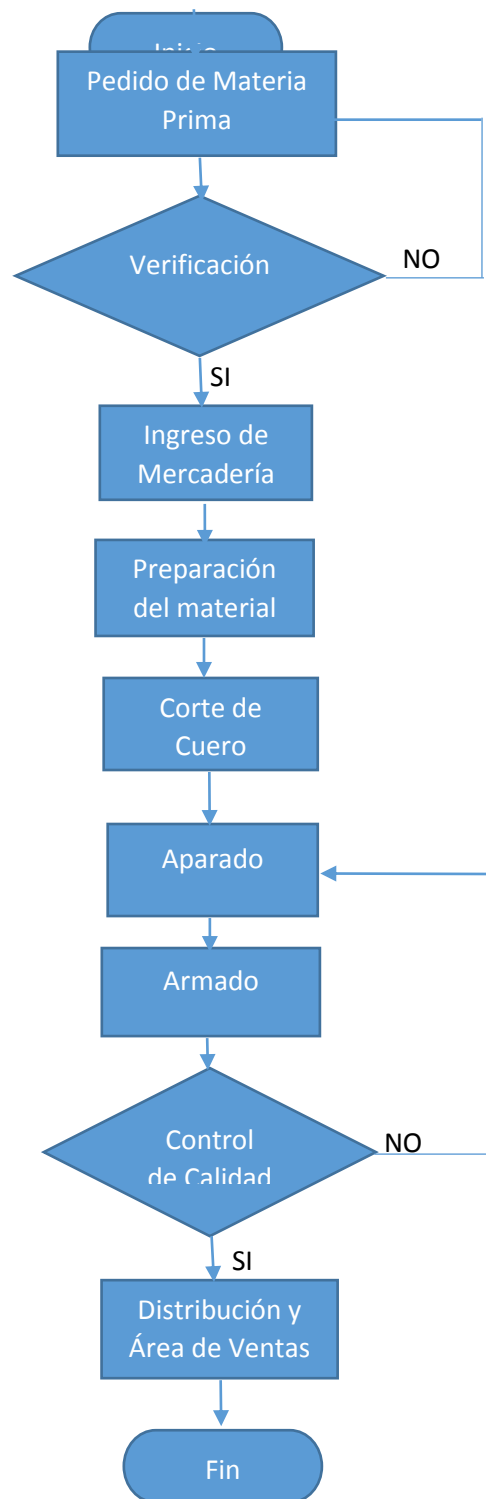


Figura 2 Flujo grama de Producción

El área de producción hace el pedido de materia prima, se aprueba por parte del área financiera, y se procede a realizar la compra, se verifica el perfecto estado, y empieza la elaboración de los zapatos, terminado este proceso pasa por una área de control de calidad, para que a su vez el producto sea aprobado y pueda ser comercializado en el mercado.

Para este proceso esta microempresa contara con el siguiente personal:

Operario 1: Quien se encarga de cortar el cuero o la tela, según el modelo que se vaya a elaborar., como también se encarga de los acabados y el empaçado.

Operario 2: Esta persona se encarga de coser todas las piezas que el diseñador corta.

Operario 3: Es quien monta las piezas unidas sobre la horma, une la plantilla con el cuero o tela.

2.03.04 Gestión Comercial

La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing, incluyendo el ambiente externo, la organización y control de las actividades comerciales, la relación con el cliente, la gestión de la fuerza de ventas. (Nunes, 2012, pág. 1)

La gestión comercial se realizara tomando en cuenta las siguientes estrategias de venta:

Poder de Negociación: es preferible cuando las dos partes están de acuerdo en el precio porque en este caso ninguna de las dos partes tiene desventaja. en este caso la empresa realizara una preventa del producto con cada uno de los clientes,

ofreciendo el producto directamente o a su vez mediante una revista, elegirá el producto y hará el pedido, el pago será el 50% al momento de la entrega del producto y el otro 50% financiado a 15 días.

Publicidad: Mediante esta estrategia lo mejor es emplear hojas publicitarias, tarjetas de presentación, catálogo de ventas.

Logotipo



Figura 3 Logotipo

Slogan

Comodidad y salud para tus pies

Figura 4 Slogan

Tarjeta de Presentación



2.04 Análisis FODA

La Matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, entre otros que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. (Gestion_Estrategica, 2011, pág. 01)

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia, recursos que se controlan capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente.

Oportunidades: Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, entre otros.

Amenazas: Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. (Estrategica G. , 2011, pág. 01)

Tabla 9 Análisis FODA

AMBIENTE EXTERNO						
Descripción	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	alto	Medio	Bajo	alto	medio	bajo
Inflación				X		
Tasa de Interés Activa						X
Tasa de Interés Pasiva			X			
PIB	X					
Balanza Comercial					X	
Población	X					
Factor Político		X				
Factor Tecnológico		X				

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Investigación propia

Análisis: Mediante los resultados que de la tabla N° 10 de amenazas se tiene un total de 3 puntos de oportunidades 5 puntos de oportunidad, que son favorables para el presente proyecto de factibilidad.

Tabla 10 Ambiente Interno

AMBIENTE INTERNO						
Descripción	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	alto	Medio	bajo	alto	medio	Bajo
Misión	X					
Visión	X					
Objetivos	X					
Principios y Valores	X					
Gestión Operativa	X					
Gestión Comercial	X					

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Investigación Propia

Análisis: Mediante los resultados que se tiene en la tabla N° 10 se refiere lo que es ambiente interno en si es todo cuanto se encarga la parte administrativa por lo tanto siempre se verán reflejadas las fortalezas que tiene esta empresa.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

“Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones en una situación de mercado específica” (Thompson, 2008, pág. 2)

3.01. ANALISIS DEL CONSUMIDOR

El consumidor es la persona u organización que están prestos a consumir bienes o servicios existentes en el mercado con el fin de satisfacer sus necesidades y deseos. En el estudio de este proyecto definiremos como consumidores a los clientes que esperan que los zapatos ortopédicos se adapten al pie de los niños en etapa de crecimiento llegando a tener una buena salud del mismo.

La elaboración y comercialización de zapatos para niños/as está enfocado a los consumidores con una posición económica media alta y baja, ya que este producto se ajusta a este tipo de clientes.

3.01.01 DETERMINACION DE LA POBLACION Y MUESTRA

El objetivo de la determinación de la población y la muestra es para saber las características de cuál será el mercado al que se quiere ingresar y así poder determinar la factibilidad.

3.01.01.01 POBLACION

Es el grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar, en este proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de zapatos para niños/as se ha determinado lo siguiente:

MACROSECTOR: Distrito Metropolitano de Quito

SECTOR: San Isidro del Inca

POBLACION: 21,311.00 habitantes

3.01.01.02 MUESTRA

La muestra es el subconjunto de la población determinada para obtener resultados reales de la investigación, en esta esta investigación se Ha tomado el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito conformado por las siguientes parroquias: Carcelén, Cochapamba, Comité del Pueblo 1, Cotocollao, El Condado, Jipijapa, Kennedy, Ponceano, Rumipamba, San Isidro del Inca, Concepción.
(ISSUU, s.f., pág. 21)

Formula de Muestreo Probalistico:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población o universo.

e: Margen de error, se utilizara el 5%.

P: Probabilidad del éxito, se utiliza el 50%.

Q: Probabilidad de fracasos, se utilizara el 50%.

Z: Nivel de confianza, es el 95% o el 1,96.

Calculo:

n=?

N= 21,311

e= 0,05

P= 0,50

Q= 0,50

Z= 1,96

$$n = \frac{21311 * 0,50 * 0,50 * 1,96^2}{(21311 - 1) * 0,05^2 + 0,50 * 0,50 * 1,96^2}$$

n = 383,889

n = 383

Mediante esta fórmula se ha determinado que son **383** encuestas las que hay que realizar al Norte del Distrito Metropolitano de Quito de acuerdo a los lugares tomados como referencia.

3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información

Dentro de las técnicas de obtención de información las más conocidas y utilizadas tenemos las siguientes:

La Observación.- esta técnica consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis, hay de dos tipos la científica que es la que se observa detenidamente con un fin, en cambio la no científica lo hace sin ninguna intención. (tesis, s.f., pág. 45)

La Entrevista.- Esta técnica consiste en un dialogo entre dos personas el entrevistador y el entrevistado, se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es por lo general una persona entendida en la materia de la investigación, se utiliza cuando la población o universo es pequeño y manejable. (Wlacero_files, s.f., pág. 02)

La Encuesta.- Esta técnica está destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, para esto se utilizara un listado de preguntas escritas que se entregan a las personas, a fin de que las contesten igualmente por escrito, a este listado se lo llamará Cuestionario. (Wlacero_files, s.f., pág. 02)

Tipos de preguntas:

Preguntas Abiertas.- Son utilizadas en entrevistas personales.

Preguntas Cerradas.- Son aquellas que se pueden responder utilizando un “sí”, o un “no”, o con respuestas muy cortas, las hay de dos tipos:

Las de respuesta Dicotómicas.- Denominadas preguntas de todo o nada.

Las de respuesta de Selección Múltiple.- Son aquellas en las que el encuestado tiene varias opciones de respuesta.

Para realizar la presente investigación se utilizara la técnica de la encuesta, ya que nos permite obtener información más real y actual de la población a la que se aplicara dicha encuesta.

Formato de la Encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

La presente encuesta tiene la finalidad de determinar el margen de aceptabilidad que puede tener el presente proyecto de elaboración y comercialización de zapatos para niñ@s con fines académicos.

Señale con una **X** la opción que se adapte a su preferencia.

1. ¿En su familia existen niños en edad de 1 a 7 años?

SI () NO ()

Nota: Si su respuesta es no, agradecemos su tiempo aquí termina la encuesta.

2. ¿Le gustaría que se oferte en el mercado un zapato que tenga una plantilla ortopédica lavable?

SI () NO ()

3. ¿En qué tipo de material le gusta comprar los zapatos para sus niñ@s?

Cuero () Cuero Sintético () Tela lona () Tela Impermeable ()

4. ¿Está usted de acuerdo con el calzado y precios que le ofrece la competencia para su niñ@?

SI () NO ()

5. ¿Cada qué tiempo compra zapatos a su niñ@?

Cada mes () Cada 3 meses () Cada 5 meses () Cada año ()

6. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por un calzado que no solo brinde confort sino que previene los problemas ortopédicos en los niñ@s?

\$ 15 () \$25 () \$35 () \$45 ()

7. ¿Qué marca de calzado compra para su niñ@?

Bubble gummers () Pony () Kiddo () Pibe ()

Otros ()

8. ¿Esta Ud. de acuerdo con la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de zapatos ortopédicos para niñ@s en el Sector Norte de Quito?

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACION

3.1.3 Análisis de la Información

Luego de haber realizado las encuestas en los sectores antes mencionados procedemos a efectuar la respectiva tabulación de la información de cada pregunta realizada, para hacer un análisis de efectos positivos como negativos para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de zapatos para niños/as en el Sector Norte de Quito.

Pregunta 1

¿En su familia existen niños en edad de 1 a 7 años?

Tabla 11 Pregunta 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	342	89,3	89,3	89,3
	NO	41	10,7	10,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Autor: Andrea Arévalo

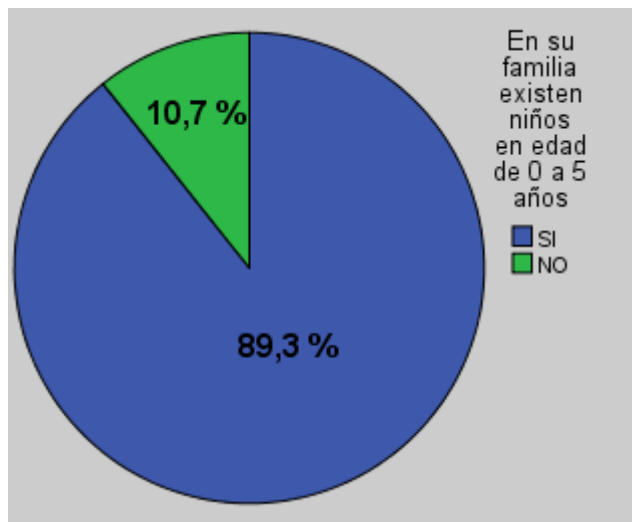


Gráfico 7 Pregunta 1

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada en el Sector Norte de Quito se puede observar en el gráfico N° 6 que el 89,3 % de las familias hay la existencia de niños en edad de 0 a 5 años este indicador es muy importante y nos da un impacto positivo ya que hay una alta demanda de personas o padres de familia que pueden adquirir los zapatos para sus hijos, sobrinos, nietos entre otros, mientras que el 10,7 % de las personas encuestadas no tienen la existencia de niños en el rango antes mencionado.

Pregunta 2

¿Le gustaría que se oferte en el mercado un zapato que tenga una plantilla ortopédica lavable?

Tabla 12 Pregunta 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	333	86,9	86,9	86,9
	NO	9	2,3	2,3	89,3
	"NO APLICA"	41	10,7	10,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

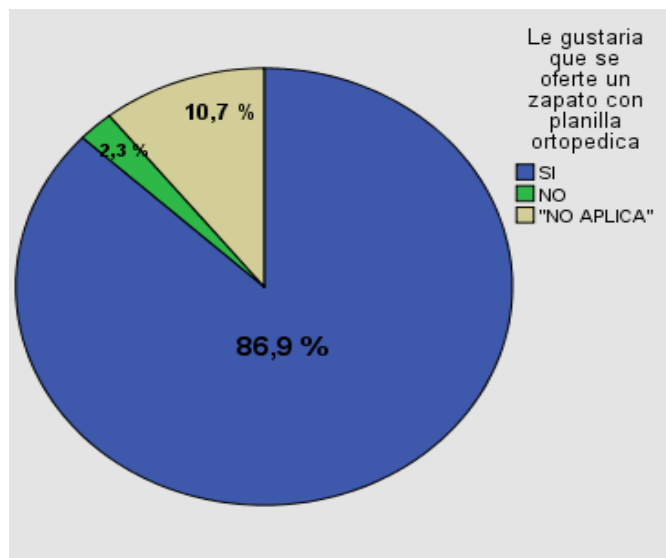


Gráfico 8 Pregunta 2

Análisis

Esta pregunta es determinante para el estudio del mercado, de acuerdo a las encuestas realizadas a las personas o familias se logra observar en el gráfico N° 7 que el 86,9 % de los encuestados están de acuerdo que se oferte en el mercado un

zapato que tenga una plantilla ortopédica lavable así de esta manera podrá utilizarse con diferentes pares de zapatos ya que es una necesidad que los padres de familia manifiestan y quieren satisfacer, es un indicador positivo que beneficiara a la creación de este producto.

Pregunta 3

¿En qué tipo de material le gusta comprar los zapatos para sus niños/as?

Tabla 13 Pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	CUERO	210	54,8	54,8	54,8
	CUERO SINTETICO	40	10,4	10,4	65,3
	TELA LONA	58	15,1	15,1	80,4
	TELA IMPERMEABLE "NO APLICA"	34	8,9	8,9	89,3
		41	10,7	10,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

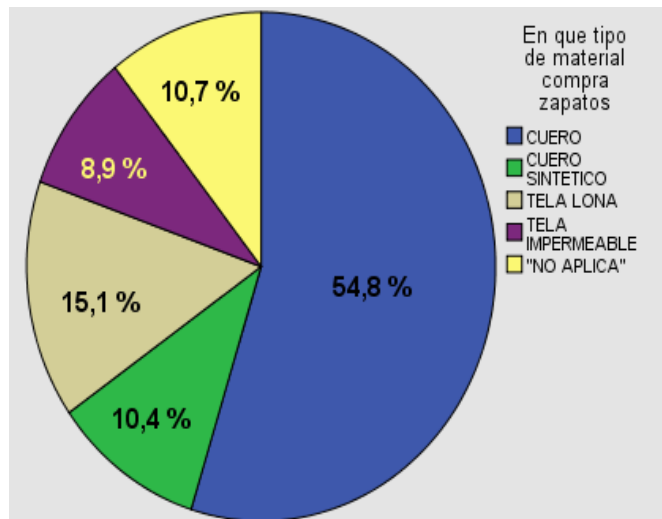


Gráfico 9 Pregunta 3

Análisis

Como se observa en el gráfico N° 8 a las personas aplicantes que se les realizó la encuesta el 54,8% compran los zapatos en material de cuero; el 10,4% en cuero sintético; el 15,1% en tela lona; el 8,9% en tela impermeable y el 10,7% no se toma en cuenta porque no aplican, por lo cual para el estudio de este proyecto el 54,8% es un indicador de mucha importancia y a su vez afecta de forma positiva ya que los zapatos que se va a ofertar en el mercado se los va a elaborar en material de cuero el cual es reconocido por su mayor durabilidad.

Pregunta 4

¿Está usted de acuerdo con el calzado y precios que le ofrece la competencia?

Tabla 14 Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	126	32,9	32,9	32,9
	NO	216	56,4	56,4	89,3
	NO APLICA	41	10,7	10,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

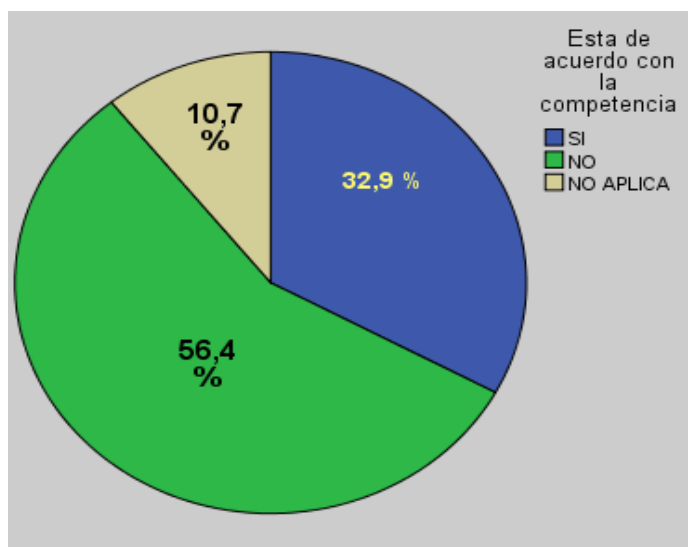


Gráfico 10 Pregunta 4

Análisis

Como se observa en el gráfico N° 9 el 56,4% de las personas encuestadas no están de acuerdo con el tipo de calzado y precios que ofrece la competencia, esto se convierte en un indicador de impacto alto ya que las personas no están completamente satisfechas y nos representa un mercado potencial para posesionar el nuevo producto.

Pregunta 5

¿Cada que tiempo compra zapatos a su niño/a?

Tabla 15 Pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	CADA MES	13	3,4	3,4	3,4
	CADA 3 MESES	149	38,9	38,9	42,3
	CADA 5 MESES	148	38,6	38,6	80,9
	CADA AÑO	32	8,4	8,4	89,3
	"NO APLICA"	41	10,7	10,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

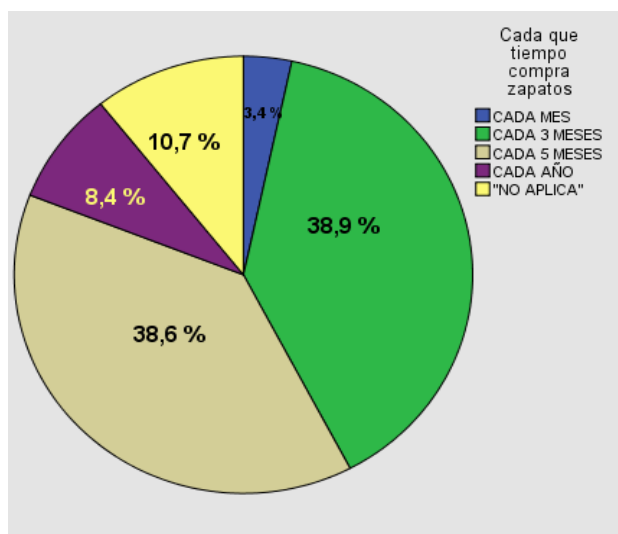


Gráfico 11 Pregunta 5

Análisis

Al observar el gráfico N° 10 se puede determinar con qué frecuencia compran zapatos para los niños, en este caso es cada 3 y 5 meses teniendo una mínima diferencia del 0,30% entre el 38,9% y 38,6% respectivamente, estos indicadores son positivos en el estudio de mercado para el proyecto a realizarse ya que existe una demanda en intervalos muy cortos ya que los niños en etapa de crecimiento requieren más de este producto puede ser porque le creció el pie o ya se le deterioraron, no es el caso de las personas adultas que lo hacen pasado los 8 meses o un año por tener una numeración determinada.

Pregunta 6

¿Qué precio está dispuesto a pagar por un calzado que no solo brinde confort sino que previene los problemas ortopédicos en los niños?

Tabla 16 Pregunta 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$ 15	48	12,5	12,5	12,5
	\$ 25	110	28,7	28,7	41,3
	\$ 35	118	30,8	30,8	72,1
	\$ 45	66	17,2	17,2	89,3
	"NO APLICA"	41	10,7	10,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

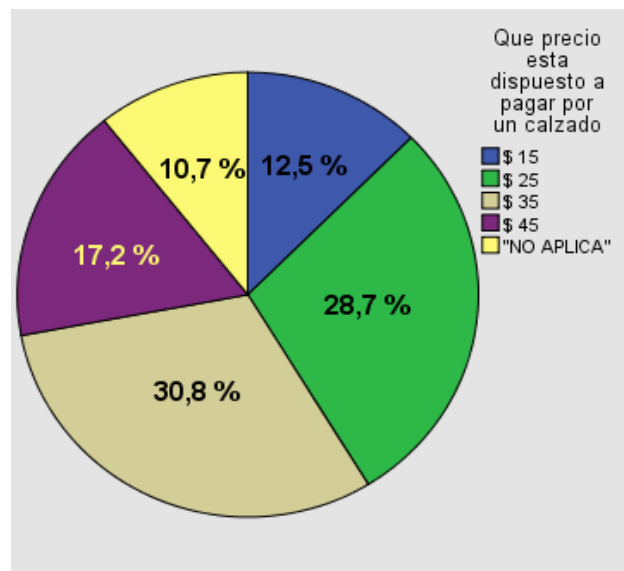


Gráfico 12 Pregunta 6

Análisis

Como se observa en el gráfico 11, de las personas encuestadas el 30,8% están dispuestas a pagar \$ 35 por un zapato que no solo brinde confort sino que prevenga los problemas ortopédicos en los niños ya que es un precio cómodo y moderado que está al alcance de la clase media, además que es un precio accesible y económico comparado con un tratamiento médico que puede ser largo y muy costoso al momento de que se presente una malformación en los pies de los niños.

Pregunta 7

¿Qué marca de calzado compra para sus niños?

Tabla 17 Pregunta 7

Tabla 18. Que marca de calzado compra		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	BUBBLEGUMERS	89	23,2	23,2	23,2
o	PONNY	46	12,0	12,0	35,2
	KIDDO	19	5,0	5,0	40,2
	PIBE	8	2,1	2,1	42,3
	OTROS	180	47,0	47,0	89,3
	"NO APLICA"	41	10,7	10,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

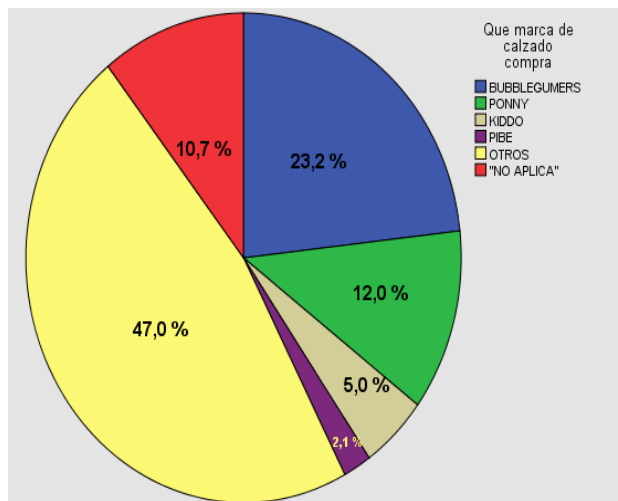


Gráfico 13 Pregunta 7

Análisis

De acuerdo a lo observado el gráfico N° 12 se determina que las personas encuestadas tienen la preferencia de otras marcas existentes en el mercado con el 47% que es donde se ubicara la marca de los zapatos a elaborarse, frente al 23,2% de la marca Bubblegummers que es la más conocida y ofertada se puede considerar esta marca como competencia para lo cual se deben tomar estrategias para poder posesionar el producto en el mercado.

Pregunta 8

¿Esta Ud. de acuerdo con la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de zapatos ortopédicos para niños/as en el sector Norte de Quito?

Tabla 18 Pregunta 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	338	88,3	88,3	88,3
	NO	4	1,0	1,0	89,3
	"NO APLICA"	41	10,7	10,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

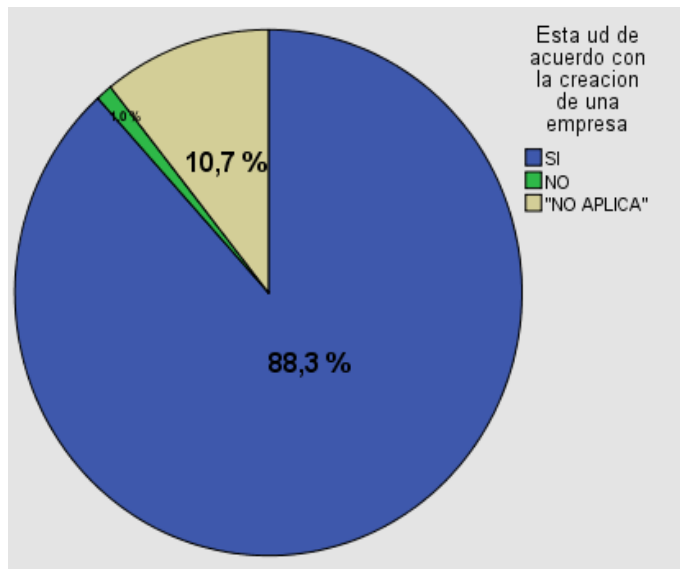


Gráfico 14 Pregunta 8

Análisis

Esta pregunta es de mucha importancia ya que determina que el 88,3 % de la población está de acuerdo con la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de zapatos para niños y niñas al Norte del Distrito Metropolitano de Quito, este indicador es positivo para el estudio de este proyecto ya que permite analizar la alta demanda que hay que solventar en este sector.

3.02 Oferta

Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un periodo de tiempo determinado y a un precio dado, la cantidad ofrecida depende del precio en el mercado. (Economía, 2006, pág. 48)

3.02.01 Oferta Histórica

Este proyecto de investigación no posee datos para determinar la oferta histórica por lo que procedemos a determinar la oferta actual obteniendo los datos de las encuestas realizadas en el sector Norte de Quito.

3.02.02 Oferta Actual

Para el cálculo de la oferta actual se toma como referencia el porcentaje de la aceptación de los habitantes que es del 86,9%, la demanda actual para el 2015 con estos datos se determina la oferta actual.

Tabla 19 Resultado de la Encuesta

RESULTADOS DE LA ENCUESTA			
ACEPTACION			
Población	* Porcentaje en edad de 1-7 años	=	Aceptación de personas
21311	0,893		19030,72
Aceptación de Personas	*Porcentaje de mayor aceptación		Aceptación Final
19030,72	0,869		16537,70
FRECUENCIA			
Aceptación	* Porcentaje de Frecuencia Promedio	* =	Frecuencia de Compra
Compra cada 4 meses	0,3875		19225,07426
PRECIO PROMEDIO			
Precios con mayor aceptación		=	Precio Promedio
\$ 25+\$35			\$ 30,00
			\$
Total			576.752,23

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio de Mercado

Tabla 20 Oferta Actual

OFERTA ACTUAL			
Año	Demanda	Porcentaje de Aceptación	Oferta
2015	576.752,23	0,869	\$ 501.197,69

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio de Mercado

3.02.03 Oferta Proyectada

La oferta proyectada se calcula para realizar un análisis del crecimiento que tendrá la competencia dentro de cinco años.

Tabla 21 Oferta

CALCULO PROYECTADA		OFERTA	
Años	Demanda Proyectada	Porcentaje de la Aceptación	Oferta Proyectada
2016	\$ 585.518,94	0,869	\$ 508.815,96
2017	\$ 603.453,98	0,869	\$ 524.401,51
2018	\$ 603.453,98	0,869	\$ 524.401,51
2019	\$ 612.626,37	0,869	\$ 532.372,32
2020	\$ 621.938,41	0,869	\$ 540.464,48

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio de Mercado

3.03 Demanda

Cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo, refleja la voluntad y capacidad económica de adquirir un determinado bien por parte de todas las personas que manifiestan una necesidad capaz de ser satisfecha por el consumo del referido bien. (Economía, 2006, pág. 50)

Cabe indicar que la demanda se da en función del precio, los ingresos, y el comportamiento de cada consumidor algunos de estos tipos de demanda son los siguientes:

Demanda Agregada: Consumo e inversión global, es decir, total del gasto en bienes y servicios de una economía en un determinado periodo de tiempo.

Demanda Derivada: La que es consecuencia de otra demanda, así la demanda de capitales y de mano de obra depende de la demanda final de bienes y servicios.

Demanda insatisfecha: Se da cuando el producto no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

Demanda Satisfecha: Se da cuando el producto es exactamente lo que se requiere.

Demanda Satisfecha Saturada: Es cuando el producto se usa plenamente y no existe la posibilidad de aumentar su producción (situación ideal).

Demanda Satisfecha No Saturada: Es cuando puede aumentarse la producción y eficiencia del producto. (Gestiopolis, 2001)

3.03.01 Demanda Histórica

El presente proyecto de elaboración y comercialización de zapatos para niños y niñas no contiene datos históricos por lo que se procede al cálculo de la demanda actual con los datos obtenidos en las encuestas.

3.03.02 Demanda Actual

Para calcular la demanda actual se toma la información de las encuestas realizadas, lo referente a la aceptación, frecuencia y precio, utilizando la población, la tasa de crecimiento poblacional.

Tabla 22 Demanda Actual

DEMANDA ACTUAL		
AÑO	POBLACION	DEMANDA
2015	21311	576.752,23

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio de Mercado

Análisis: Para calcular la demanda actual se hizo un promedio de la frecuencia de compra de los zapatos que lo realizan cada 4 meses, como también del precio, dándonos un resultado de \$ 576.752,23 , por lo tanto es una oportunidad de

establecerse en el mercado ya que el constante crecimiento de esta zona determina una mayor aceptación del producto.

3.02.03 Demanda Proyectada

Para realizar la demanda proyectada se utilizara la tasa de crecimiento del sector al que pertenece este tipo de producto, durante 5 años que nos permitirá establecer la aceptación de este proyecto para ver reflejados los resultados positivos o negativos.

La fuente del Banco Central nos indica que la tasa de crecimiento es de 1,52%, la cual se tomara como referencia para el cálculo de la demanda proyectada.

Tabla 23 Demanda Proyectada

CALCULO DE LA DEMANDA PROYECTADA				
Años	Población	Tasa de crecimiento	de	Demanda proyectada
2015	21311,00	1		\$ 576.752,23
2016	21634,93	1,0152		\$ 585.518,94
2017	21963,78	1,0152		\$ 594.418,80
2018	22297,63	1,0152		\$ 603.453,98
2019	22636,55	1,0152		\$ 612.626,37
2020	22980,63	1,0152		\$ 621.938,41

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio de Mercado

3.04 Balance Oferta – Demanda

Es muy importante llegar a este balance ya que nos permite realizar un análisis de la demanda insatisfecha, establecer proyecciones que determinarán el nuevo mercado que hay que satisfacer y la posibilidad que tiene el presente proyecto de subsistir en la plaza establecida.

3.04.01 Balance Actual Oferta- Demanda

Tabla 24 Balance Actual Oferta- Demanda

BALANCE ACTUAL			
Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2015	\$ 576.752,14	\$ 501.197,69	\$ 75.554,45

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio de Mercado

3.04.02 Balance Proyectado

Tabla 25 Balance Proyectado

BALANCE PROYECTADO OFERTA- DEMANDA			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2016	\$ 585.518,94	\$ 508.815,96	\$ 76.702,98
2017	\$ 594.418,80	\$ 516.549,94	\$ 77.868,86
2018	\$ 603.453,98	\$ 524.401,51	\$ 79.052,47
2019	\$ 612.626,37	\$ 532.372,32	\$ 80.254,05
2020	\$ 621.938,41	\$ 540.464,48	\$ 81.473,93

Autor: Andrea Arévalo

Análisis

La información del Balance Proyectado presenta una demanda insatisfecha muy significativa, lo que se convierte en una oportunidad para cubrir las necesidades que todavía no se ha logrado satisfacer dentro de esta plaza indicada.

CAPITULO IV

ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico no solamente ha de demostrar la viabilidad técnica del proyecto, sino que también debe demostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto. (ILPES, 2006, pág. 92)

4.01 Tamaño del Proyecto

El presente proyecto dedicado a la elaboración y comercialización de zapatos de niños/as dispone de 72,50 m² que serán distribuidos de la manera más beneficiosa para generar un mejor rendimiento y optimizar recursos.

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es la distribución de todo el espacio físico disponible para lo cual se ha dividido en las distintas áreas de trabajo y están distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 26 DIMENSIONES DE CAPACIDAD INSTALADA

AREAS	DIMENSIONES
Área Administrativa	3*3= 9 m ²
Área de Ventas	4*3= 12 m ²
Bodega de Producto terminado	2,5*4= 10m ²
Bodega de materia prima	2*4= 8m ²
Área de Producción	5,5*4= 22 m ²
Garaje	3*3= 9 m ²
Baño	1,50,*2= 2,50 m ²
TOTAL	72,50 m²

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Investigación Propia

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima viene hacer el espacio físico indispensable para la producción de los zapatos de niños.

Tabla 27 DIMENSIONES DE CAPACIDAD ÓPTIMA

AREAS	DIMENSIONES
Área Administrativa	3*3=9m ²
Área de Ventas	4*3= 12m ²
Bodega de Producto Terminado	2,5*4= 10m ²
Bodega de materia prima	2*4= 8m ²
Área de Producción	5,5*4= 22 m ²
Baño	1,50,*2= 2,50 m ²
TOTAL	63,50 m²

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Investigación propia

4.02 Localización

El objetivo de la localización es analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto con el fin de obtener máximos beneficios, mejores costos es decir en donde se obtenga la máxima ganancia. Se debe considerar dos aspectos la macro y micro localización. (soda.ustadistancia.edu.co, s.f.)

4.02.01 Macro localización

“Consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto en el espacio rural o urbano de la región”. (soda.ustadistancia.edu.co, s.f.)

La ubicación de este proyecto estará al Norte del Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia San Isidro del Inca, donde se fabricara y comercializara los zapatos de niños y niñas que se sacará al mercado.

Tabla 28 Ubicación

PAIS	Ecuador
PROVINCIA	Pichincha
CIUDAD	Quito
CANTON	Quito
PARROQUIA	San Isidro del Inca

Autor: Andrea Arévalo

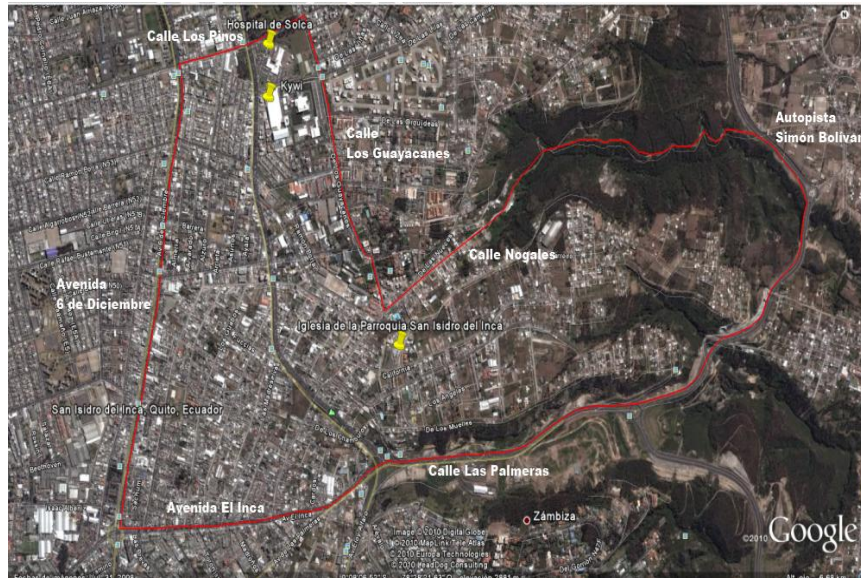


Figura 5: Mapa parroquia San Isidro del Inca
Fuente: Google Maps

4.02.02 Micro localización

Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el área elegida. (soda.ustadistancia.edu.co, s.f.)

La microempresa se ubicara en la Calle principal N53L y Calle Tercera E17 Mz "B", Lot 27 Sector La Quintana, Parroquia San Isidro del Inca.



Figura 6: Mapa de Ubicación Exacta de la Microempresa
Fuente: Google Maps

4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima de un proyecto es la que ayuda en mayor medida a que se logre la mayor rentabilidad sobre el capital. (Vera, 2009, pág. 1).

La siguiente matriz de ponderación se la realiza en dos sectores considerando algunos factores relevantes para el estudio de este proyecto.

Tabla 29 PONDERACION DE SECTOR

FACTORES RELEVANTES	PONDERACION Porcentaje al 100%	SECTOR 1 QUINTANA Calle Principal Y 3era Mz "B", Lote 27		SECTOR 2 POMASQUI Carchi y Espejo S/N Mz "A" Lote 8	
		Calificación 1-10	Total en Porcentaje	Calificación 1-10	Total en Porcentaje
Establecimientos Educativos	5	8	4	5	2,5
Centros de Entretenimiento y deporte	5	7	3,5	6	3
Seguridad Ciudadana	15	9	13,5	6	9
Vías de Acceso	10	8	8	8	8
Servicio de Transporte	10	10	10	9	9
Servicios Básicos	15	10	15	8	12
Competencia	15	4	6	6	9
Parqueadero	10	5	5	4	4
Cercanía al Mercado	15	7,5	11,25	6	9
Total	100		76,25		65,5

Autor: Andrea Arévalo

Fuente: Investigación Propia

La implementación de esta microempresa se realizara en el sector 1 ya que se obtuvo una mayor ponderación de acuerdo a los factores mencionados, es un lugar comercial, donde hay Centros de Educación Inicial, escuelas, bazares, ligas barriales, Casa Comunal, Unida de Policía Comunitaria, centro de cobranzas Cable Unión, entre otros, facilidad de acceso en las vías para los sectores limítrofes.

4.03 Ingeniería del Producto

A cada tipo de producto industrial corresponde un tipo de ingeniería, entendida como el conjunto de métodos, técnicas y herramientas que se utilizan tanto para desarrollar el producto (es decir elaborar el proyecto o prototipo) como para fabricarlo (afinando más se puede decir que existen dos ingenierías para cada tipo de productos: la del producto y la del proceso). (Campderrich Flaguera, 2003, pág. 17)

4.03.01 Definición del Bien o Servicio

Toda actividad empresarial conduce a un producto, que puede ser un bien o un servicio, podemos entender entonces que los bienes y los servicios son materializaciones de actividades diferentes. Un producto es algo que se puede ofrecer en el mercado para ser adquirido, usado o consumido, para satisfacer un deseo o una necesidad, incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas. (Grande Esteban, 2005, pág. 26)

A continuación se detalla las características de los zapatos para niños y niñas que se proyecta sacar al mercado para ser comercializados.

- Facilidad del lavado de la plantilla: Los zapatos que se elaboraran y comercializaran cuenta con una plantilla ortopédica lavable que se puede sacar las veces que sean necesarias para poder lavarlas, utilizarlas con diferentes pares de zapatos para que los pies de los niños tengan una buena higiene.
- Diseño: El diseño de este producto está orientado a realizar modelos de actualidad dejando de lado los típicos modelos clásicos de los zapatos ortopédicos es por esto que tendrán una plantilla ortopédica.

4.03.02 Distribución de la Planta

La distribución de la planta consiste en la ubicación correcta de las áreas considerando las funciones que realizan cada una de estas y así determinar la

importancia mediante los códigos y razones de cercanía, que debe tener para un buen funcionamiento optimizando recursos para evitar pérdidas de tiempo.

Tabla 30 Códigos de Cercanía

CODIGOS DE CERCANIA	
Código	Descripción
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente necesario
I	Importante
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía sin importancia

Autor: Andrea Arévalo

Tabla 31 Razones de Cercanía

RAZONES DE CERCANIA	
Numero	Descripción
1	Secuencia de Procesos
2	Cuestiones Administrativas
3	Conveniencia
4	Ruido
5	Higiene

Autor: Andrea Arévalo

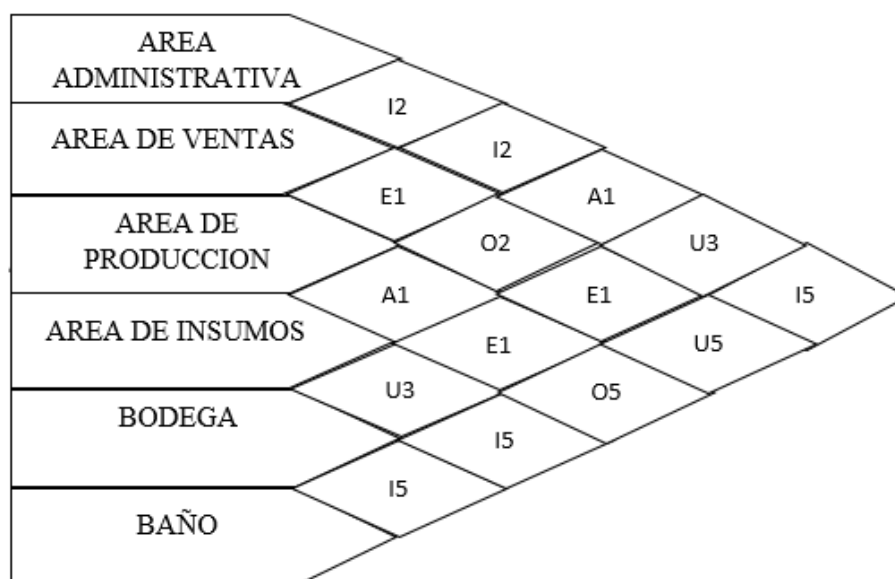


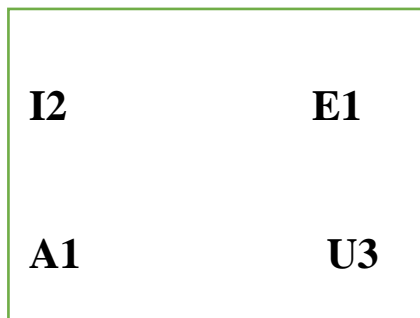
Figura 8 Matriz Triangular

Autor: Andrea Arévalo

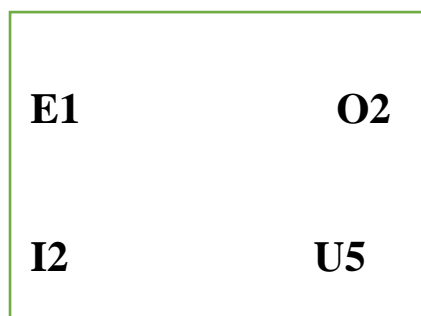
Se sabe que todo proceso productivo está compuesto por una serie de operaciones individuales que se utilizan para obtener bienes y servicios a partir de los insumos, también se puede decir que el proceso productivo es la transformación de insumos convertidos en producto terminado. (Baca Urbina, <https://ianemartinez.files.wordpress.com/2012/09/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>, 2010)

DISTRIBUCION POR AREAS

Área Administrativa (3x3): Se instalará una oficina para el administrador y la contadora con un espacio de espera donde llegaran proveedores, clientes, trabajadores, esta área cuenta con 9m².



Área de Ventas (4x3): Para esta área contamos con 12m² donde estarán las estanterías para la respectiva exhibición del producto terminado y también habrá sillones para que los clientes puedan sentarse a probarse los zapatos.



Área de Producción (5,5x4): Es el lugar donde se procesara la materia prima e insumos en producto terminado listo para la venta, contara con un espacio de 22m².

E1	I2
A1	O5



Área de Insumos (2X4): Esta área está destinada como una bodega donde estará todo la materia prima clasificada para la elaboración del producto y contara 8m2.

A1	O2
I5	U3

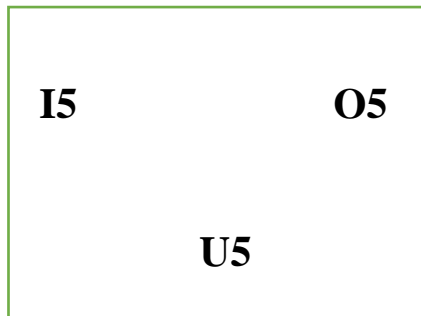


Bodega (2,5x4): Aquí se almacenara el producto terminado listo para la distribución y la venta, contara con 10m2.

E1	U3
I5	



Baño (1,50x2): Esta área esta destinad para el aseo de cada uno de los colaboradores de la microempresa, cuenta con 1,50m2.



Esquema de Distribución de Planta

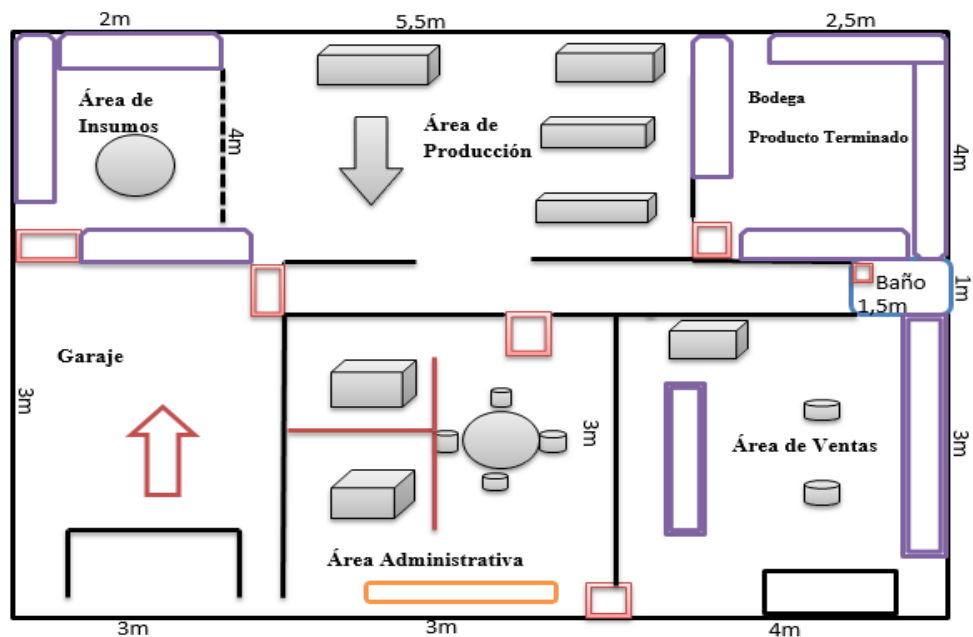


Figura 7 Esquema de Distribución de Planta

Elaborado por: Andrea Arévalo

4.03.03 Proceso Productivo

El proceso productivo es un sistema de acciones que se relacionan de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos.

En el siguiente flujo grama se podrá observar el proceso productivo que se realiza para la elaboración de zapatos.

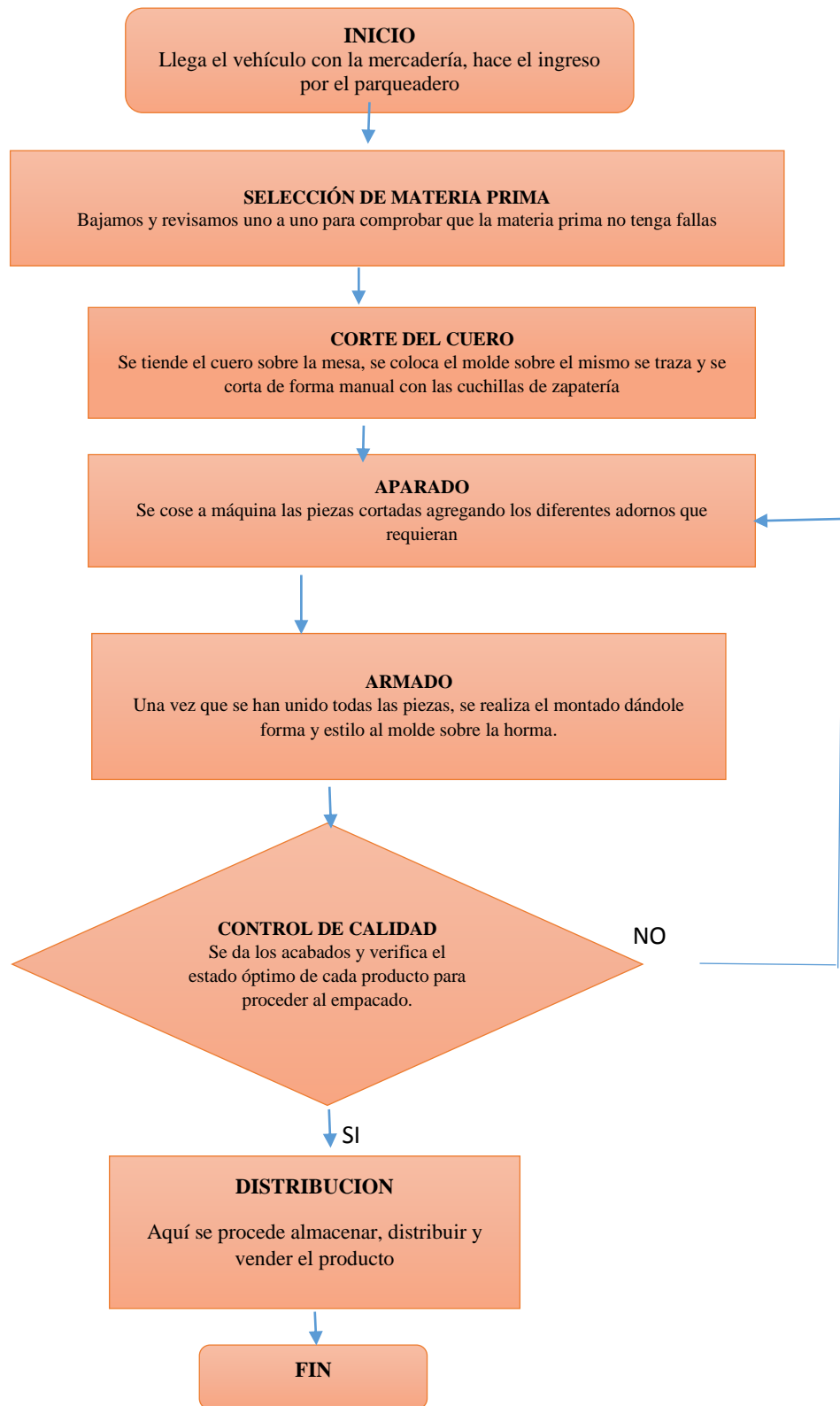


Figura 8 Esquema del proceso productivo

4.3.4 Maquinaria, Herramientas y Equipos

Tabla 32 Maquinaria, Herramientas y Equipos

Muebles y Enseres		
Descripción		Cantidad
Escritorios de Oficina	MDF Bush Reversible Corner Desk	2
Sillas de operarios	PIKA Sikaba Plástico	3
Sillones Probadores	Puffs cuadrados modernos de cuerina	2
Mesas madera	Pino 1,20 x 80 cm	2
Mesa metálica	Hoja de Metal 1,50x 1cm	1
Estanterías	metálicas 50x1,10cm	5
Exhibidores	MDF color blanco	5
Archivadores	Archivador Drawer de 5 cajones	1
Equipos de Computación		
Descripción		Cantidad
Computadora de Escritorio	GE 4ta I3,I5	2
Impresora Multifuncional	Epson L210 Multifuncional tinta continua	1
Equipo de oficina		
Descripción		Cantidad
Caja registradora	Sharp con Escáner Lector código de barras	1
Sumadora	Casio DI 220 a	1
Teléfono inalámbricos	Panasonic identificador contestador	1
Maquinaria y Equipos		
Descripción		Cantidad
Máquina de coser	SIRUBA doble diente 300 puntadas	1
Esmeril	DEWALT 3/4 HP	1
Pinzas Grande	tenaza Artesanal 17 cm	
Pinzas Pequeña	Playo Martillo Pico E Loro	2
Martillo de Zapatería	Artesanal 17 cm	2

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Técnico

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo debe presentarse el análisis financiero del proyecto. Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. En este capítulo se utilizarán informaciones obtenidas en el estudio de mercado y en el estudio técnico. (MARTINEZ PASSARGE, 2006, pág. 121)

5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

5.01.01 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales, o ingresos de operación, son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. Se originan por el objeto social para el que fue creada la empresa si un ingreso no corresponde al objeto social de la empresa se lo considera un Ingreso no Operacional, al no ser del propio giro del negocio. (GUZMAN VASQUEZ, 2005, pág. 112).

Tiempo del Proceso de producción

Tabla 33 Tiempo del Proceso de producción

TIEMPO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN				
ITEM	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	MINUTOS	2 PARES DE ZAPATOS	TIEMPO TOTAL
1	Selección de materia prima	1	1	1,000
2	Corte del cuero	5	1	5,000
3	Aparado	15	1	15,000
4	Armado	15	1	15,000
5	Control de Calidad	5	1	5,000
TOTAL DEL TIEMPO DE PRODUCCIÓN MINUTOS				41,00

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Análisis: En la tabla se detalla el tiempo de elaboración de cada par de zapatos con un tiempo de 41 minutos por cada uno.

5.01.02 Materia Prima Directa

La materia prima directa no es más que los componentes que se utilizara para la elaboración del producto. (Guevara, 2014, pág. 02)

Tabla 34 Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA DIRECTA					
Producción Mensual	Descripción	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
480	Cuero	1 Metro	1,225	588	7056
480	Tela Forro	1 Metro	0,1225	58,8	705,6
480	Hilo	1 Tubo	0,08	38,4	460,8
480	Plantilla Interna	1 Metro	0,03	14,4	172,8
480	Plantilla Lavable	1 Metro	0,048	23,04	276,48
480	Plantas PVC	1 Par	1	480	5760
480	Pega Suave	1 Frasco	0,06	28,8	345,6
480	Pega Fuerte	1 Frasco	0,2	96	1152
480	Velcro	8 velcro	0,667	320	3840
480	Hebillas	2 Hebillas	0,229	110	1320
TOTAL DE MATERIA PRIMA			3,66	1757,44	21089,28

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Análisis: Como podemos ver en la tabla tenemos que el valor unitario por par de zapatos es de \$3,66.

5.01.03 Mano de Obra Directa

La mano de obra directa es el cálculo del sueldo de cada uno de los operarios que se encuentran en el área de producción. (Guevara, 2014, pág. 03)

Tabla 35 Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA (M.O.D)								
CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 11,15%	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	
Operario 1	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 39,47	\$ 422,98	\$ 5.075,79	
Operario 2	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 39,47	\$ 422,98	\$ 5.075,79	
Operario 3	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 39,47	\$ 422,98	\$ 5.075,79	
TOTAL M.O.D						\$ 1.268,95	\$ 15.227,38	

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Análisis: Mediante la tabla cada operario tendrá un sueldo total de \$ 422,98 incluido los beneficios de Ley como Decimos, Fondos de Reserva, y el Aporte Patronal.

5.01.04 Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F)

Son los costos adicionales que no entran directamente en el proceso de la producción pero que de una u otra forma influyen en la elaboración del producto. (Guevara, 2014, pág. 05)

Tabla 36 Costos Indirectos de Fabricación

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo Anual
Material de empaque	480	\$0,17	\$41,00	\$489,60
Material de protección	6	\$5,10	\$15,00	\$183,60
Gasolina	40		\$40,00	\$480,00
Servicios Básicos	50		\$50,00	\$600,00
Total costos indirectos			\$146	\$1.753

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Costo de Producción Unitario

Después de determinar los costos de materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, procedemos a calcular el costo de producción unitario.

Tabla 37 Costo de Producción Unitario

COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO			
Materia Prima		\$	3,66
Directa			
Mano De Obra		\$	5,42
Directa			
Costos Indirectos De Fabricación		\$	0,30
C.U.P		\$	9,39

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.01.05 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales provienen de la venta del producto elaborado por la empresa., una vez determinado los tres costos principales, se realiza el respectivo cálculo de los ingresos operacionales tomando una utilidad del 50%.

Tabla 38 Ingresos Operacionales

ZAPATOS		
Costo De Producción Unitario	\$	9,39
Utilidad 100%	\$	9,39
P.V.P	\$	18,77
Producción Mensual		480
Ingreso Mensual	\$	9009,77
INGRESO ANUAL	\$	108.117,22

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Análisis: La tabla N° 39 representa el precio de venta al público tomando en cuenta el costo de producción unitario, teniendo una utilidad del 100%, viendo también el ingreso anual que será de \$ 108.117,22

5.01.06 Ingresos Proyectados

Ingresos proyectados para dentro de cinco años, tomando en consideración la tasa de crecimiento sectorial

Tabla 39 Ingresos Operacionales

Ingresos Proyectados

Años	Ingreso actual (\$)	Tasa del sector Manufacturero	Ingreso anual (\$)
(año base) 2015	\$0,00	-	\$221.247,18
2016	\$221.247,18	1,037	\$229.433,33
2017	\$229.433,33	1,037	\$237.922,36
2018	\$237.922,36	1,037	\$246.725,49
2019	\$246.725,49	1,037	\$255.854,33
2020	\$255.854,33	1,037	\$265.320,94

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.01.01 Ingresos no Operacionales

El proyecto no cuenta con ingresos no operacionales, debido a que se dedica a una sola actividad de producción y comercialización, por lo tanto no posee actividades ajenas al giro del negocio.

5.02 COSTOS

“El costo se puede definir como un desembolso en efectivo o en especie, hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o de forma virtual”. (BACA URBINA, 2009, pág. 65)

5.02.01 Costos Directos

Los costos directos son aquellos que tienen una relación de forma directa con la elaboración del producto.

Tabla 40 Costos Directos

COSTOS DIRECTOS	
Materia Prima Directa	\$ 21.089,28
Mano de Obra Directa	\$ 15.227,38
Total Costos Directos Mensuales	\$ 36.316,66
Total Directos Anuales	435799,93

Elaborado por: Andrea Arévalo
Fuente: Estudio Financiero

Análisis: Los Costos Directos están conformados por la materia prima directa, Mano de Obra de Directa y que anteriormente se realizó el cálculo.

5.02.02 Costos Indirectos

Son todos los costos que no intervienen directamente en la transformación del producto, pero de alguna forma aportan de forma indirecta.

Tabla 41 Costos Indirectos

Costos Indirectos	
Material de empaque	\$ 489,60
Material de Protección	\$ 183,60
Gasolina	\$ 480,00
Servicios Básicos	\$ 600,00
Total Costos Indirectos	\$ 1.753,00

Elaborado por: Andrea Arévalo
Fuente: Estudio Financiero

Análisis: Los Costos Indirectos están conformados por material de empaque, gasolina, internet y servicios básicos que tienen un costo total de \$ 1.753

5.02.03 Gastos Administrativos

“Los gastos administrativos son los valores a pagar por las actividades de gestión de la empresa, para esto se toma en cuenta la remuneración al personal de esta área, materiales de aseo y suministros de oficina”. (Baca Urbina, 2010, pág. 56)

Tabla 42 Gastos Administrativos

Gastos administrativos							
Concepto	Sueldo mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte 11,15	Fondos de reserva	Total mensual	Valor anual
Administrador	600	50,00	29,50	66,90	0	746,40	8956,8
Vendedor	354	29,50	29,50	39,47	0	452,47	5429,652
	0	-	-	-	0	0,00	0
Total	\$954,00	\$79,50	\$59,00	\$106,37	\$0,00	\$1.198,87	\$14.386,45

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Material de aseo

Tabla 43 Material de aseo

Material de Aseo				
Concepto	Costo	Cantidad	Trimestral	Anual
Escoba	1,50	2	3	36
Recogedor	1,50	2	3	36
Ambientador	1,75	1	1,75	21
Fundas de Basura	1,00	1	1	12
Trapeador	3,50	1	3,5	42
Desinfectantes	2,50	1	2,5	30
Total			9	144

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Suministros de Oficina

Tabla 44 Suministros de Oficina

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Suministros de oficina	25	300
Servicios básicos	50	600
Total	75	900

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Análisis: Dentro de los gastos administrativos tenemos el sueldo de cada empleado del departamento administrativo, los servicios básicos que suman \$144 y los suministros de oficina que suman \$900.

Proyección de Gastos Administrativos

Se realiza la proyección de los gastos administrativos para cinco años ya que es el tiempo estándar del proyecto.

Tabla 45 Proyección de Gastos Administrativos

Proyección Gastos Administrativos							
Descripción	Inflación	Año base	2016	2017	2018	2019	2020
		2015					
Gastos del personal							
Administradora	1,0487	746,40	746,40	746,40	746,40	746,40	746,40
Vendedor	1,0487	452,47	452,47	452,47	452,47	452,47	452,47
		1198,87	1198,87	1198,87	1198,87	1198,87	1198,87
Total		14386,45	14386,45	14386,45	14386,45	14386,45	14386,45
Otros gastos							
Suministros de oficina	1,0487	300	314,61	329,931507	345,9991714	362,849331	380,5200935
Internet	1,0487	441,6	463,10592	485,66	509,31	534,11	560,13
Material de aseo	1,0487	144	151,0128	158,37	166,08	174,17	182,65
Servicios básicos	1,0487	600	629,22	659,86	692,00	725,70	761,04
		1485,6					
Total		7644	1557,94872	1633,82	1713,39	1796,83	1884,34
Total gastos administrativos		22030,452	15944,40	16020,27	16099,84	16183,28	16270,79

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.02.04 Gasto de Venta

Los gastos de venta son los desembolsos que se realiza para poder comercializar el producto, como puede ser mercadotecnia, publicidad, etc. (Guevara, 2014, pág. 10)

Tabla 46 Gasto de Venta

Gastos de venta		
Concepto	Valor	
	mensual	anual
Servicios básicos	50	600
Internet	36,8	441,6
Gasolina	40	480
Publicidad	20	240
Total	110	1320

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Análisis: Los gastos de venta están conformados por los servicios básicos, internet, gasolina, y la publicidad que es un apoyo para que los consumidores posean conocimiento del producto.

Tabla 47 Proyección del gasto de venta

Proyección gasto de ventas

Descripción	Año base 2015	Proyección	2016	2017	2018	2019	2020
Servicios básicos	600	1,0487	629,22	659,86	692,00	725,70	761,04
Internet	442	1,0487	463,10592	485,66	509,31	534,11	560,13
Gasolina	480	1,0487	503,376	527,89	553,60	580,56	608,83
Publicidad	240	1,0487	251,688	263,95	276,80	290,28	304,42
Total	1.320		1384,284	1451,69863	1522,39635	1596,53706	1674,28841

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.02.05 Costos Fijos y Variables

Estos costos son valores que se utilizaran para fines administrativos y comerciales. (Guevara, 2014)

Proyección de costos anuales						
En dólares		Años				
N° 1	Detalle	1	2	3	4	5
1	Costos fijos					
	Depreciación	3632,00	3632,00	3632,00	3272,00	3272,00
	Amortización de inversión direfida	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
	Sueldos administrativos	14386,452	14386,452	14386,452	14386,452	14386,452
	Servicios básicos	\$624,00	\$648,96	\$674,92	\$701,92	\$729,99
2	Costos variables	\$18.842,45	\$18.867,41	\$18.893,37	\$18.560,37	\$18.588,44
	Mano de Obra	\$15.462,72	\$16.081,23	\$16.724,48	\$17.393,46	\$18.089,20
	Costos indirectos de fabricación	\$1.572,48	\$1.635,38	\$1.700,79	\$1.768,83	\$1.839,58
	Publicidad	\$240,00	\$249,60	\$259,58	\$269,97	\$280,77
	Total	\$42.905,63	\$44.621,85	\$46.406,72	\$48.262,99	\$50.193,51
	Ventas	\$61.748,08	\$63.489,26	\$65.300,10	\$66.823,36	\$68.781,96

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.02.06 Inversiones

“La inversión es el capital inicial, o los recursos necesarios que se colocan en un proyecto o iniciativa empresarial con el fin de dar inicio a sus actividades, y recuperarlo con intereses en caso de que genere ganancia”. (Stevez, Estudio de Factibilidad para la Produccion y Comercializacion , 2014, pág. 2)

5.02.07 Inversión de Activos Fijos

“El Activo Fijo es el conjunto de bienes que son de propiedad de la empresa. Es llamado fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de el sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas”. (BACA URBINA, 2009, pág. 45)

5.02.08 Inversión de Activos Diferidos

“Es el conjunto de bienes intangibles de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento. Son aquellas inversiones que son utilizadas para la documentación de los requisitos de constitución, permisos de funcionamiento”. (Stevez, Estudio de Factibilidad para la Produccion y Comercializacion , 2014, pág. 10)

5.02.09 Capital de Trabajo

Se refiere al capital del trabajo, desde el punto de vista contable, como la diferencia aritmética entre el Activo y Pasivo Circulante, desde el punto de vista práctico, es el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido), con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa. (Baca Urbina, 2010, pág. 13)

Inversión			
Concepto	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos financiados
Activos fijos			
Edificio	15000	15000	
Vehículo	9000	9000	
Maquinaria y equipos	988	988	
Muebles y enseres	2022	2022	
Equipo de computo	1080	1080	
Equipo de oficina	600	600	
Total de activos fijos	28690	13690	15000
Activos diferidos			
Gasto de constitución		\$1.000,00	\$1.000,00
Total activos diferidos	\$1.000,00		
Capital de trabajo			
Costos de producción	\$17.661,60	\$17.661,60	\$ 0,00
Gasto administrativos	\$2.556,28	\$2.556,28	\$ 0,00
Gasto de venta	110	\$110,00	\$ 0,00
Total de capital de trabajo	\$20.327,88	\$20.327,88	\$ 40.655,77
Total de la inversión	\$50.017,88	\$34.017,88	\$ 84.035,77
Participación	100%	57,23%	42,77%

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Análisis: La inversión Total será de \$ 84.035,77 de la cual el 57,23% vendrá de recursos propios y el 42,77% será financiado a través de un préstamo.

5.02.10 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Se dice que una empresa está financiada al momento que ha pedido capital llamado préstamo para de esta manera poder cubrir sus necesidades económicas. (BACA URBINA, 2009)

5.02.11 Amortización de Financiamiento

El termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión, se aplica a los activos diferidos o intangibles, indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años.

Tabla 48 Amortización de Financiamiento

MONTO	22.000,00	
INTERES	10,78%	
PLAZO	2 AÑOS	5.500,00
PERIODOS	4	1185,80

Tabla 49 TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO

TABLA DE AMORTIZACION DE PRESTAMO						
AÑOS	PERIODO	CAPITAL (MONTO)	INTERES	CUOTA DE PAGO	CAPITAL PAGADO	SALDO
2015(AÑO BASE)	0	22.000,00				22.000,00
2016	1	22.000,00	1.185,80	5.500,00	6.685,80	16.500,00
	2	16.500,00	889,35	5.500,00	6.389,35	11.000,00
2017	3	11.000,00	592,90	5.500,00	6.092,90	5.500,00
	4	5.500,00	296,45	5.500,00	5.796,45	-
Cuota de pago			5.500,00			

Elaborado por: Andrea Arévalo
Fuente: Estudio Financiero

Tabla 50 Amortización del Diferido

AMORTIZACION DEL DIFERIDO									
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019		
GASTOS DE CONSTITUCION	1000,00	5	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL AMORTIZACION DEL DIFERIDO			\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00

Elaborado por: Andrea Arévalo
Fuente: Estudio Financiero

5.02.07 Depreciaciones

La depreciación a gastos de un activo fijo a lo largo de su vida útil. (Guevara, 2014, pág. 27)

Tabla 51 Depreciaciones

Tabla de Depreciaciones

Activo	Valor de Compra	Vida del Proyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Edificio	15000	20	750	750	750	750	750
Vehículo	9000	5	1800	1800	1800	1800	1800
Maquinaria y equipos	988	5	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6
Muebles y Enseres	2022	5	404,4	404,4	404,4	404,4	404,4
Equipo de Computación	1080	3	360	360	360		
Equipo de Oficina	600	5	120	120	120	120	120
Valor Total	19690	43	3632,00	3632,00	3632,00	3272,00	3272,00

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.02.08 Estado de Situación Inicial

El Balance General, también llamado Estado de Situación Financiera, es un estado básico cuyo principal objetivo es presentar la situación financiera de una empresa en una fecha determinada es decir, los recursos que posee y la forma en que estos están siendo financiados. (Guevara, 2014, pág. 97)

Tabla 52 ESTADO DE SITUACION INICIAL

Emily'S Shoes Cia Ltd.			
Estado de Situación Inicial			
31 de Octubre del 2015			
ACTIVOS		PASIVOS	
Caja	9570,73	Préstamo a Largo Plazo	13234
Edificio	15000		
Vehículo	9000	TOTAL PASIVOS	13234
Maquinaria y Equipo	1348		
Muebles y enseres	1206	PATRIMONIO	
Equipo de computación	1080	Capital	25570,73
Equipo de Oficina	600		
Activo Fijo	37804,73		
Gastos de Constitución	1000		
TOTAL ACTIVOS	38804,73	TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	3884,73

Elaborado por: Andrea Arévalo
Fuente: Estudio Financiero

5.2.1 Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados es un estado financiero básico que presenta información relevante acerca de las operaciones desarrolladas por la empresa en un periodo determinado. En él se realiza un enfrentamiento entre los ingresos de un

periodo con los gastos generados en ese mismo periodo lo que da como resultados una utilidad o una pérdida. (Guevara, 2014, pág. 53).

Tabla 53 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

EMILI'S SHOES Cia. Ltd.

Estado de resultado proyectado

Del 2016 al 2020

Descripción	2015	Tasa	2016	2017	2018	2019	2020
	año base						
VENTAS	\$62.573,32	1,037	\$64.888,53	\$67.289,41	\$69.779,11	\$72.360,94	\$75.038,30
- Costos de producción		1,037	\$18.521,72	\$19.423,73	\$20.369,66	\$21.361,67	\$22.401,98
= Utilidad bruta en ventas		1,037	\$46.366,81	\$47.865,68	\$49.409,45	\$50.999,28	\$52.636,32
- Gastos administrativos		1,037	14386,45	14386,45	14386,45	14386,45	14386,45
- Gastos de venta		1,037	1384,284	1451,698631	1522,396354	1596,537057	1674,288411
- Depreciaciones		1,037	3632	3632	3632	3272	3272
- Amortizaciones		1,037	\$200,00	\$200,00	200	200	200
= Utilidad operacional		1,037	\$26.764,07	\$28.195,53	\$29.668,60	\$31.544,29	\$33.103,58
± Otros gastos		1,037	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
- Gasto financiero		1,037	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
= Utilidad antes de part. e imp.		1,037	\$26.764,07	\$28.195,53	\$29.668,60	\$31.544,29	\$33.103,58
- 15 % participación trabajadores		1,037	\$4.014,61	\$4.229,33	\$4.450,29	\$4.731,64	\$4.965,54
= Utilidad antes de impuestos		1,037	\$22.749,46	\$23.966,20	\$25.218,31	\$26.812,64	\$28.138,04
- 22 % Impuesto a la renta		1,037	\$5.004,88	\$5.272,56	\$5.548,03	\$5.898,78	\$6.190,37
= Utilidad neta del ejercicio		1,037	\$17.744,58	\$18.693,64	\$19.670,28	\$20.913,86	\$21.947,67

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.02.09 Flujo de Caja Proyectado

EMILY SHOES

Descripción	2015 año base	Del 2016 al 2020				
		2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS		\$ 64.888,53	\$ 67.289,41	\$ 69.779,11	\$ 72.360,94	\$ 75.038,30
- Costos de producción		\$ 18.521,72	\$ 19.423,73	\$ 20.369,66	\$ 21.361,67	\$ 22.401,98
= Utilidad bruta en ventas		\$ 46.366,81	\$ 47.865,68	\$ 49.409,45	\$ 50.999,28	\$ 52.636,32
- Gastos administrativos		\$ 14.386,45	\$ 14.386,45	\$ 14.386,45	\$ 14.386,45	\$ 14.386,45
- Gastos de venta		\$ 1.384,28	\$ 1.451,70	\$ 1.522,40	\$ 1.596,54	\$ 1.674,29
- Depreciaciones		\$ 3.632,00	\$ 3.632,00	\$ 3.632,00	\$ 3.272,00	\$ 3.272,00
- Amortizaciones		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
= Utilidad operacional		\$ 26.764,07	\$ 28.195,53	\$ 29.668,60	\$ 31.544,29	\$ 33.103,58
± Otros gastos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
- Gasto financiero		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
= Utilidad antes de part. e imp.		\$ 26.764,07	\$ 28.195,53	\$ 29.668,60	\$ 31.544,29	\$ 33.103,58
- 15 % participación trabajadores		\$ 4.014,61	\$ 4.229,33	\$ 4.450,29	\$ 4.731,64	\$ 4.965,54
= Utilidad antes de impuestos		\$ 22.749,46	\$ 23.966,20	\$ 25.218,31	\$ 26.812,64	\$ 28.138,04
- 22 % Impuesto a la renta		\$ 5.004,88	\$ 5.272,56	\$ 5.548,03	\$ 5.898,78	\$ 6.190,37
= Utilidad neta del ejercicio		\$ 17.744,58	\$ 18.693,64	\$ 19.670,28	\$ 20.913,86	\$ 21.947,67
+ Depreciaciones		\$ 3.632,00	\$ 3.632,00	\$ 3.632,00	\$ 3.632,00	\$ 3.632,00
+ Amortizaciones		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Deuda	\$13234,00					
- Amortizaciones de la deuda		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
- Compra del activo fijo		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
- Inversión inicial	28.690					
- Capital de trabajo	\$13.690,00					
= Flujo de caja del periodo	27.380	\$ 21.576,58	\$ 22.525,64	\$ 23.502,28	\$ 24.745,86	\$ 25.779,67

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

“El Flujo de Caja proyectado es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa”. (Guevara, 2014, pág. 55).

5.03 Evaluación

“La Evaluación financiera es una investigación profunda de la información de los flujos de fondos y los riesgos existentes, dicho estudio nos va a permitir determinar una rentabilidad, demostrando que la inversión propuesta será económicamente viable”. (Stevez, Estudio de Factibilidad para la Produccion y Comercializacion , 2014)

5.03.01 Tasa de Descuento

Al referirse a la tasa de Descuento asegura que esta es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector comercial pymes, más la tasa pasiva, que publica el Banco Central del Ecuador. (Guevara, 2014, pág. 59).

Tabla 54 TMAR O TASA DE DESCUENTO

TMAR O TASA DE DESCUENTO	
CONCEPTO	PORCENTAJE
TASA ACTIVA	8,06%
(+) TASA PASIVA	5,55%
TMAR	13,61%

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.03.02 Cálculo del Valor Presente Neto (VPN o VAN)

El valor presente neto, o valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010, pág. 30).

Tabla 55 CALCULO DEL VAN

CALCULO DEL VAN			
TMAR O TASA DE DESCUENTO		13,61%	
INVERSION		(-44279.9)	
AÑO	2015	\$	21.576,58
	2016	\$	22.525,64
	2017	\$23.502,28	
	2018	\$	24.745,86
	2019	\$	25.779,67
VAN		\$ 80.945,35	

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.03.02 Calculo de la Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es el cálculo con el cual hace que el VAN sea igual a cero, es la tasa que iguala las sumas de los fijos descontados a la inversión inicial.

Tabla 56 CALCULO DEL TIR

CALCULO DE LA TIR	
INVERSION	(44.279,90)
AÑO	2015
	21.576,58
	22.525,64
	23.502,28
	24.745,86
	25.779,67
TIR	43%

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.03.03 Periodo de Recuperación de la Inversión

Tabla 57 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

CALCULO DEL PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)

AÑOS	FLUJOS ACTUALES	FACTOR ACTUALIZACION	DE	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
2015	21.576,58	0,88		18.991,80	18.991,80
2016	22.525,64	0,77		17.451,95	36.443,75
2017	23.502,28	0,68		16.027,30	52.471,05
2018	24.745,86	0,60		14.853,76	
2019	25.779,67	0,53		13.620,55	

Elaborado por: Andrea Arévalo
Fuente: Estudio Financiero

El periodo de recuperación de la inversión determina cuantos años, meses y días se demora en recuperar el monto invertido.

Tabla 58 TIEMPO DE RECUPERACION

Acumulado	Inversión	Total	Tiempo de recuperación
52.471,05	44690	7.781,05	3,77326147

$$77/30 = 2,56$$

$$77-60=17 \text{ días}$$

entonces la recuperación se da en

3 Años

2 Meses

17 días

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Análisis: Mediante este cálculo se ha determinado que se recuperara la inversión en 3 años, 2 meses y 17 días lo que indica que el proyecto es rentable.

5.03.04 Relación Beneficio/Costo

Mide la relación entre los costos y los beneficios asociados a un proyecto, tomando la sumatoria de los flujos actualizados para el total que se ha invertido, de esta manera permite determinar la ganancia que el inversionista obtiene por cada dólar que ha invertido. (Guevara, 2014, pág. 82).

Tabla 59 Relación Beneficio/Costo

SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS	
AÑOS	
2015	18.991,80
2016	17.451,95
2017	16.027,30
2018	14.853,76
2019	13.620,55
total	80.945,35
RB/C	1,62

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Análisis: Por cada dólar invertido se tiene una utilidad de 0,62.

5.03.05 Punto de Equilibrio

Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son iguales a los costos fijos y los variables. Se lo considera una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, los costos variables y los beneficios y de esta forma poder calcular con facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas. (Guevara, 2014, pág. 91)

5.03.05.01 Punto de Equilibrio en Dólares

Para sacar el punto de equilibrio en dólares usamos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio}}}$$

Tabla 60 PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES						
Proyección de costos anuales						
En dólares						
		Años				
N° 1	Detalle	1	2	3	4	5
1	Costos fijos					
	Depreciación	3632,00	3632,00	3632,00	3272,00	3272,00
	Amortización de inversión diferida	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
	Sueldos administrativos	14386,452	14386,452	14386,452	14386,452	14386,452
	Servicios básicos	\$629,22	\$659,86	\$692,00	\$725,70	\$761,04
2	Costos variables	\$18.847,67	\$18.878,32	\$18.910,45	\$18.584,15	\$18.619,49
	Materia prima	25.845	27103,47738	28423,41673	29807,63713	31259,26905
	Mano de Obra	\$15.592,07	\$16.351,41	\$17.147,72	\$17.982,81	\$18.858,58
	Costos indirectos de fabricación	\$2.048,74	\$2.148,51	\$2.253,15	\$2.362,87	\$2.477,95
	Publicidad	\$240,00	\$251,69	\$263,95	\$276,80	\$290,28
	Total	\$43.725,65	\$45.855,08	\$48.088,23	\$50.430,12	\$52.886,07
	Ventas	\$62.573,32	\$64.733,40	\$66.998,68	\$69.014,27	\$71.505,56

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.03.05.02 Punto de Equilibrio en Unidades

Para sacar el punto de equilibrio en unidades usamos la siguiente formula:

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

Tabla 61 Costos Fijos

COSTOS FIJOS	VALOR
Gastos Administrativos	14.386,45
Gastos de Ventas	1.384,28
Gastos Financieros	5.500,00
TOTAL COSTOS FIJOS	21.270,74
Costo Variable unitario	\$3,66
Precio	62.573,32

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

$$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$$

$$PE = \frac{21.270,74}{62.573,32 - 3,66}$$

$$PE = \frac{21.270,74}{62.569,66} = 0,34 \text{ u}$$

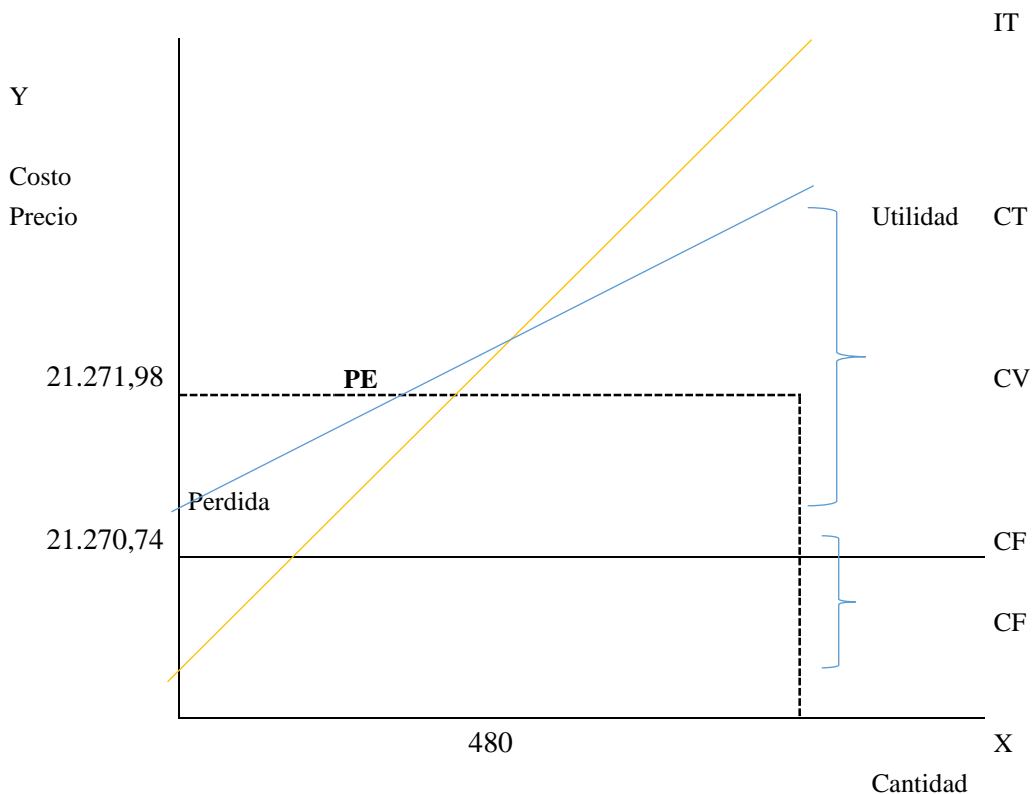
Tabla 62 Demostración

DEMOSTRACION	
VENTAS	
	21.271,98
(-) Costo Variable	1,24
(=) Margen Contribución	21.270,74
(-) Costo Fijos	21.270,74
(=) Utilidad Operacional	-

Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

Gráfico del Punto de Equilibrio



Elaborado por: Andrea Arévalo

Fuente: Estudio Financiero

5.04 Análisis de Índices Financieros

“Estas técnicas no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no se relacionan de forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa”. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010)

Razones de Apalancamiento

“Miden el grado o la forma en que los activos de la empresa han sido financiados considerando tanto la contribución de terceros (endeudamiento) como la de los propietarios (patrimonio)”. (Guevara, 2014, pág. 17)

Razón de Endeudamiento

Mide la proporción de la inversión si han sido financiados por deuda, por lo cual se acostumbra a presentar en forma de porcentajes. (Guevara, 2014)

$$\text{De endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\$ 22.000,00}{\$ 66.690,00}$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = 0,33$$

Análisis: El grado de endeudamiento del activo total es del 33%, lo que indica que se encuentra dentro de los parámetros normales.

Razón de Apalancamiento Externo

Mide la relación entre la utilización del endeudamiento como mecanismo de financiamiento y la utilización de los fondos de los propietarios, indica cuantas

monetarias han vendido fuera del negocio, por cada unidad monetaria prevista por los propietarios. (Guevara, 2014)

$$\text{Razón de Apalancamiento Externo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Contable Total}}$$

Razón de apalancamiento externo	=	\$ 22.000,00
		\$ 44.690,00

Razón de apalancamiento externo	=	0,49
---------------------------------	---	------

Análisis: La relación entre el endeudamiento y el capital propio es de 49% lo cual indica que se encuentra en los parámetros normales.

Razón de Apalancamiento Interno

Cuántas unidades monetarias han sido aportadas al financiamiento de la inversión por los accionistas, por cada unidad monetaria tomada de terceros. (Guevara, 2014, pág. 19).

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = \frac{\text{Capital Contable Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

Razón de apalancamiento interno	=	\$ 44.690,00
		\$ 22.000,00

Razón de apalancamiento interno	=	2,03
---------------------------------	---	------

Análisis: Por cada dólar tomado por terceros los inversionistas han aportado con \$ 2,03

Razones de Actividad o de Gerencia

Evalúan la habilidad con la cual la empresa (o la gerencia), utiliza los recursos de que dispone. (Guevara, 2014)

Rotación del Activo Fijo

Aun cuando los activos fijos no están en el negocio para ser vendidos, sino para producir los bienes y servicios que luego generan los ingresos, este indicador nos mide la relación que existe entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión en activos fijos. (Guevara, 2014, pág. 20)

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$$

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{\$ 221.247,18}{\$ 43.690,00}$$

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = 5,06$$

Análisis: La rotación del proyecto es de 5,06 lo que indica que la empresa está generando ingresos equivalentes a 5,06 veces, es decir cinco veces de la inversión en activos fijos.

Rotación del Activo Total

Este indicador nos mide la relación que existe entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión total.

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{\$ 221.247,18}{\$ 66.690,00}$$

$$\text{Rotación del Activo Total} = 3,32$$

Análisis: La rotación del proyecto indica que es de 3,32 veces es decir que 3,32 veces de la inversión total del activo total.

Razones de Rentabilidad

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles. (Guevara, 2014, pág. 21)

Margen de Utilidad Neta

Mide el porcentaje que está quedando a los propietarios por operar la empresa.

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\$ 17.744,58}{\$ 221.247,18}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 0,08$$

Análisis: El porcentaje que le queda al propietario por operar la empresa es de 8%

Rendimiento sobre Activos ROA

Da una idea del rendimiento que se está obteniendo sobre la inversión.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{\$ 17.744,58}{\$ 66.690,00}$$

$$\text{ROA} = 0,27$$

Análisis: El rendimiento que tiene la empresa sobre los activos es del 27%, lo que indica que los activos no están serenando rentabilidad.

Rendimiento sobre Patrimonio o Capital Contable ROE

Este indicador mide la rentabilidad que están teniendo los inversionistas.

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

$$\text{ROE} = \frac{\$ 17.744,58}{\$ 44.690,00}$$

$$\text{ROE} = 0,40$$

Análisis: La rentabilidad sobre el patrimonio o capital contable es del 40% lo que quiere decir que el capital contable llevara un tiempo en crecer dicho capital.

Rendimiento sobre la Inversión ROI

Mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre la inversión.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{ROI} = \frac{\$ 17.744,58}{\$ 20.327,88}$$

$$\text{ROI} = 0,87$$

Análisis: La rentabilidad que da sobre la inversión es del 87%, lo cual indica que está dentro de los parámetros normales.

CAPITULO VI

ANALISIS DE IMPACTOS

6.01 Impacto Ambiental

El impacto ambiental trata de los efectos que puede causar el ser humano frente al medio ambiente por diversas actividades ya sean positivas o negativas.

La industria del calzado se relaciona de forma directa con el medio ambiente a través de materias primas como el cuero y a su vez produciendo residuos llegando a dar un impacto medio.

La cantidad de residuos y contaminación generada por la industria de elaboración de cuero ha sido de preocupación mundial por lo que la mayoría de empresas están tomando políticas para contribuir a la protección y mejora del medio ambiente. (Ecogestos, 2012, pág. 01)

Análisis: Se concluye que la industria del calzado está avanzando en concientización y responsabilidad ambiental y está tomando medidas para reducir los impactos e incorporar propuestas acordes con el desarrollo sostenible.

La microempresa EMILY'S SHOES dedicada a la elaboración y comercialización de zapatos para niños y niñas tiene un proceso de elaboración que tiene un mínimo porcentaje de desperdicios ya que la materia prima principal que es

el cuero se la aprovecha de la mejor manera, especialmente con los retazos sobrantes se realizan los diseños adicionales como también las correas que sujetan a los zapatos. De esta manera se contribuirá para no contaminar el ambiente.

6.02 Impacto Económico

El impacto económico sirve para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructura, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico incluyendo cambios legislativos y regulatorios. (Economía U. d., 1998, pág. 01)

Análisis: La implementación del proyecto genera un impacto de forma directa ya que es un producto necesario para los consumidores además de la fabricación del calzado se lo comercializa por ende genera un crecimiento económico tanto para los inversionistas como para los colaboradores, convirtiéndose en fuente de empleo generando ingreso a varias familias, por esta razón tiene un impacto positivo ya que incentiva al desarrollo y crecimiento del sector, y de esta manera contribuye al desarrollo económico del país.

6.03 Impacto Productivo

El impacto productivo afecta de forma positiva a este proyecto ya que toda la materia prima utilizada para la elaboración del zapato es Nacional no importamos del exterior y de esa manera los fondos se vuelven a invertir en nuestro país, apoyando al cambio de la Matriz Productiva. (Guevara, 2014, pág. 131)

Análisis: Al ser un producto de consumo secundario da la oportunidad para crecer en volumen ya que por cada mujer activa sexualmente nacen dos niños, entonces entre más niños nacen hay más oportunidad de comercializarlo y lograr un

posicionamiento en el mercado, se contratara a más personal para incrementar la productividad, también se contribuye con énfasis al Plan Nacional del Buen Vivir.

6.04 Impacto Social

El impacto social afecta de forma positiva ya que el producto que sale al mercado tiene una plantilla ortopédica lavable este producto es similar a los ya existentes en el mercado, en este caso la población que adquiriera este producto se va a beneficiar ya que es un producto lavable resistente al igual que el calzado de cuero con diversos modelos, le ayuda en la formación del arco plantar en los niños, así los clientes van a adquirirlo por sus beneficios y no solo por vanidad.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- La justificación y los antecedentes proporcionaron la información para conocer la importancia de un zapato ortopédico para los niños en edad de crecimiento, como también los beneficios de la plantilla lavable.
- El análisis situacional admitió establecer posibles clientes para la distribución al por mayor de dicho producto.
- En el estudio de mercado realizado por medio de las encuestas aprobó saber la aceptación favorable del producto, lo que generó una demanda proyectada aceptable para el estudio de este proyecto.
- Por medio del estudio técnico se logró determinar la infraestructura óptima, la maquinaria, para la correcta elaboración del producto y así no tener desperdicios de tiempos y recursos.
- En el estudio financiero se determinó el valor de la inversión inicial del proyecto, que es de \$ 84035,77, analizando los indicadores de evaluación económica donde se pudo ver la viabilidad, así como su rentabilidad ya que los resultados de los indicadores fueron positivos.

- el periodo de recuperación del capital es de 3 años, 2 meses y 17 días.
- Los impactos que genera este proyecto son positivos excepto el ambiental que se ve afectado por la utilización del cuero y la empresa deberá incluir un manual de políticas para contrarrestar este impacto ambiental.

7.02 Recomendaciones

- Implementar el proyecto por cuanto los indicadores financieros muestran que es este es viable y rentable.
- Considerar para una proyección futura de la empresa la utilización de diferente materia prima, podría ser en cuero sintético, tela lona para no perjudicar al medio ambiente.
- Aplicar el proceso de mejora continua tanto en el área de producción, en el área administrativa y ventas, para innovar y ser competitivos.
- Hacer un seguimiento de los indicadores de evaluación financiera ya que de esta manera se podrá saber si sigue siendo viable.
- Dentro de un tiempo determinado abrir más sucursales y hacer un estudio para realizar ventas por catálogo.

BIBLIOGRAFÍA

- Abstract. (2015). Quito.
- AMECA CARREON, J. (2014). <http://www.gestiopolis.com/marketing-2/cliente-interno-y-externo-en-una-organizacion.htm>. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/marketing-2/cliente-interno-y-externo-en-una-organizacion.htm>.
- BACA URBINA, G. (2009). *EVALUACION DE PROYECTOS*. ESPAÑA.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill Interamericana de Editores.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- Baca Urbina, G. (23 de Enero de 2010). <https://ianemartinez.files.wordpress.com/2012/09/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>. Obtenido de <https://ianemartinez.files.wordpress.com/2012/09/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>: <https://ianemartinez.files.wordpress.com>
- Balanza_Comercial. (05 de Noviembre de 2014). http://es.wikipedia.org/wiki/Balanza_comercial. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Balanza_comercial: http://es.wikipedia.org/wiki/Balanza_comercial
- Campderrich Flagueras, B. (2003). Ingeniería del Software. En B. Campderrich Flagueras, *Ingeniería del Software*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- DEBITOOR, D. (s.f.). <https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>.
- Dedicatoria. (2015). Quito.
- Derechos, C. d. (2015).
- Eco-Finanzas. (2006). <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA.htm>. Obtenido de <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA.htm>.
- Eco-Finanzas. (Agosto de 2010). <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA.htm>. Obtenido de <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA.htm>: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA.htm>
- Ecogestos. (19 de Septiembre de 2012). <http://www.ecogestos.com/la-industria-del-calzado-y-su-impacto-ambiental/>. Obtenido de <http://www.ecogestos.com/la-industria-del-calzado-y-su-impacto-ambiental/>.
- Economia. (2006). <http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm>. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm>.

- Economia, E. d. (2006). <http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm>. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm>: <http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm>
- Economia, U. d. (13 de Febrero de 1998). http://www.sinia.cl/1292/articles-26352_documento.pdf.
- Ejecutivo, R. (2015). Quito.
- ENDEAVOR. (07 de Julio de 2010). <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-articulos/marketing/184455/competencia-competencia-directa-competencia-indirecta/>. Obtenido de <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-articulos/marketing/184455/competencia-competencia-directa-competencia-indirecta/>: <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-articulos/marketing/184455/competencia-competencia-directa-competencia-indirecta/>
- Estrategica, G. (2011). <http://www.matrizfoda.com/>. Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/>: <http://www.matrizfoda.com/>
- FINANZAS, D. E. (2015). <http://www.eco-finanzas.com/index.htm>. Obtenido de <http://www.eco-finanzas.com/index.htm>.
- FONSECA, P. (Recuperado 2015). El Producto Interno Bruto. *Revista Virtual de Investigacion Economica*.
- Gestion_Estrategica. (2011). www.matrizfoda.com. Obtenido de www.matrizfoda.com.
- Gestiopolis. (Julio de 2001). <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm>. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm>: <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm>
- Gestiopolis. (07 de 2001). <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm>. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm>.
- Grande Esteban, I. (2005). Marketing de los Servicios. En I. Grande Esteban, *Marketing de los Servicios*. Madrid: ESIC.
- Guevara, J. (17 de mayo de 2014). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Guevara, J. (15 de Abril de 2014). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Guevara, J. (10 de Abril de 2014). Quito, Pichincha, Ecuador.
- GUZMAN VASQUEZ, A. (2005). *Contabilidad Financiera*. Bogota: Editorial de la Universidad del Rosario.

- HERNADEZ, P. (Noviembre de 2008). <http://factoreslegales.blogspot.com/>. Obtenido de <http://factoreslegales.blogspot.com/>.
- HERNANDEZ MANGONEZ, G. (2006). DICCIONARIO DE ECONOMIA. En G. HERNANDEZ MANGONEZ, *DICCIONARIO DE ECONOMIA*. PEREIRA: CONSEJO EDITORIAL UNIVERSITARIO.
- ILPES. (2006). GUIA PARA LA PRESENTACION DE PROYECTOS. En I. I. ECONOMICA, *GUIA PARA LA PRESENTACION DE PROYECTOS* (pág. 248). MEXICO: SIGLO XXI EDITORES S.A DE C.V.
- ISSUU. (s.f.). http://issuu.com/control.electoral/doc/todas_las_circunscripciones. Obtenido de http://issuu.com/control.electoral/doc/todas_las_circunscripciones.
- LEGNA VERMA, C., & GONZALES MORALES, O. (2010). COMPRENDER LA MACROECONOMIA. En C. LEGNA VERMA, & O. GONZALES MORALES, *COMPRENDER LA MACROECONOMIA* (pág. 332). BUENOS AIRES: TESEO.
- LEIDER, A. (26 de Septiembre de 2011). <http://yotamience.blogspot.com/2011/09/definicion-de-empleo-desempleo-y.html>. Obtenido de <http://yotamience.blogspot.com/2011/09/definicion-de-empleo-desempleo-y.html>: <http://yotamience.blogspot.com>
- MARTINEZ PASSARGE, M. L. (2006). *ILPES Guia para la Presentacion de Proyectos*. Madrid: Siglo XXI edistores S.A de C.V.
- MEJIA, M. (03 de Septiembre de 2012). <http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Tecnol%C3%B3gicos-De-Una-Empresa/5512395.html>. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Tecnol%C3%B3gicos-De-Una-Empresa/5512395.html>: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Tecnol%C3%B3gicos-De-Una-Empresa/5512395.html>
- Nunes, P. (26 de Agosto de 2012). <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestioncomercial.htm>. Obtenido de <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestioncomercial.htm>: <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestioncomercial.htm>
- PALACIOS GOMERO, H. (2006). FUNDAMENTOS TECNICOS DE LA MATEMATICA FINANCIERA. En H. PALACIOS GOMERO, *FUNDAMENTOS TECNICOS DE LA MATEMATICA FINANCIERA* (pág. 180). LIMA: EDICIONES NOVA PRINT S.A.C.
- POSSO ZUMARRAGA, M. (2006). POSSO ZUMARRAGA, Manuel;. *REVISTA JUDICIAL derechoecuador.com*.
- ROMBIOLA, N. (18 de Octubre de 2013). <http://www.finanzas.com/%C2%BFque-es-la-competencia>. Obtenido de <http://www.finanzas.com/%C2%BFque-es-la-competencia>: <http://www.finanzas.com/%C2%BFque-es-la-competencia>
- Sence, S. (23 de Octubre de 2012). calzadosary.blogspot.com/2012/10/historia-del-calzado.html. Obtenido de calzadosary.blogspot.com/2012/10/historia-del-calzado.html: calzadosary.blogspot.com/2012/10/historia-del-calzado.html
- SENPLADES. (2015). PLAN BUEN VIVIR 2013-2017.

- soda.ustadistancia.edu.co*. (s.f.). Obtenido de *soda.ustadistancia.edu.co*.
- Stevez, M. (15 de octubre de 2014). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE YOGURT Y GRANOLA CON ENERGIZANTES NATURALES EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO. Quito.
- Stevez, M. (15 de OCTUBRE de 2014). Estudio de Factibilidad para la Produccion y Comercializacion . QUITO.
- Stevez, M. (15 de octubre de 2014). Estudio de Factibilidad para la Produccion y Comercializacion . Quito.
- SULCER VALDEZ, R. A., & PEDROZA ESCANDON, J. E. (2004). EXPORTACION EFECTIVA. En R. A. SULCER VALDEZ, & J. E. PEDROZA ESCANDON, *EXPORTACION EFECTIVA* (pág. 190). MEXICO: Ediciones Fiscales ISEF.
- SUPERCIAS. (2015). *www.supercias.gob.ec*. Obtenido de *www.supercias.gob.ec*.
- TARINGA. (16 de Enero de 2010). <http://www.taringa.net/posts/info/4403191/Historia-y-Evolucion-del-Calzado.html>. Obtenido de <http://www.taringa.net/posts/info/4403191/Historia-y-Evolucion-del-Calzado.html>.
- Tenorio, J. (09 de Marzo de 2012). <http://es.slideshare.net/AliniuZizRguezT/simbolos-diagrama-de-flujo>. Obtenido de <http://es.slideshare.net/AliniuZizRguezT/simbolos-diagrama-de-flujo>: <http://es.slideshare.net/AliniuZizRguezT/simbolos-diagrama-de-flujo>
- tesis, D. (s.f.). <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/18406/Capitulo3.pdf>. Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/18406/Capitulo3.pdf>.
- Thompson, I. (Junio de 2008). <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Torres Correa, C. (Diciembre de 2012). *Gestion Operativa de las organizaciones*. Obtenido de <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>: <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>
- Varios. (2015). *Agradecimiento*. Quito.
- Varios. (2015). *Declaratoria*. Quito.
- VELEZ, S. (15 de Noviembre de 2012). <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Ventura, B. E. (2008). *Gestion Administrativa de Personal*. En B. E. Ventura, *Gestion Administrativa de Personal*. Madrid: Cima Press S.L.
- Vera, A. C. (24 de Mayo de 2009). <http://es.slideshare.net>. Obtenido de <http://es.slideshare.net/>: <http://es.slideshare.net/>

Wlacero_files. (s.f.). <https://walcero.files.wordpress.com>. Obtenido de <https://walcero.files.wordpress.com>.

zapatos.org. (recuperado 2015). www.zapatos.org/historia-del-zapato/. Obtenido de www.zapatos.org/historia-del-zapato/: Recuperado por Andrea Arevalo2015

ANEXOS

MODELO DE REVISTA

Portada



CODIGOS DEL CATALOGO

<p>Nombre: Amalia Código AN001</p> 	<p>Nombre: Mateus Código ON001</p> 
<p>Nombre: Angie Código AN002</p> 	<p>Nombre: Nicolas Código ON002</p> 
<p>Nombre: Flor Código AN003</p> 	<p>Nombre: King Código ON003</p> 
<p>Nombre: Fiesta Código AN004</p> 	<p>Nombre: Bodoque Código ON004</p> 

FOTOGRAFIAS DE LA MAQUINARIA Y UTENCILIOS

Máquina de Coser



Esmeril



Martillo, tenaza y cuchillas

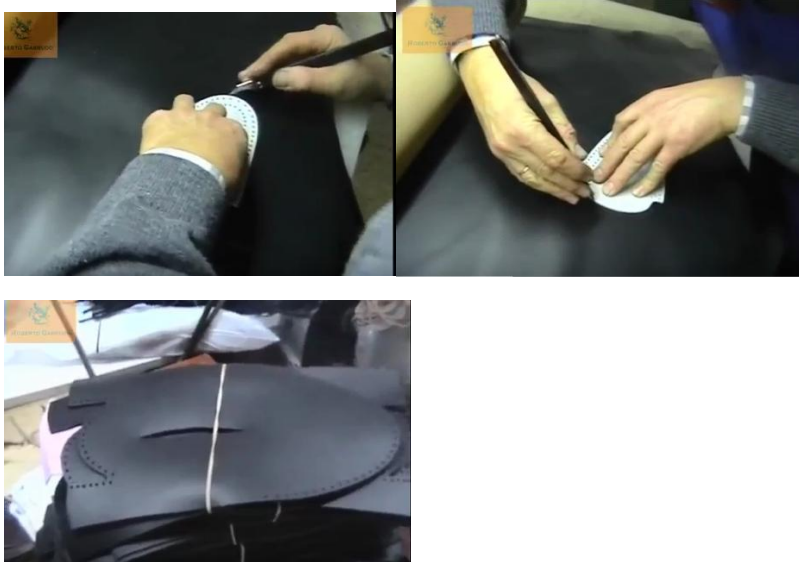


Hilos



FOTOGRAFIAS DEL PROCESO DE ELABORACION

1.- Corte del cuero



2.- Cosida de las piezas en la maquina de coser



3.- Aparado del zapato



Formato de la Encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

La presente encuesta tiene la finalidad de determinar el margen de aceptabilidad que puede tener el presente proyecto de elaboración y comercialización de zapatos para niñ@s con fines académicos.

Señale con una **X** la opción que se adapte a su preferencia.

9. ¿En su familia existen niños en edad de 1 a 7 años?

SI () NO ()

Nota: Si su respuesta es no, agradecemos su tiempo aquí termina la encuesta.

10. ¿Le gustaría que se oferte en el mercado un zapato que tenga una plantilla ortopédica lavable?

SI () NO ()

11. ¿En qué tipo de material le gusta comprar los zapatos para sus niñ@s?

Cuero () Cuero Sintético () Tela lona () Tela Impermeable ()

12. ¿Está usted de acuerdo con el calzado y precios que le ofrece la competencia para su niñ@?

SI () NO ()

13. ¿Cada qué tiempo compra zapatos a su niñ@?

Cada mes () Cada 3 meses () Cada 5 meses () Cada año ()

14. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por un calzado que no solo brinde confort sino que previene los problemas ortopédicos en los niñ@s?

\$ 15 () \$25 () \$35 () \$45 ()

15. ¿Qué marca de calzado compra para su niñ@?

Bubble gummers () Ponny () Kiddo () Pibe ()

Otros ()

16. ¿Esta Ud. de acuerdo con la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de zapatos ortopédicos para niñ@s en el Sector Norte de Quito?

SI () NO ()