



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

TEMA

APOYO AL SECTOR DEL CALZADO ARTESANAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO INFANTIL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Industrial y de la Producción

Autor: Rosa Alexandra Quishpe Churaco

Tutor: Ing. Fausto Soria

Quito, Abril 2014

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.

Rosa Alexandra Quishpe Churaco

CI: 172076257-2



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Rosa Alexandra Quishpe Churaco, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Industrial y de la producción que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Administrador de la producción industrial y de la producción, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado ***"APOYO AL SECTOR DEL CALZADO ARTESANAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO INFANTIL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO."***, el cual incluye el estudio de mercado y la factibilidad económica para la implementación de la industrial y la aceptación en el mercado de los productos . b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la clausula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.



TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTÍA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses. En aceptación firman a los * días del mes de Abril del dos mil catorce.

f) _____

C.C. N° 172076257-2

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi dios por darme la sabiduría, por regalarme la hermosa familia que tengo, por haber permitido conocer a personas buenas que supieron compartir sus conocimientos conmigo, sobre todo enseñar los valores de la vida.

Agradezco a todos los profesores que tuve la oportunidad de conocer, los mismos que me supieron compartir sus conocimientos, brindarme su apoyo y fuerzas para continuar.

Agradecimientos también a la institución por haberme permitido superar y cumplir mi sueño.

DEDICATORIA

A mis padres que supieron guiarme en mi vida estudiantil, que están siempre apoyándome en todo lo que hago, doy las gracias también a mi esposo que ha sido un apoyo fundamental para cumplir esta meta.

A mis abuelitos que me han brindado su apoyo incondicional, sus consejos y que me han enseñado a luchar por lo que se desea.

Gracias a todos ustedes por haberme apoyado para cumplir esta meta.

ÍNDICE

Capítulo I	1
1.01 Justificación.....	2
1.02 Antecedentes	4
Capítulo II	9
2.01 Ambiente Externo	9
2.01.01 Aspecto económico.....	9
2.01.02 Factor Social	18
2.01.04 Aspecto Tecnológico	33
2.02 Entorno local	34
2.02.01 Clientes	34
2.02.02 Proveedores.....	35
2.02.03. Competencia	36
2.03 Análisis Interno	39
2.03.01 Propuesta Estratégica	39
2.03.02 Gestión Administrativa	42
2.03.03 Gestión Operativa	50
2.03.04 Gestión Comercial	51
2.04 Análisis FODA	59
CAPITULO III	61
3.01 Análisis del consumidor	62
3.01.01 Determinar población y muestra.....	62
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información	65
3.01.03 Encuesta	65
3.01.04 Análisis de la información	68
3.01.05. Resultados de la Encuesta	69
3.02 Demanda.....	80
3.02.01 Demanda Histórica.....	80
3.02.02 Demanda actual.....	80
3.03 Oferta	83
3.03.01 Oferta Histórica.....	83
3.02.02 Oferta Actual.....	83



3.02.03 Oferta Proyectada.....	83
3.04. Balance Oferta Demanda	84
3.04.01 Balance Actual	84
3.04.02 Balance Proyectado.....	85
Capítulo IV	86
Estudio Técnico	86
4.01 Tamaño del proyecto	86
4.01.01. Capacidad Instalada	87
4.01.02 Capacidad Óptima.....	87
4.02 Localización	87
4.02.01 Macro-localización	88
4.02.02 Micro localización	89
4.02.03. Localización Óptima	89
4.03 Ingeniería del Producto.....	91
4.03.01 Definición del B y S.....	91
4.03.02 Distribución de planta	92
4.03.03 Proceso Productivo	97
4.03.03.01 simbologías del diagrama de flujo	97
4.03.04 Cuadro de Activos.....	98
Capítulo V	100
Estudio financiero	100
5.01 Ingresos Operacionales.....	100
5. 01.01 Tiempos de Proceso	100
5.01.02. Ingresos	104
5.01.02 Ingresos no Operacionales	105
5.02 Costos.....	105
5.02.01 Costo Directo	105
5.02.02 Costo Indirecto.....	106
5.02.03 Gastos Administrativo.....	106
5.02.04 Gastos de Venta	107
5.02.05 Proyección de Costos Fijos y Variables.....	109
5.03 Inversiones	110
5.03.01 Cuadro de Inversiones.....	110
5.03.02 Amortización de Financiamiento	111



5.03.03 Depreciaciones	112
5.03.04 Estado de Situación Inicial.....	112
5.03.05 Estado de Resultado Proyectado	113
5.03.06 Flujo de Caja Proyectado	114
5.04 Evaluación Financiera	116
5.04.01 Tasa de Descuento	116
5.04.02 VAN (Valor Actual Neto).....	117
5.04.03 TIR(Tasa Interna de Retorno)	118
5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	118
5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio).....	119
5.04.06 Punto de Equilibrio	120
5.04.07 Análisis de Índices Financieros.....	123
Capítulo VI	125
Análisis de Impactos.....	125
6.01 Impacto Ambiental.....	125
6.02 Impacto Económico	126
6.03 Impacto Productivo	126
6.04 Impacto Social	128
Capítulo VII	129
Conclusiones y Recomendaciones	129
7.01 Conclusiones	129
7.02 Recomendaciones	130
Bibliografía	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Evolución de la Inflación.....	9
Tabla 2: Evolución tasa de interés activa.....	11
Tabla 3; Tasa pasiva	13
Tabla 4: Tasa de crecimiento de migración	21
Tabla 5; Proveedores.....	35
Tabla 6: Competencia directa	37
Tabla 7; Competencia Indirecta	38
Tabla 8: Cronograma de Actividades.....	43
Tabla 9: Formato de Evaluación	49
Tabla 10: Formato de Evaluación de Desempeño.....	49
Tabla 11: Costo de Producción Unitario.....	52
Tabla 12: Matriz FODA Fortaleza	59
Tabla 13: Matriz FODA Oportunidad.....	60
Tabla 14: Matriz FODA amenaza	60
Tabla 15: Población Distrito Metropolitano de Quito.....	63
Tabla 16: Total de Género Encuestado	69
Tabla 17: Total niños de 0 a 12 meses de edad.....	70
Tabla 18: Segunda pregunta de la encuesta	71
Tabla 19: Tercera pregunta de la encuesta	72
Tabla 20: Cuarta pregunta de la encuesta	73
Tabla 21: Quinta pregunta de la encuesta	74
Tabla 22: Sexta pregunta de encuesta	75
Tabla 23: séptima pregunta de la encuesta.....	76
Tabla 24: Octava pregunta de la encuesta.....	77
Tabla 25: Novena pregunta de la encuesta.....	78
Tabla 26: Decima pregunta de la pregunta	79
Tabla 27: Datos para calcular la demanda actual.....	81
Tabla 28: Demanda Actual	81
Tabla 29: Tasa de crecimiento 2013	82
Tabla 30: Demanda Proyectada	82
Tabla 31: Oferta Actual	83
Tabla 32: Porcentaje de la competencia.....	84
Tabla 33: Proyección de la Oferta.....	84
Tabla 34: Demanda Insatisfecha Actual	85
Tabla 35: Proyección de la Demanda Insatisfecha	85
Tabla 36: Distribución de áreas de la planta	87
Tabla 37: Macro-localización	88
Tabla 38: Matriz de localización.....	90
Tabla 39: Código de Cercanía.....	92
Tabla 40 : Razones de Cercanía.....	93
Tabla 41: Tiempo de la producción de calzado	100
Tabla 42: Producción por Trabajador	101
Tabla 43: Materia Prima Directa	101



Tabla 44: Mano de Obra Directa.....	102
Tabla 45: Servicios Básicos	103
Tabla 46: Costos Indirectos de Fabricación	103
Tabla 47: Costo de Producción Unitario.....	104
Tabla 48: Ingresos Operacionales	104
Tabla 49: Ingresos Proyectados	105
Tabla 50: Costo Directo	105
Tabla 51: Costo Indirecto.....	106
Tabla 52: Gastos Administrativos.....	107
Tabla 53: Gastos de Venta	108
Tabla 54: Proyección de Gastos De Venta.....	108
Tabla 55: Proyección de Costos Anuales.....	109
Tabla 56: Cuadro de Inversiones	110
Tabla 57: Amortización del Préstamo.....	111
Tabla 58: Amortización del Diferido	112
Tabla 59: Depreciaciones.....	112
Tabla 60: Estado de Situación Inicial	113
Tabla 61: Estado de Resultados Proyectados.....	114
Tabla 62: Flujo de Caja Proyectado.....	115
Tabla 63: Tasa de Descuento	116
Tabla 64: Valor Actual Neto.....	117
Tabla 65: Tasa Interno de Retorno.....	118
Tabla 66: Periodo de recuperación de la Inversión.....	119
Tabla 67: Relación Costo Beneficio	120
Tabla 68: Punto de Equilibrio	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Evolución de Inflación	10
Figura 2: Evolución de la Tasa de Interés Activa	12
Figura 3: Evolución de la Tasa de Interés Pasiva	13
Figura 4: Producto Interno Bruto	14
Figura 5: PIB por sector	15
Figura 6: Balanza Comercial.....	16
Figura 7: Evolución de la Exportación	17
Figura 8: Población	19
Figura 9: Población Económicamente Activa.....	19
Figura 10: Clasificación de la Población	20
Figura 11: Tasa de Migración Neta.....	22
Figura 12: Croquis de Ubicación	53
Figura 15: Primera pregunta de la Encuesta	70
Figura 16: Segunda Pregunta de la Encuesta	71
Figura 17: Tercera Pregunta de la Encuesta.....	72
Figura 18: Cuarta Pregunta de la Encuesta	73
Figura 19: Quinta Pregunta de la Encuesta	74
Figura 20: Sexta Pregunta de la Encuesta	75
Figura 21: Séptima Pregunta de la Encuesta.....	76
Figura 22: Octava Pregunta de la Encuesta	77
Figura 23: Novena Pregunta de la Encuesta	78
Figura 24: Décima Pregunta de la Encuesta	79
Figura 25: Macro-localización	88
Figura 26: Localización Óptima	91

RESUMEN EJECUTIVO

La problemática planteada para esta investigación tiene como finalidad proporcionar un modelo de calzado infantil semi ortopédico que son demandados por padres de familia que buscan la comodidad y bienestar de su hijo, a su vez se busca captar mayor mercado a nivel nacional e internacional a través de la producción y comercialización de calzado infantil confeccionados con materia prima de calidad.

El objetivo principal de este proyecto es implementar una microempresa dedicada a la producción y comercialización de calzado infantil semi ortopédico para niños de 0 a 12 meses de edad, lo cual se pudo determinar aceptabilidad del proyecto mediante los estudios en el mercado, por ello la empresa pretende ofrecer modelos innovadores, originales, de moda, flexibles, cómodos y a precios competitivos.

El proyecto de investigación que se presenta a continuación se ha realizado en siete capítulos y cada uno de ellos se ha elaborado con un enfoque innovador a la vez busca contribuir al desarrollo del mercado de calzado y al país.

En el primer capítulo se describe la justificación y los antecedentes del proyecto en lo cual se destaca los factores relevantes de la investigación.

El segundo capítulo se desarrolla el estudio del ambiente interno y externo local en la cual se realiza una FODA para analizar los diferentes impactos en la empresa.

El tercer capítulo se desarrolla el estudio del mercado mediante un análisis de consumidor en el que se determina la oferta, demanda y la demanda insatisfecha tanto actual como proyectada.

El cuarto capítulo describe el estudio técnico del proyecto como la localización de la empresa y la ingeniería del producto.

El quinto capítulo se determina el estudio y evaluación financiera en el cual se obtuvieron los resultados favorables dado que está dentro de los parámetros establecidos e indica la viabilidad y rentabilidad del proyecto, cabe recalcar que este capítulo es de vital importancia para la toma de decisiones del investigador.

En el sexto capítulo se describe el análisis de impactos ambientales, económicos y sociales; siendo el impacto ambiental de gran importancia para la empresa.

El séptimo capítulo contiene las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

ABSTRACT

The issues raised in this research is intended to provide a model of semi orthopedic children's shoes that are demanded by parents who want the convenience and welfare of the child, which seeks to capture more market nationally and internationally through production and marketing of infant footwear made with quality raw material .

The main objective of this project is to implement a dedicated wing micro production and marketing of infant semi orthopedic shoes for children 0-12 months of age , which could be determined by the project acceptability studies on the market , so the company plans offering innovative , original , trendy, flexible , comfortable and competitively priced models

The research project presented below was carried out in seven chapters and each was made with an innovative approach to see search help develop the footwear market and country.

In the first chapter the rationale and background to the project in which the relevant factors research highlights described .

The second chapter discussing the local internal and external environment in which a SWOT is performed to analyze the different impacts on the company develops.

The third chapter market research is developed through an analysis of the consumer in the supply, demand and unmet current and projected is determined.

The fourth chapter describes the technical study of the project and the location of the company and product engineering.

The fifth chapter the study and financial evaluation in which favorable results were obtained since it is within the parameters set and indicates the feasibility and profitability of the project is determined, it should be emphasized that this chapter is vital to the volume of decisions researcher.

In the sixth chapter analysis describes impacts: environmental, economic and social, being the environmental impact of major importance for the company.

The seventh chapter contains the conclusions and recommendations of the research

INTRODUCCIÓN

Una de las principales necesidades de los seres humanos a lo largo de la historia, ha sido la de poder cubrir y proteger todo su cuerpo, ya sea por el frío o por cualquier factor externo que pueda significar amenaza para su integridad.

Las extremidades inferiores, por estar en contacto constante con el piso, es sin duda la parte más afectada del cuerpo humano, con este antecedente se han venido desarrollando formas para poder proteger los pies del medio, empezando desde simples pedazos de cuero obtenidos de los animales cazados, hasta modelos extravagantes fabricados en diferentes tipos de materiales que se puede ver en la actualidad.

FARY'S se ha enfocado en los más pequeños, niños de entre 0 a 1 año, desarrollando modelos casuales formales y deportivos, fabricados en materiales de alta calidad 100% ecuatorianos utilizando herramientas adecuadas que permiten garantizar la adaptación del calzado al pie del niño/a.

El calzado semi ortopédico que se oferta, garantiza seguridad, comodidad y elegancia en los pies del niño/a y de esta forma la confianza en sus padres de tener un producto confiable, de calidad y de un costo que está al alcance de todos.

Capítulo I

1.01 Justificación

El presente proyecto pretende añadir una gran variedad de diseños de calzado infantil semi ortopédico para los infantes de 0 a 12 meses de edad lo cual será de gran ayuda para la comodidad de los niños.

En la actualidad se puede observar que los padres de familia desean comprar calzado de calidad, pero que su costo no se elevado y además que exista diseños y colores variados y modernos. Dentro del mercado estas opciones no se encuentran con facilidad las tallas pequeñas, son muy pocas tiendas de calzado que tiene zapatos para niños de 0 a 12 meses de edad y es por esta razón se realizara presente proyecto a enfocarse a en la producción y comercialización de calzado de tallas pequeñas.

El calzado infantil semi ortopédico es importante para la correcta formación y desarrollo de los pies del niño, para prevenir cualquier tipo de daños o deformaciones durante su desarrollo. Este proyecto describe la producción del calzado aplicando técnicas y procesos específicos. ya que los padres de familia buscan lo mejor para su hijos y que mejor que poder ofrecer un calzado elaborado con materiales de calidad ,diseños variados, y que ayudan al buen desarrollo del infante.

Este proyecto está enfocado a brindar un calzado infantil de calidad, aplicando los normas , procesos y procedimientos para obtener un producto de calidad que exige el cliente del calzado infantil como deportivo , casual y formal

que es muy apetecido en el mercado ecuatoriano, que se produce en cantidades mínimas, es por esta razón que los productos extranjeros son valorados por calidad, variedad y valor agregado del calzado.

FARY`S está en la capacidad de satisfacer las siguientes necesidades:

- La necesidad básica del vestido
- Ir a la moda y la diferencia con otras marcas
- Brindar calidad del producto
- Precios cómodos
- Servicios y atención personalizada

Los productos estarán enfocados para los dos géneros, tallas y por diversas características como color, diseños entre otros.

Los diseños del producto son una de las tendencias que marca la diferencia en la moda o el gusto por el cliente, el diseño es un elemento fundamental que influye en las decisiones del cliente al momento de comprar.

La calidad del producto es otro de los elementos que busca el cliente especialmente aquellos con capacidades adquisitivas superiores.

Este proyecto se dedicará al estudio para la elaboración de calzado de calidad, variedad y tendrá un valor agregado para competir con marcas reconocidas, el producto se elaborará con cuero 100% ecuatoriano.

Se considera importante el desarrollo de esta investigación por cuanto contribuirá al desarrollo de estrategias para mejorar la calidad de la producción de calzado infantil; además permitirá brindar comodidad y satisfacción a los pequeños clientes.

El presente proyecto plantea desarrollar una microempresa familiar que se dedique a la producción y comercialización de calzado infantil anatómico, con variedad de estilos y modelos a elección de los pequeños clientes, y manufacturados con hormas que se ajusten a la configuración del pie de los pequeños para evitar problemas y/o deformaciones.

Por ello se planea desarrollar una microempresa dedicada especialmente al calzado de niños y niñas donde se satisfaga las necesidades primordiales que el consumidor requiere con la producción de calzado, y a su vez poder establecer un buen posicionamiento para competir en el mercado. Se trabajara de manera técnica, con personal seleccionado y capacitado, maquinaria adecuada, para proporcionar un producto de calidad.

La empresa estará a cargo de personas especializadas en el tema de producción de calzado infantil con mucha responsabilidad, y capacitaciones continuas sobre dichos productos.

Además de generar nuevas fuentes de trabajo, apoya al crecimiento económico de la sociedad en general y al sector del calzado.

El calzado infantil para los niños/as de 0 a 12 meses de edad tiene diseños para proteger a los niños de bajas temperaturas además de ser cómodos.

1.02 Antecedentes

Reseña histórica en el mercado de calzado

Existen evidencias que nos enseñan que la historia del zapato comienza a partir del año 10.000 a.C., o sea, al final del periodo paleolítico (pinturas de esta época en cuevas de España y sur de Francia, hacen referencia al calzado). Entre los utensilios de piedra de los hombres de las cuevas, existen diversas de estas que servían para raspar las pieles, lo que indica que el arte de curtir el cuero es muy

antiguo. En los hipogeos (cámaras subterráneas utilizadas para entierros múltiples) egipcios, que tiene la edad entre 6 y 7 mil años, fueron descubiertas pinturas que representaban los diversos estados de la preparación del cuero y de los calzados. En los países fríos, el mocasín es el protector de los pies y en los países más calientes, la sandalia aún es la más utilizada. Las sandalias de los egipcios eran hechas de paja, papiro o entonces de fibra de palmera.

www.sapatosite.com.br/espanhol/opcoes/historia.htm

Como se elabora el calzado en forma general

A partir de la cuarta década del siglo XX, grandes cambios comienzan a sucederse en las industrias del calzado; como el cambio de cueros por gomas y también materiales sintéticos, principalmente en los calzados infantiles y femeninos. Probablemente los funcionarios de Pendleton hicieron los zapatos del inicio al final, pero en la industria moderna el proceso es interrumpido en varias y distintas etapas como:

- **Modelado:** creación, elaboración y acompañamiento de los modelos en el proceso de fabricación;
- **Depósito:** recibimiento, almacenamiento, clasificación y control del cuero y otros materiales;
- **Corte:** operación de corte de las diferentes piezas que componen la cabellada (parte superior del calzado). En el corte son utilizadas cuchillas especiales y/o balancines de corte que presionan los moldes metálicos en la superficie del cuero y otros materiales;
- **chanfración:** preparación del cuero para recibir la costura;

- **Costura:** unión de las partes que componen la cabellada. En muchas empresas este sector se encuentra subdividido en preparación, chanfración y costura;
- **Prefabricado:** fabricación de solados, tacones y plantillas. En muchas empresas no existe este sector, pues hay fábricas que se especializan en la producción de estos materiales;
- **Distribución:** es el control del volumen de la producción y la que hace la revisión de la calidad de los materiales y enseguida los distribuye para los sectores de montaje y acabamiento;
- **Montaje:** es el conjunto de operaciones que une la cabellada al solado;
- **Acabamiento:** operaciones finales relacionadas a la presentación del calzado como: el escobado, la pintura y la limpieza;
- **Montaje y acabamiento:** en algunas empresas estos dos sectores son organizados en línea de montaje, o sea, los puestos de trabajo son colocados en línea; y el producto en elaboración se va incorporando a las operaciones parciales de cada trabajador, hasta que al final de la línea, el producto resulta acabado.
- www.sapatosite.com.br/espanhol/opcoes/historia.htm

Ecuador es un país reconocido a nivel nacional por la capacidad de emprendimiento en moda, diseño e insumos de calidad en materiales de calzado. Hoy se encuentra en el momento más productivo y de competitividad.

La creación de FARY`S formara parte de los planes del cambio de la matriz productiva aportando con un producto que tiene un valor agregado como es el hecho de ser calzado infantil tipo esarpín semi ortopédico especialmente para



niños en la edad de 0 a 12 meses, este proyecto apoya al crecimiento del sector de calzado .

Características del producto

Así mismo tenemos en Ecuador varias zonas especializadas en la producción de cueros, la industria del calzado tiene un gran desarrollo en materia de diseño, variedad y especialización. Existe un gran desarrollo de la industria principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas.

Según información de (FLACSO- MIPRO Centro de Investigaciones de la Micro, Pequeña y Mediana Empresas).

El centro más importante de producción de calzado de cuero se encuentra en la ciudad de Ambato, con 35% del total de empresas del sector. Le siguen en importancia las ciudades de Quito y Guayaquil, con 23% y 18%, respectivamente. El área de Cuenca (Cuenca más Gualaceo) tendría 20% del total de empresas, el resto, menos del 4% de empresas, correspondería a las ciudades de Guaranda, Latacunga y Chordeleg.

Datos de Interés

En Ecuador, la industria del cuero, tiene una trayectoria relevante. El desarrollo del sector curtidor, hasta los años 70, mantiene un nivel artesanal, pero ante el crecimiento de las ciudades inicia su industrialización.

En la actualidad, con las regulaciones de fomento en el año 2009, el sector ha crecido de manera muy importante.

Las oportunidades en el sector de las artesanías para Ecuador son amplias, principalmente en el diseño e innovación de productos. A la elevada calidad y

habilidad para el trabajo a mano de las más finas materias primas, se puede adicionar el diseño y la innovación que demandan los mercados para lograr un producto de gran calidad que pueda ser colocado internacionalmente en segmentos de la población con elevado poder adquisitivo.

En los últimos 20 años el país ha ganado un espacio dentro de un mercado competitivo, como lo es el sector textil.

(Según datos de la Cámara de Calzado del Tungurahua, CALTU), entidad que aglutina a diferentes sectores productivos del calzado del país, las medidas de protección a la industria nacional adoptadas por el gobierno han generado un incremento del 30% en su producción nacional. Mientras que en 2008 se produjeron 15 millones de pares de zapatos entre todas las empresas del país, para finales de 2009, se confeccionó aproximadamente 22 millones de pares de zapatos. Aun así, esta cifra es insuficiente para satisfacer la demanda de zapatos nacionales que sería del orden de los 32 millones de pares.

La cadena de producción del calzado tiene al menos 23 pasos, desde las operaciones de carga y corte de la pala del calzado, hasta las de inspección y empaque.

La idea del negocio está basada en el diseño del calzado de calidad para niños para esto es necesario un material de calidad.

Pues bien idea de la creación de microempresa de calzado infantil tuvo varias razones para poner en marcha para cubrir las necesidades del pequeño cliente de acuerdo a sus características y brindarles comodidad.

Capítulo II

2.01 Ambiente Externo

Son los factores que influyen en la organización directa o indirectamente y que no pertenecen al sistema.

2.01.01 Aspecto económico

2.01.01.01. Inflación

Inflación es una medida estadísticamente a través del índice de precios al consumidor del área urbano (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Tabla 1

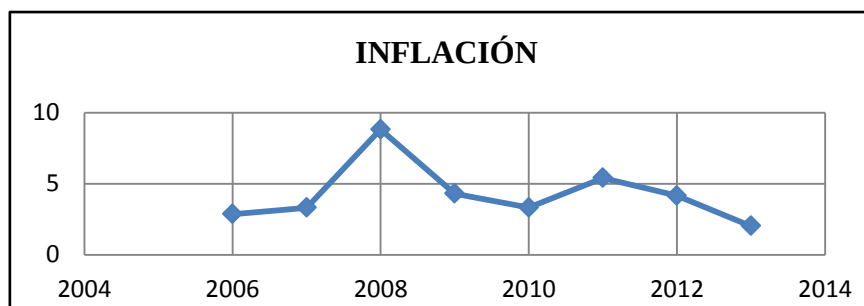
Evolución de la Inflación

Año	Evolución
2004	1,95
2005	3,13
2006	2,87
2007	3,32
2008	8,83
2009	4,31
2010	3.33
2011	5,41
2012	4,16
2013	2.04

Fuente: Banco Central del Ecuador

Figura N°1

Evolución de Inflación



Fuente: Banco central del Ecuador

Análisis:

La tasa de inflación para el año 2012 fue de 4,16% y para el año 2013 muestra un baja a un 2.04% lo que muestra que está por debajo de las tasa de inflación presentados por los últimos años los mismos que beneficia para el proyecto por que ayuda a que se mantenga los precios accesibles y competitivos.

2.1.1.2 Tasa de interés

(CHURRION J, 2001) menciona que en una economía de mercado que funciona normalmente la tasa de interés se forma por intercambio entre la oferta y demanda de dinero, donde la tasa de interés es el precio del bien objeto de intercambio que es el dinero.(Pag,209).

Tasa de interés activa

(CHURRION J, 2001) al referirse a la tasa activa manifiesta que es la que se cobra por otorgar un préstamo. .(Pag.209)

Tabla N°2

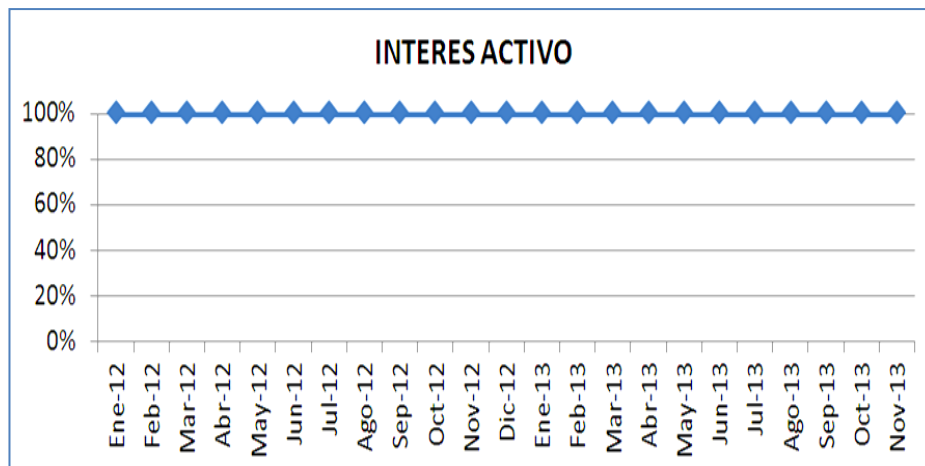
Evolución tasa de interés activa

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %
Junio-30-2012	8.17 %
Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-29-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %
Diciembre-31-2011	8.17 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Figura N°2

Evolución de la Tasa de Interés Activa



Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que la tasa de interés activa se mantiene en un 8.17 % que representa para el proyecto una oportunidad ya que no sufrirá ningún tipo de alteración en los costos planificados para el producto.

Tasa pasiva.- (GUEVARA SAMANIEGO, 2013) al referirse a la tasa de interés pasiva manifiesta que es la que paga el Banco por prestar dinero.

Evolución de la Tasa Pasiva

Tabla N°3

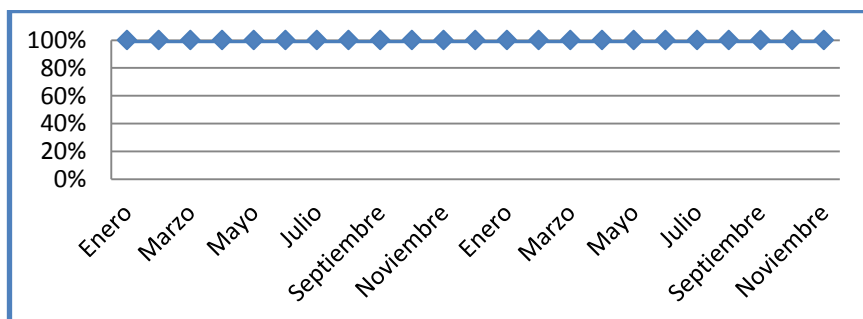
Tasa pasiva

MES	VALOR
Enero-31-2012	4.53%
Febrero-29-2012	4.53%
Marzo-31-2012	4.53%
Abril-30-2012	4.53%
Mayo-31-2012	4.53%
Junio-30-2012	4.53%
Julio-31-2012	4.53%
Agosto-31-2012	4.53%
Septiembre-30-2012	4.53%
Octubre-31-2012	4.53%
Noviembre-30-2012	4.53%
Diciembre-31-2012	4.53%
Enero-31-2013	4.53%
Febrero-29-2013	4.53%
Marzo-31-2013	4.53%
Abril-30-2013	4.53%
Mayo-31-2013	4.53%
Junio-30-2013	4.53%
Julio-31-2013	4.53%
Agosto-30-2013	4.53%
Septiembre-30-2013	4.53%
Octubre-31-2013	4.53%
Noviembre-30-2013	4.53%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Figura N°3

Evolución de la Tasa de Interés Pasiva



Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

La tasa de interés pasiva nos presenta una amenaza para el proyecto porque es alto el interés que se deben pagar al momento de obtener un crédito, sin embargo al momento el proyecto no cuenta con un crédito.

2.1.1.3 Producto Interno Bruto (PIB)

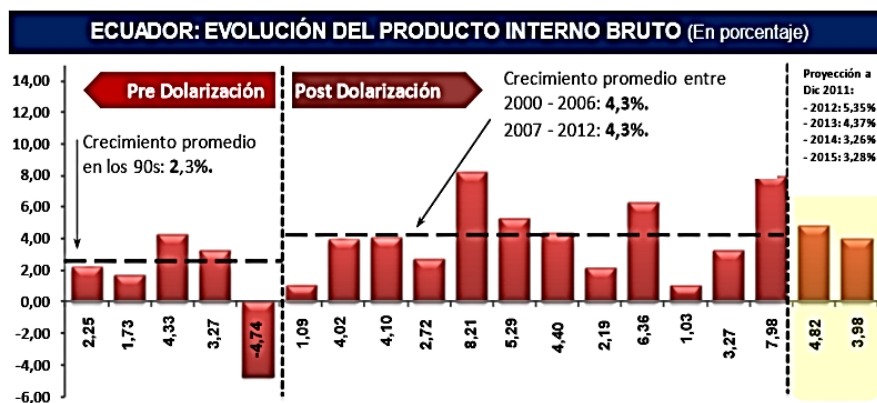
PIB.- (PARKIN,M 2007) al referirse al PIB manifiesta PIB o producto interno bruto es el valor de mercado de bienes y servicios finales producidos en una economía durante un periodo determinado.(Pag.112).

Figura N°4

Producto Interno Bruto

	2012		2013	
	Var. %	Mili US\$	Var. %	Mili US\$
Producto Interno Bruto - PIB	4,8	73.232	3,98	78.216
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,0	4.484	3,7	4.787
B. Explotación de minas y canteras	1,4	12.140	4,1	11.602
C. Industrias manufactureras (Excl. refinación de Petróleo)	6,8	6.769	3,7	7.345
D. Suministro de electricidad y agua	7,0	582	3,9	625
E. Construcción y obras públicas	5,8	8.412	5,6	9.398
F. Comercio al por mayor y al por menor	5,5	8.454	3,6	9.133
G. Transporte y almacenamiento	5,3	4.433	5,0	5.019
H. Servicios de Intermediación financiera	5,4	2.010	5,4	2.203
I. Otros servicios	6,5	20.242	4,1	22.067
J. Servicios gubernamentales	5,3	3.672	4,0	3.953
K. Servicio doméstico	0,0	78	1,0	84
Serv. de Intermediación Financ. medidos Indirect.	-3,5	-2.075	-3,7	-2.307
Otros elementos del PIB	0,8	4.029	1,6	4.305

Fuente: Banco Central del Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador

Figura N°5

PIB por sector



Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis del PIB

El PIB en Ecuador se mantiene en la tasa de crecimiento moderado, para el sector de la construcción y comercio son los que tienen mayor aporte al crecimiento al PIB y presenta una oportunidad de carácter alto ya que según las estadísticas el sector artesanal en los últimos años ha presentado una tendencia de crecimiento, aportando valores de una forma positiva a los ingresos para el país, es por eso que la microempresa ayudaría al mejoramiento de la industria manufacturera.

2.01.01.04 Balanza Comercial

Balanza Comercial (ORTIZ .L, 2009) Al referirse a la balanza comercial dice que se anotan en ella las entradas o salidas de bienes del país (importaciones y exportaciones de bienes), y utiliza como fuente de información básica los datos estadísticos recogidos y elaborados por el departamento de Aduanas de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria.(Pag.3)

Comercio Exterior.- Es el intercambio de bienes y servicios existentes entre dos o más países con el propósito de satisfacer las necesidades de mercado tanto internas como externas la misma que está regulado por normas, convenios y tratados.

Figura N°6

Balanza Comercial

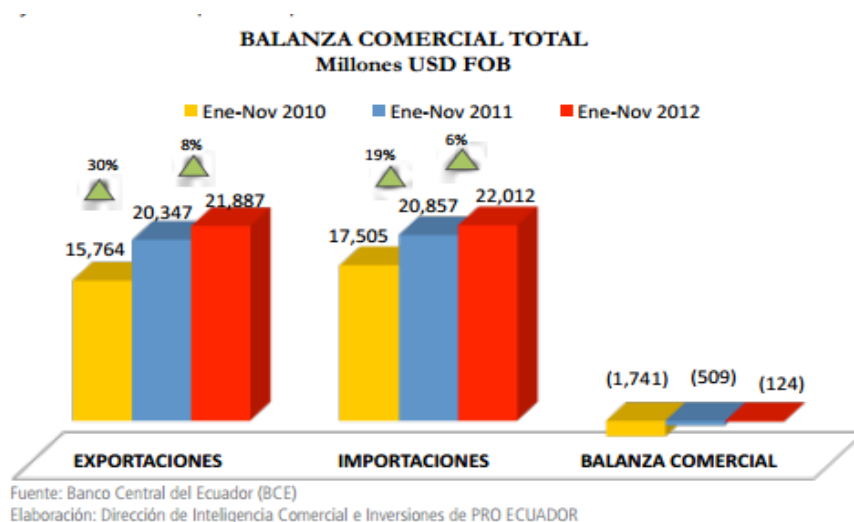
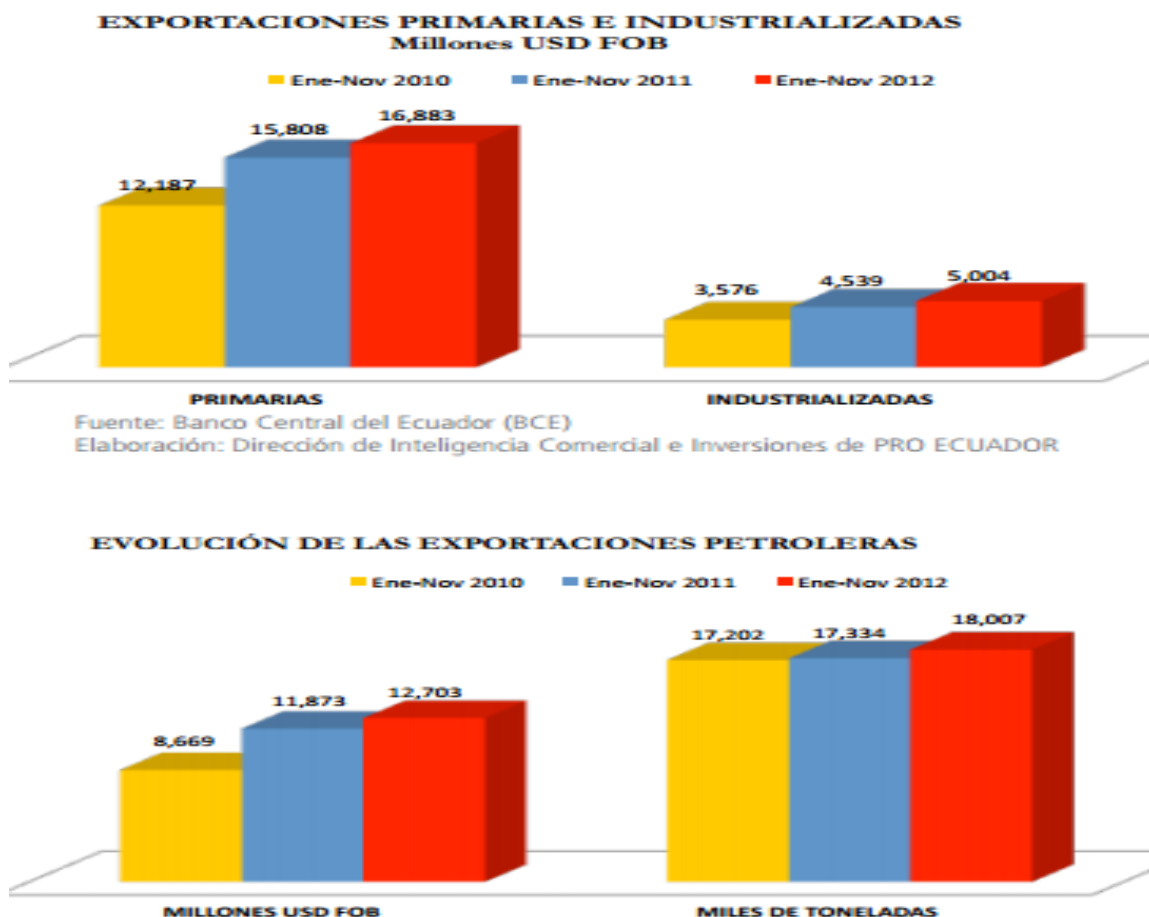


Figura N°7

Evolución de la Exportación



Análisis.- Las exportaciones del Ecuador a otros países fueron creciendo esto quiere decir que la tasa de crecimiento en estos últimos seis años han sido positivos y representa una oportunidad para el proyecto y más ahora con el cambio de la matriz productiva que permite desarrollarse y producir en el país para luego exportar.

2.01.02 Factor Social

Para la sociedad en general es muy importante adquirir calzado que estén de acuerdo a su gusto y se puedan sentir cómodos ya que son los pies los que soportan todo el peso del cuerpo, de la misma manera se puede observar que el calzado que se ponga debe combinar con el tipo de vestimenta, es por eso que de igual manera para

los niños deben tener variedad de modelos y colores para que se sientan cómodos y elegantes con el calzado que estén utilizando.

Cultura.-Se refiere a costumbres, actividades o comportamientos transmitidos de una generación a otra, esto nos ayuda ya que cultura ecuatoriana suele estar a la moda o se deja contagiar con las actividades o comportamientos de otras personas para estar a la moda, en muchos casos sin importar el costo.

2.01.02.01 Población

Es el número de personas o habitantes que hay en un determinado lugar.

Tabla N°6

Poblacion por ciudades

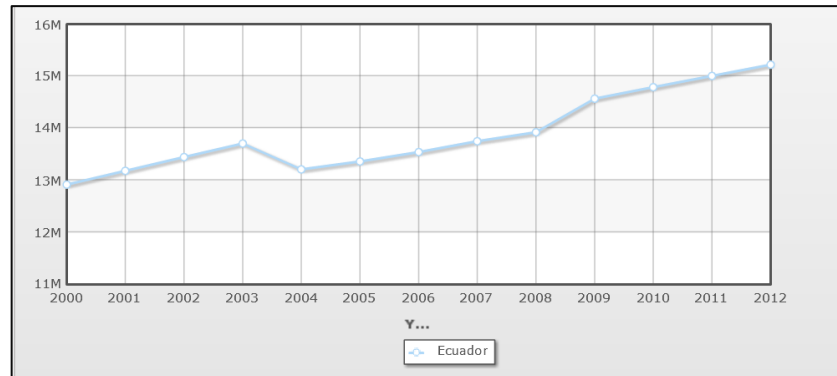
PROYECCIÓN POBLACIONAL DE PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR	
AÑO 2013	
Ciudad	Población
GUAYAQUIL	2,531,223
QUITO	2,458,900
CUENCA	558,127
PORTOVIEJO	300,878
MACHALA	266,638
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	403,063
AMBATO	356,009

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Figura N° 8

Población



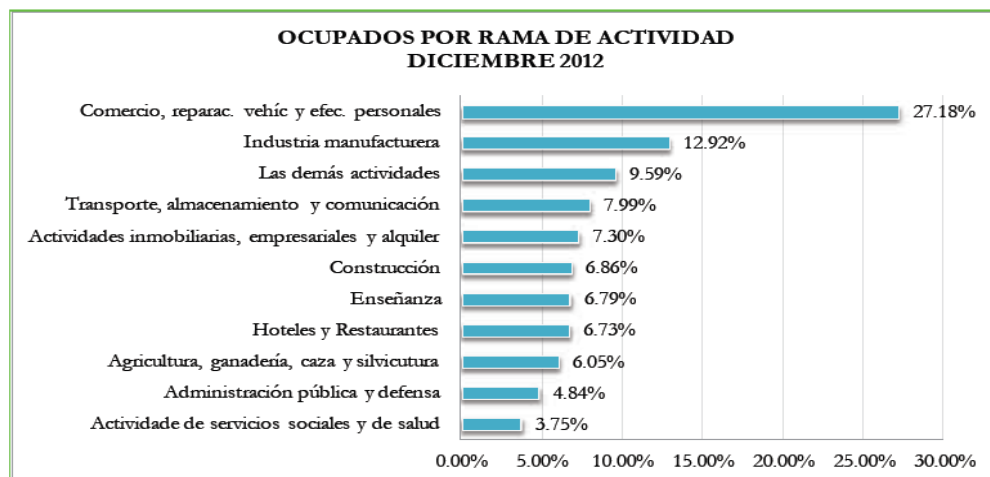
Análisis.- la población en el Ecuador cada vez va creciendo en un número significativo por ende se presentan más necesidades y esto es una **oportunidad** para cubrir la necesidades de la población en el área de calzado infantil.

2.01.02.02 PEA.

Población Económicamente Activa (PEA) de población delimitada, de personas que son capaces de trabajar y desean hacerlo.

Figura N° 9

Población Económicamente Activa



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

APOYO AL SECTOR DEL CALZADO ARTESANAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE CALZADO INFANTIL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Análisis: podemos observar según datos estadísticos la industria manufacturera está en 12.92% en lo que la rama de actividades como profesión o como tipo de puesto laboral.

Figura N°10

Clasificación de la Población

CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN		2009	2010	2010	2010	2010	2011	2011	2011	2011	2012	2012	2012	2012	2013
		Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.
Población en Edad de Trabajar (PET)		82.9%	83.0%	83.6%	83.5%	84.0%	84.5%	84.6%	83.5%	83.7%	83.9%	83.9%	84.3%	84.9%	84.7%
Población Económicamente Activa (PEA)		57.1%	59.1%	56.6%	57.2%	54.6%	55.5%	54.6%	55.2%	55.4%	57.2%	56.6%	55.1%	54.7%	54.9%
Ocupados		92.1%	90.9%	92.3%	92.6%	93.9%	93.0%	93.6%	94.5%	94.9%	95.1%	94.8%	95.4%	95.0%	95.4%
Ocupados No clasificados		2.8%	2.0%	1.6%	1.0%	1.2%	1.8%	1.3%	0.9%	0.8%	1.3%	2.0%	2.0%	3.1%	1.9%
Ocupados Plenos		38.8%	37.6%	40.3%	41.9%	45.6%	41.2%	45.6%	47.9%	49.9%	49.9%	49.9%	51.1%	52.1%	48.4%
Subocupados		50.5%	51.3%	50.4%	49.6%	47.1%	50.0%	46.7%	45.7%	44.2%	43.9%	43.0%	42.3%	39.8%	45.0%
Visibles		10.3%	12.1%	10.6%	10.2%	9.5%	10.5%	8.5%	8.6%	7.6%	8.8%	7.3%	8.0%	6.1%	8.3%
Otras formas		40.2%	39.3%	39.8%	39.4%	37.7%	39.5%	38.3%	37.1%	36.7%	35.1%	35.7%	34.3%	33.8%	36.7%
Desocupados/Desempleados		7.9%	9.1%	7.7%	7.4%	6.1%	7.0%	6.4%	5.5%	5.1%	4.9%	5.2%	4.6%	5.0%	4.6%
Cesantes		5.5%	6.7%	4.9%	5.8%	4.2%	5.2%	4.4%	4.7%	3.3%	4.0%	3.8%	3.5%	3.1%	3.5%
Trabajadores Nuevos		2.5%	2.4%	2.8%	1.7%	1.9%	1.8%	1.9%	0.8%	1.8%	0.9%	1.4%	1.1%	1.9%	1.2%
Desempleo Abierto		6.0%	7.4%	5.9%	6.1%	4.5%	5.7%	5.1%	4.8%	3.9%	4.2%	4.3%	4.1%	4.0%	4.2%
Desempleo Oculto		1.9%	1.7%	1.8%	1.3%	1.6%	1.3%	1.2%	0.7%	1.2%	0.6%	0.8%	0.5%	1.0%	0.5%
Población Económicamente Inactiva (PEI)		42.9%	40.9%	43.4%	42.8%	45.4%	44.5%	45.4%	44.8%	44.6%	42.8%	43.4%	44.9%	45.3%	45.1%

Fuente: ENEMDU.

Análisis: En la tabla anterior se puede observar que en los últimos años un promedio del 83.5% de la población se encuentra en edad de trabajar, de estos valores el 95% están ocupados y el 56% son población económicamente activa, estos datos son muy superiores a los desempleados (6.5%), esto se convierte en una oportunidad para la empresa ya que hay un alto porcentaje de la población que tienen las posibilidades de adquirir el producto que se oferta.

2.01.02.03. Migración.

Es todo desplazamiento de la población que se produce desde un lugar de origen a otro destino y lleva consigo un cambio de la residencia habitual en el caso de las personas.

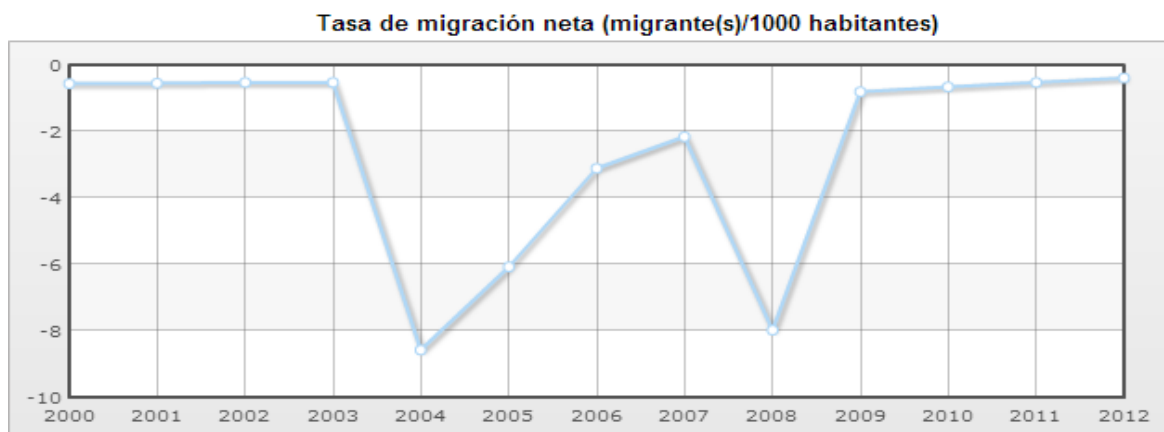
Tabla N°4

Tasa de crecimiento de migración

AÑO	PORCENTAJE
2000	-0,56
2001	-0,55
2002	-0,53
2003	-0,52
2004	-8,58
2005	-6,07
2006	-3,11
2007	-2,16
2008	-7,98
2009	-0,81
2010	-0,66
2011	0,52
2012	0,39

Figura N°11

Tasa de Migración Neta



Análisis

La migración según datos estadísticos ha ido bajando esto se debe a la crisis económica que se vive a nivel mundial, por lo que las personas están regresando al país lo que causa altos niveles de desempleo y representa una **oportunidad** para crear fuentes de empleo y no será complicado conseguir personal para trabajar.

2.01.03 Aspecto político legal

Este proyecto será legalizado como una microempresa de calzado infantil el cual será sustentado por los siguientes artículos que mencionan la normativa legal.

Política fiscal

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) ha identificado 14 sectores productivos y cinco industrias estratégicas para el proceso del cambio de la matriz productiva. Entre ellos, alimentos frescos y procesados,

APOYO AL SECTOR DEL CALZADO ARTESANAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE CALZADO INFANTIL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.



biotecnología, **confecciones y calzado**, industria farmacéutica y energías renovables.

Normativa legal

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en su artículo 19, reconoce los siguientes derechos a los inversionistas, sean estos nacionales o extranjeros:

a) La libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, así como la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuya producción y comercialización estén regulados por la Ley;

2.01.03.01 La Junta Nacional del Artesano

Capítulo II

Del artesano

Artículo 6º.- Del Artesano y la Empresa de la Actividad Artesanal

La condición de artesano se adquiere por el sólo ejercicio de la actividad artesanal como actividad económica principal.

Artículo 7º.- Derechos de los Artesanos

Son derechos de los artesanos, los siguientes:

- a) Ser reconocidos como artesanos.
- b) Acceder a los beneficios que el Estado establezca a favor de la artesanía.
- c) Participar en los programas de desarrollo y promoción de la artesanía que puedan implementar el MINCETUR, los Gobiernos Regionales y/o los Gobiernos Locales.

- d) Participar en los eventos que sean organizados por las entidades públicas, de acuerdo a los requisitos que se establezcan para cada uno de ellos.
- e) Participar en los concursos anuales “Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana” y “Premio Nacional de Diseño de la Artesanía Peruana”, en los términos que para tal efecto, señale el MINCETUR.
- f) Participar en cursos, conferencias y demás actividades de similar naturaleza, que organice el MINCETUR, los Gobiernos Regionales o los Gobiernos Locales, en materia de artesanía, previo cumplimiento de las disposiciones que para tal efecto se puedan establecer.
- g) Otros que se pudieran establecer. Las empresas de la actividad artesanal y las asociaciones de artesanos, podrán acceder a los derechos señalados, en lo que les sea aplicable.

Artículo 8º: Obligaciones de los Artesanos

Son obligaciones de los artesanos, las siguientes:

- a) Inscribirse en el RNA.
- b) Comunicar a la DNA o al Órgano Regional Competente, en el plazo que se establezca en el presente Reglamento, el cese de la actividad o cualquier cambio que suponga la modificación de los datos contenidos en el RNA.
- c) Renovar su inscripción en el RNA.
- d) No incurrir en dolo, mala fe o abuso de los beneficios establecidos en la Ley.

- e) Proporcionar información verdadera en todos los trámites que realice para acceder a los beneficios proporcionados en la Ley.
- f) Ejercer su actividad en el marco de los dispositivos legales vigentes.
- g) Otros que se pudieran establecer.

Las empresas de la actividad artesanal y las asociaciones de artesanos, deberán cumplir con las obligaciones señaladas, en lo que les sea aplicable.

Análisis

Según el Plana nacional del buen vivir el proyecto tiene una oportunidad de tener desarrollo porque está entre los 14 sectores productivos, es por eso que se realizara la documentación enseraría para que la microempresa sea legal y pueda ayudar al crecimiento del sector del calzado.

El RUC

Corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Deben inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

Trámite en línea:

[http://www.sri.gob.ec/web/\(2014\)](http://www.sri.gob.ec/web/(2014))

Requisitos

Personas Naturales

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Sociedades

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención

- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Procedimiento:

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Costo:

Sin costo directo para el contribuyente

Régimen Impositivo Simplificado

El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

La LUAE

Es la Licencia Metropolitana Única para Ejercicio de Actividades Económicas en Quito. El trámite para obtenerla se realiza en las administraciones zonales, según indica la Ordenanza 308.

Simplificado, ordinario y especial. El primero se refiere a las actividades simples, como la venta ambulante. En el ordinario están las actividades de mediano y alto riesgo, como comercios; allí se efectúa un proceso previo de inspección. Y en el trámite especial, la firma necesita ser regulada por alguna Secretaría del Cabildo.

Ver anexo 2



2.01.03.02 La Cámara Artesanal de Pichincha

La Cámara Artesanal de Pichincha integra a más de 11.000 artesanos que desarrollan 393 líneas de producción y servicios. Están agrupados en 18 sectores artesanales que constituyen la base de su estructura.

Cómo afiliarse a la Cámara Artesanal de Pichincha

Para ser agremiado como artesano en esta Institución, se requiere:

- Ejercer la actividad artesanal en productos o servicios.
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizado.
- Una foto tamaño carné
- Asistencia al curso sobre obligaciones tributarias y Ley de Fomento Artesanal.
- Cancelar el valor correspondiente por afiliación.

Además, la Cámara dicta de manera gratuita cursos cortos y capacitaciones.

Los mismos que empiezan todos los días jueves de 17:00 a 19:00 horas.

Los cursos que puede encontrar son:

- Registros contables y manejo financiero
- Obligaciones tributarias
- Organización de la actividad artesanal.
- Cursos técnicos en temas específicos según la actividad que realizan los artesanos.

A través de esta Institución también se puede acceder a una acreditación profesional para artesanos sin título.

Encuentre en nuestra dirección electrónica

www.galeriaartesanos.blogspot.com

información adicional sobre el valor de todos los trámites que puede realizar en la Cámara Artesanal de Pichincha.

Instalaciones ubicadas en Quito, calles García Moreno N9-80 y Oriente esquina.

Otros servicios de la Cámara Artesanal de Pichincha

Asesoría

- Tributación
- Patente municipal
- Afiliación al IESS
- Declaraciones tributarias
- Contratos de trabajo
- Proyectos de inversión productiva
- Administración de la unidad productiva

Finanzas • Capacitación Para acceder al programa 5-5-5 del Banco Nacional de Fomento

- Facilita miento del acceso a la Cooperativa de Ahorro Crédito Artesanal Sumag Maki
- Asesoría financiera para la unidad productiva

Comercialización

- Asesoría en mercadeo, marketing y comercialización
- Estudios de mercado
- Estrategias de comercialización
- Asesoría para la exportación
- Guía artesanal
- Autorización de uso de marca Sumag Maki
- Facilidad para la participación en ferias exposiciones artesanales

Los servicios y los costos, que se podrían ofrecer en el área de asesoría y gestión:

2.01.03.06 Patente Municipal

Los requisitos

APOYO AL SECTOR DEL CALZADO ARTESANAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE CALZADO INFANTIL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Para realizar el trámite de obtención de la patente, se necesita:

- Para personas naturales NO obligadas a llevar contabilidad
- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec

Ver anexo N°2

- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- Original y copia de la licencia de conducir, categoría profesional, en el caso de que realice actividades de transporte.
- Original y copia del carné del CONADIS en el cual se verifique el grado de discapacidad que posea el administrado.

Para personas naturales obligadas a llevar contabilidad y personas jurídicas

- Formulario de declaración de patente municipal debidamente lleno y suscrito por el representante legal.
- Copia de cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.
- Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica (en el caso de las empresas nuevas).
- Copia del nombramiento del representante legal.

2.01.03.07 Licencia Metropolitana de Funcionamiento

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de agilizar los servicios que presta a la ciudadanía, presenta el nuevo proceso para obtención de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía.

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: www.quito.gob.ec, o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales.

Ver anexo N°3

2.01.03.08 Afiliación al IESS como empleador artesanal

Para lo cual se debe acercar a las oficinas del IESS con los siguientes documentos:

RUC

Cédula original y copia

Papeleta de votación y copia

Comprobante de pago de agua luz o teléfono del taller

Nombre de la empresa o del responsable del taller

Calificación artesanal (para registrar un taller artesanal)

2.01.03.09 El permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

El permiso de Bomberos en la ciudad de Quito se emite a todo local previo a la aprobación de su funcionamiento. Se otorga de acuerdo según el tipo de actividad y riesgo:

Solicitud de inspección del local.

Requisitos

- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC; y
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

2.01.04 Aspecto Tecnológico

En la vida de la sociedad moderna, la tecnología es algo indispensable. De hecho, la mayor parte de los esfuerzos científicos se centran en la creación de nuevas tecnologías que cubran las necesidades de la sociedad y consigan elevar el nivel de bienestar. Eso sobre el papel, porque no siempre la tecnología se usa con el fin previsto ni se diseña para mejorar la vida humana.

En la actualidad vivimos rodeados de tecnología todo la vida de los seres humanos gira al redor de la tecnología uno de los artículos tecnológicos que todas las personas tienen es el celular que es de vital importancia para moverse en el mundo de los negocios y otras actividades que realiza diariamente el ser humano.

Análisis

Es de vital importancia la tecnología para el proyecto igual que todas las organizaciones utilizan la tecnología sea esta para diseño, modelaje, corte, comercialización etc. La tecnología representa una oportunidad de carácter alto para el presente proyecto ya que contara con maquinaria de la mejor calidad lo cual utilizara la tecnología de punta; y ayudar a optimizar los tiempos de producción ya que el producto es artesanal y se aplica mayor mano de obra.

2.02 Entorno local

2.02.01 Clientes

Según Philip Kotler.(2004) un cliente es el individuo más importante en esta empresa, se en persona o por correo. Un cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de él. Un cliente no es una interrupción a nuestro trabajo, es el propósito de nuestro trabajo. **P (21)**

Los clientes para la microempresa artesanal FARY'S son especialmente para niños de 0 a 12 meses de edad debido a que este producto está hecho para niños que todavía no empiezan a caminar.

2.02.01.01 Poder de negociación con los clientes

Los clientes potenciales de FARY'S, los mismo que son los más importantes para la empresa, tendrán la facilidad de adquirir el producto, para esto la forma de llegar al cliente será mediante facilidad de pagos, promociones, con rápida adquisición del producto, buena atención, productos de calidad, variedad de diseños colores y modelos tanto para niños y niñas, en todas las tallas que ofrece FARY'S para la satisfacción del cliente.

Análisis

Consecuentemente FARY'S ofrece una oportunidad porque en el mercado no existe una empresa que se dedique especialmente a realizar calzado infantil anatómico semiortopedico para niños de entre 0 a 12 meses, tomando en cuenta la

variedad de productos e innovadores diseños y la facilidad que ofrece al estar ubicado en un sector comercial.

2.02.02 Proveedores

Proveedores: según GUEVARA SAMANIEGO,(2013) son las personas naturales o jurídicas que nos proveen de insumos para la elaboración de producto.

Tabla N°5

Proveedores

Material	Empresa	Ubicación	Teléfonos
Material de zapatería y herrajes	Comercial alulema Salazar s. A	Sucursal García moreno N11-121 y Carchi	2581121
Cordones	Almacén Búfalo	Esmeraldas oe-70 y Vargas (esq.)	0984607558
Horma	Almacén Búfalo	Esmeraldas oe-70 y Vargas (esq.)	0984607558
Pegamento	Almacén Búfalo	Esmeraldas oe-70 y Vargas (esq.)	0984607558
Telas	Comercial alulema Salazar s. A	Sucursal García moreno N11-121 y Carchi	2581121
Cuero sintético	Almacén Búfalo	Esmeraldas oe-70 y Vargas (esq.)	0984607558
Hilos ,tiras y cordones	Almacén Búfalo	Esmeraldas oe-70 y Vargas (esq.)	0984607558

Estudio de mercado; Rosa Alexandra Quishpe Churaco 2014

2.02.02.01 Poder de negociación con los proveedores

FARY`S selecciona a los proveedores más idóneos, que ofrezca materia prima de calidad y a un buen precio con facilidad de pagos, manteniendo una relación de cordialidad, honestidad, puntualidad y lealtad sobre todo que sea eficientes en las entrega de los insumos.

Análisis

Al contar con varios proveedores tenemos la seguridad de que no va a faltar material necesario para la producción de calzado esto representa una oportunidad para tener un producto terminado de calidad y eficiente para poder satisfacer al cliente.

2.02.03. Competencia

Son las personas naturales o jurídicas que ofrece el mismo producto.

2.02.03.01 Competencia directa

Son los calzados que proviene de Perú y Colombia, a la vez las fábricas de calzado infantil existentes en Ecuador que son distribuidos en las diferentes tiendas de calzado en la zona donde se ubicara el negocio.

Tabla N° 6

Competencia Directa

Empresa	Datos
Calzado infantil peruano	Dirección Perú
Calzado infantil hercules	Ciudad : Ambato Dirección :Cádiz 06-65 y Vigo Telefax : 032840-145 / 032410723. E-mail: cristina_santana_211@hotmail.com
Calzado infantil colombiano	Dirección Colombia
Calzado infantil chavez	FABRICANTES DE CALZADO INFANTIL ... (BARRIO CDLA. BELLAVISTA) AMBATO - Tungurahua (EC180104) Ecuador. 032-845-718
Estudio de mercado; Rosa Alexandra Quishpe Churaco 2014	

2.02.03.01. Competencia indirecta

Son aquellos que están formados por productos sustitutos que pueden en el futuro satisfacer las mismas necesidades.

Tabla N° 7
Competencia Indirecta
COMPETENCIA INDIRECTA
MERCADO ARTESANAL DE ESCARPIN


Tejido A Crochet

BOTITAS

ESCARPIN

Calzados Entile pertenece al rubro Calzado para Bebes y Niños. Lo podés encontrar en la **dirección** Av. Callao 1369, Recoleta,



Escarpines para **bebes** -
CENTRO ... Ambato,
Tungurahua, Ecuador

ZAPATITO ESCARPIN

Estudio de mercado; Rosa Alexandra Quishpe Churaco 2014

Análisis

Para FARY'S la competencia representa una oportunidad de demostrar que el producto que se ofrece es de buena calidad, a comparación de otros calzados y sobre todo, ofrece un modelo diferente que la competencia, en cuanto a tallas pequeñas.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

2.03.01.02 Misión

. La empresa FARYS se dedicara a diseñar, fabricar y comercializar calzado infantil aplicando altos estándares de calidad, brindando un buen servicio a la vez satisfaciendo las expectativas y necesidades del cliente, aplicando procesos flexibles, tecnológicos y ecológicos, ofreciendo precio competitivos y que permita obtener una utilidad aceptable, ofreciendo seguridad para los colaboradores y manejando una buena relación con los proveedores.

2.03.01.02 Visión.

FARY'S está orientada a ser la mejor empresa a nivel nacional de calzado infantil creando un servicio de excelencia a la vez tener buena rentabilidad, utilizando materiales de calidad, posicionándose así en la mente de la gente como una marca de excelencia y contribuyendo al buen desarrollo del pequeño cliente.



2.03.01.03 Objetivo corporativo

- ofrecer productos de calidad a un bajo costo
- colocar el producto en el mercado a nivel internacional en un largo plazo
- Posicionar a nuestras marcas dentro del segmento líder del mercado.
- Incorporar permanentemente nuevas tecnologías en los procesos productivos.
- Desarrollar y capacitar a al personal en todas las áreas, potenciando los valores de profesionalismo, calidad y servicio.
- Crear asociaciones con los mejores proveedores y clientes del mercado, para proporcionar valor agregado a los servicios y productos que se comercializa.
- Respetar el medioambiente a través de un desarrollo sostenible en todas las etapas involucradas en proceso productivo.

2.03.01.04. Principios y valores

Productividad.- Aplicar este principio para conseguir llevar a cabo con éxito todas las actividades que se planifique a diario sin la necesidad de postergar para así conseguir resultados positivos y poder cumplir con el objetivo.

Liderazgo.- Los líderes debe estar capacitado y tener la inteligencia necesaria para dirigir a las personas, creando un ambiente de trabajo agradable para que el personal pueda desarrollarse en sus labores tranquilamente para lograr los objetivos de la empresa.

Valores

Compromiso:

Estimular en cada miembro de la empresa, una actitud responsable y pertinente para realizar su función en forma eficiente y fomentar en cada uno, una sensibilidad social y cuidada con el medio ambiente.

Comunicación

Mantener una intercomunicación abierta y fluida dentro y fuera del área de trabajo, para transmitir los objetivos corporativos y crear una buena imagen, ante todos los que interactúan con la microempresa.

Confianza

Generar y un clima de amistad con todos los que se relaciona con la empresa.

Cooperación

Proporcionar al personal de la empresa el apoyo necesario para el logro de los objetivos personales y corporativos.

Honestidad

Ejercer con integridad y transparencia en todos nuestros actos.

Puntualidad

Establecer una cultura de exactitud y responsabilidad en todos nuestros compromisos.

Respeto

Fomentar una actitud de obediencia, en todas las relaciones personales y en todos los niveles de autoridad.

Responsabilidad

Tener una cultura donde los principios éticos sea importante para poder cumplir con los objetivos establecidos dentro de la empresa.

Creatividad

Aplicación en nuestra jornada diaria de ideas originales, innovadoras, que incrementen la satisfacción de las clientas e impulsen mejoras para la empresa

2.03.02 Gestión Administrativa

La gestión administrativa en el presente proyecto se aplicara el proceso PODCE mediante el cual estará llevara a cabo los objetivos planteados por la microempresa FARY'S trabajando con un grupo de persona responsables manteniendo un ambiente de trabajo tranquilo en donde puedan desempeñar sus funciones eficientemente .

2.03.02.01 planificaciones

La planificación consiste en tener claro todo lo se debe a realizar en la microempresa para eso se realizar un cuadro de actividades como se muestra a continuación.

Tabla N° 8
Cronograma de Actividades

Actividades	Calendario de actividades											
	seman a 1	seman a 2	seman a 3	seman a 4	seman a 5	seman a 6	seman a 7	seman a 8	Seman a 9	seman a 10	Seman a 11	seman a 12
constitución y legalización de la empresa												
Obtención de crédito												
obtención de RUC												
tramitación de permiso ambiental y ministerio de salud												
comprar maquinaria												
instalación de maquinaria												
pruebas técnicas de maquinaria												
comprar muebles y equipo de computo												
comprar materia prima												
contratar y capacitar personal												
Coordinar los detalles finales												
iniciar actividades												

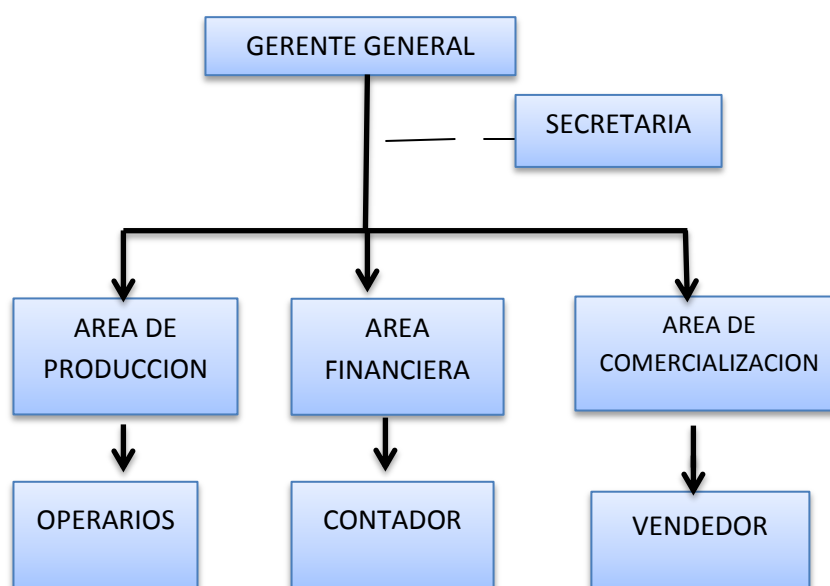
Rosa Alexandra Quishpe Churaco 2013-2014

2.03.02.02 Organizaciones

Son estructuras que están diseñadas para lograr metas, está compuesta por subsistemas interrelacionados entre sí que cumplen funciones especializadas para cumplir propósitos específicos.

Organigrama Estructural

Figura N°11





Organigrama Funcional

- **Gerente general:**

Es la máxima autoridad ejecutiva de la empresa encargada de administrar, coordinar, controlar y supervisar el funcionamiento de la empresa y ver las políticas de producción

- **Secretaria**

-Será la encargada de reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.

- Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.

-Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento

correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.

Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa.

- Evitar hacer comentarios innecesarios sobre cualquier funcionario o departamentos dentro de la empresa.

- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.

Obedecer y realizar instrucciones que te sean asignadas por tú jefe.

- **Área de producción:** Se encarga de controlar la línea de producción

Las funciones del área de producción son el análisis de la ruta crítica, el análisis de control de existencias, el análisis de utilización, el análisis de capacidad, el análisis de insumos justo a tiempo, el análisis de la calidad.

Diseñadora

Se encarga de realizar nuevos modelos y tener preparados los diseños que se vayan a elaborar.

Cortadora

Cortar las piezas para armar el calzado.

Costurera

Coser todas las piezas y unir para dar forma al calzado.

- **Área financiera.** Debe cumplir con los siguientes funciones el contador;
 - Control de la contabilidad
 - Gestión de los costes
 - Presupuestos
 - Planes de financiación
 - Gestión del riesgo
 - Políticas de reparto de dividendos
 - Planes de inversión

- **Área de comercialización**

A medida que la microempresa se expande, es mayor la necesidad de investigación de mercados, publicidad, y servicio al cliente en un régimen más continuo y debe estar actualizado en lo que demanda el cliente.

El departamento de ventas está encargado de hacer las siguientes actividades:

- Elaborar pronósticos de ventas
- Establecer precios
- Realizar publicidad y promoción de ventas
- Llevar un adecuado control y análisis de las ventas.

2.03.02.03 Dirección

Para que el proyecto se lleve a cabo de mejor manera estará dirigido por el Gerente General, el mismo que deberá ser integro, tomar en cuenta y aceptar la ayuda de sus colaboradores, respetar y hacer cumplir los reglamentos y políticas que se implementen en la organización y reconocer el trabajo de los empleados

2.03.02.04 Control

El control de la empresa FARY`S consistirá en verificar si todo está avanzado de acuerdo a lo planificado con los procedimientos y materiales establecidos

Evaluación de 360°

Con esta herramienta de evaluación permitirá que cada empleado de la empresa FARY'S sea evaluado por todo su entorno: jefes, subordinados y que también puede ayudar a otras personas como clientes y proveedores, con esta herramienta se desea dar a los trabajador una perspectiva de su desempeño lo más preciso posible a la vez obtener opiniones de diferentes personas.

Aplicación

A) Preparación

Para esto es muy importante conocer de manera estratégica y de tallada la empresa para explicar con claridad el propósito de utilizar este propósito de retroalimentación de 360 grados es para ayudar con el desarrollo de los trabajadores de la empresa.

B) Elaboración

Es necesario elaborara un formato de evaluación para registrar información que pueden ayudar a la retroalimentación dependiendo la necesidad de la empresa.

C) Conduciendo la Evaluación

Los trabajadores participaran en la retroalimentación de 360° grados deben seleccionara los evaluadores que les facilitaran la retroalimentación. Los evaluadores deberán incluir al jefe inmediato, compañeros del mismo grupo de trabajo, teniendo en cuenta la información que se requiere debe ser objetiva.

Tabla N° 9

Formato de Evaluación

Valoración	5	4	3	2	1
Objetivo					
Identificar los factores que consideran requeridos para el personal para el éxito de la empresa	S	F	A	O	CN
Trabajo en equipo					
Confianza y honradez					
Puntualidad y compromiso					
Escuchar con atención y respeto					
Planear y ejecutar juntos					

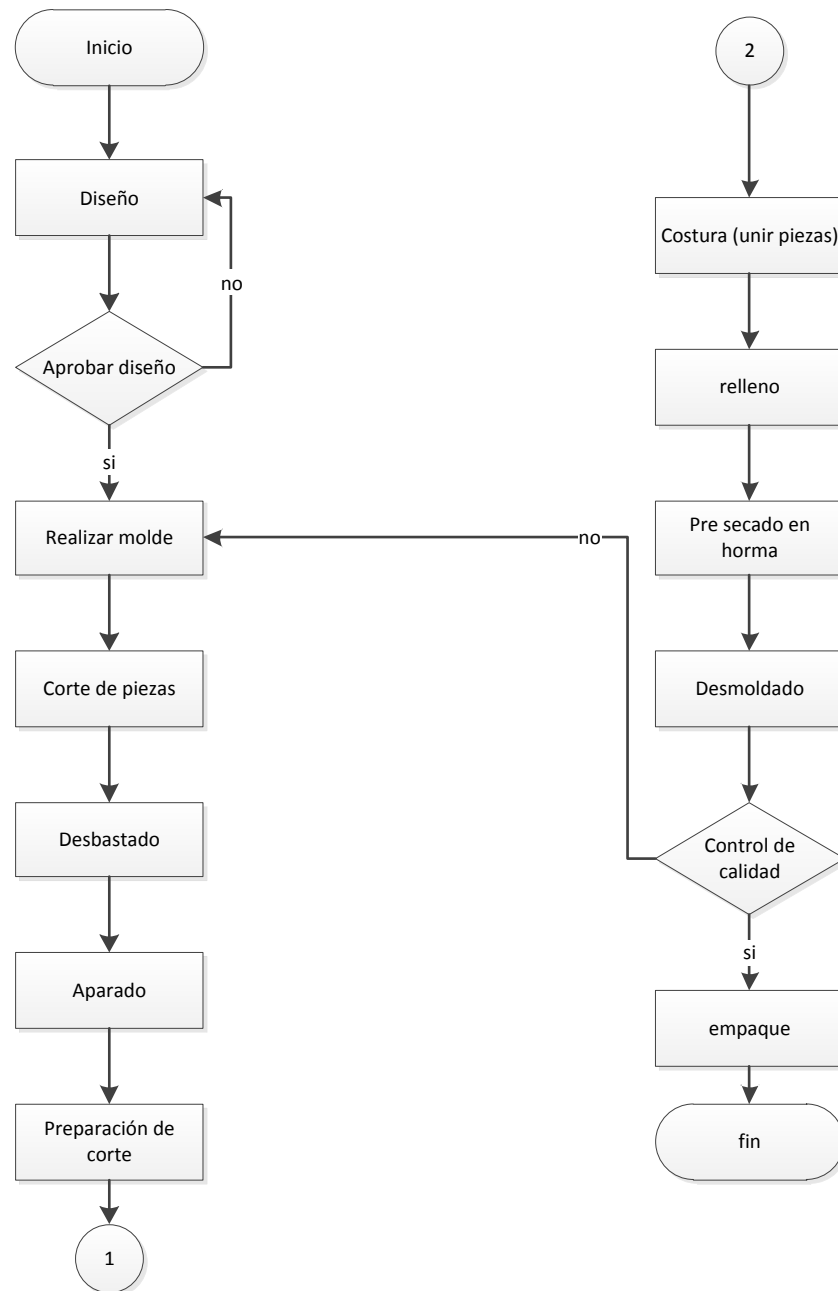
Tabla N°10

Formato de Evaluación de Desempeño

Evaluación de desempeño											
Nombre:											
Cargo:											
Departamento:											
Área de desempeño	1	2	3	4	5	Área de desempeño	1	2	3	4	5
Habilidad para decidir						Hábil					
Acepta dirección						Conocimiento del trabajo					
Acepta cambios						Liderazgo					
Actitud						Calidad del trabajo					
Cooperación						Cantidad de producción					
Atención						Prácticas de seguridad					
Acepta responsabilidades						Ordenado den el trabajo					
Iniciativa personal						Organizado					
Acepta presión						compañerismo					
Rápida captación						Cuidado n el patrimonio					

2.03.03 Gestión Operativa

La gestión operativa de la microempresa se realizara como muestra en el siguiente flujo grama de proceso donde se detalla los pasos a seguir en la elaboración del producto y verificación del mismo.



2.03.04 Gestión Comercial

La microempresa FARY`S debe tener claro los objetivos que tiene la empresa para esto se utilizar las herramientas de Marketing aplicando las **cuatro P** , producto, precio, plaza y promoción para garantizar el furo de la microempresa.

2.03.04.01 Producto

La microempresa FARY`S se identifica por entregar los productos de buena calidad, ya que están elaborados con materiales de calidad, diseño modernos o a la moda, una de las ventaja de este producto es que esta hecho especialmente para niños de 0 a 12 meses de edad esto brinda mayor facilidad de conseguir los mejores calzado para su hijo y sobre todo en tallas pequeñas.

El motivo de adquirir este calzado es que esta elaborado con los materiales de calidad con diseños innovadores, hay una variedad de colores para que los padres de familia no tengan dificultad al momento de vestirlos ya sea casual, deportivo tanto para niñas y niños.

Ver fotos anexo N° 1

2.03.04.02 Precio

El precio de los calzados es un elemento importante al momento de adquirir por lo que se deberá utilizar una estrategia para que no afecte al bolsillo del cliente y obtener rentabilidad.

Para obtener el costo de producción del par calzado FARY`S se procede a realizar al cálculo del costo de producción.



Tabla N°11

Costo de Producción Unitario

Costo de Producción Unitario	
MPD	8.80
MOD	3.74
CIF	0.88
C.U.F	14,02

Investigación de campo Rosa Alexandra Quishpe Churaco

Calzado FARY'S	
Costo unitario de producción	14,02
Utilidad al 80%	11,22
P.VP	25,24

Investigación de campo Rosa Alexandra Quishpe Churaco

El costo de la producción de un par de calzado es de \$13,40 por el mismo hecho de que están elaborados con materiales de buena calidad que tienen durabilidad y diseños innovadores el mismo que tendrá una utilidad del 80% del costo de producción por que como se menciona anteriormente se trata de entregar al cliente el mejor producto a un costo no exagerado pero al a vez se obtendrá un una buena utilidad. También es debido a la competencia que entrega a un costo alto y el precio que ofrece FARY'S es un precio que los padres de familia pueden pagar sin ningún problema y podemos competir con otras marcas.

2.03.04.03 plazas

La ubicación de la microempresa FARY'S será en el sector de Carcelén esta ubicación se debe a varios motivos; principalmente a la cercanía del mercado desde ahí se puede distribuir el producto con más facilidad, cuenta con transporte ,vías de acceso ,servicios básicos.

FARY'S estará ubicado exactamente en av. Diego de Vásquez, calle santo domingo de carretas a lado de la Urb. valle Monte Real lote ·Nº9

Figura N° 12

Croquis de Ubicación



2.03.04.04. Promoción

La promoción se determina como la actividad de impulsar los productos que ofrece la microempresa para la adquisición del mercado.

Estrategias de la promoción

Se sabe que no es suficiente solo con ofrecer un producto de calidad a un buen precio, para poder obtener más ingreso y por supuesto más ventas del producto y poder ingresar en mercado del calzado se debe realizar promociones para tener mayor clientela y puedan conocer la marca FARY'S .

Estrategia para los consumidores

- **Descuentos**
- Se realizar descuentos dependiendo de la temporada y situación de la microempresa FARY'S los descuentos se podrá realizar desde 5%, 10%,20%, de descuento.
- Los descuentos también dependerá la cantidad de calzado que compre
- Los descuentos también se realizar por modelo, color o talla de calzado que se determine que es el menos vendido.
- **Promociones**
- Las promociones que ofrecerá FARY`S seria vender 2 pares de zapatos por un solo precio, pero determinando un precio accesible y que tengamos utilidad aceptable.

- **Facilidad de pagos**

Los pagos podrán realizar en efectivo, dependiendo del cliente se podrá realizar en 2 pagos.

-También se puede realizar hasta en tres pagos dependiendo del cliente y de la cantidad de zapatos que adquiera.

2.3.4.4.1 Publicidad

(K.Whitehill King,2005). La publicidad desempeña un rol importante en cada etapa del desarrollo del producto. Hasta que los consumidores aprecien el hecho de que necesitan un producto, ese producto se encuentran en la etapa pionera de la publicidad .en la etapa competitiva, un anunciante trata de diferencia su producto del de su competencia, en la etapa de retención se necesita la publicidad de recordación. P (98).

Nombre de la empresa



Logotipo de la empresa



Slogan de la microempresa FARY'S



Tarjeta de presentación

Figura N°13



Hoja Membretada



FLYER



Se realizará una página Web mediante la cual se realizará publicidad y los clientes podrán observar los modelos, diseños, colores, y las promociones que se realicen.

Otra forma de realizar publicidad será mediante la página de Facebook ya que es una de las páginas más visitadas.

2.04 Análisis FODA

Ambiente Interno

Tabla N°12

Matriz FODA Fortaleza

FORTALEZA	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Misión	X		
Visión	X		
Políticas	X		
Objetivos corporativos	X		
Planificación	X		
Dirección	X		
Control		X	
Gestión operativa		X	
Gestión comercial		X	

Ambiente externo

Tabla N°13 Matriz FODA Oportunidad

OPORTUNIDAD	NIVEL		
Descripción	ALTO	MEDIO	BAJO
Tasa de interés		x	
PIB	X		
Aspecto socio cultural		X	
Población		X	
PEA	X		
Aspecto tecnológico	X		
Políticas legales		X	
Clientes	X		
Proveedores		X	
Competencia		x	

Tabla N°14

Matriz FODA amenaza

AMENAZA	NIVEL		
Descripción	ALTO	MEDIO	BAJO
Tasa de interés	X		
Balanza comercial		x	
Inflación		x	
Migración		x	



CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso de planificar, recopilar, analizar y transmitir la información para tener una idea si la actividad productiva es rentable o no, tomando en cuenta a los clientes, competidores y las estrategias que se vaya aplicar.

según Kotler, Bloom y Hayes,(2004) el **estudio de mercado** "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización" [2].

Objetivos del estudio del mercado

Determinar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado.

Determinar la aceptación del producto por parte del cliente.

Conocer los canales de distribución que se utilizara para hacer llegar el producto al cliente.

Conocer cuáles son las exigencias de los clientes.

Sirve para tener una idea clara de la cantidad de clientes.

El estudio de mercado ayuda a determinar el precio apropiado para el producto y poder competir en el mercado.

3.01 Análisis del consumidor

El consumidor adquiere los calzados en un almacén también realiza compras por catálogo, internet fijándose siempre en marcas es decir el consumidor analiza, marca donde y como comprar por lo general desea los más bonitos zapatos para su hijo o hija sin darse cuenta que tipo de calzado necesita o debe utilizar comprar de acuerdo a edad una vez que sale al mercado .

Un consumidor es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades.

El consumidor no es un simple persona que espera a que le ofrezcan los productos y servicios, persona con el poder suficiente para lograr cambios en las ofertas y hasta en las mismas empresas, para que se ajusten a sus requerimientos y necesidades.

Todo ello es importante, para la empresa y para el departamento de marketing, ya que ayudará, y facilitará a las decisiones y acciones que se tomarán sobre los productos en todo momento. Un ejemplo de ello sería cómo presentar un producto novedoso, o si es un producto en fase de madurez-declive si vale la pena conservándolo añadiendo alguna novedad o por el contrario, es mejor sacarlo del mercado.

3.01.01 Determinar población y muestra

Población: La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo , (1997), “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una



característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”(Pag.114)

La población para el presente proyecto, según datos estadísticos proporcionados por INEC en base al censo realizado en el 2010 de población muestra la siguiente información.

Tabla N°15

Población Distrito Metropolitano de Quito

AREA # 170155	CALDERON (CARAPUNGO)		
Grupos quinquenales de edad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	1364	1310	2674
De 1 a 4 años	6147	6061	12208
De 5 a 9 años	7660	7420	15080
De 10 a 14 años	7585	7348	14933
De 15 a 19 años	7259	7101	14360
De 20 a 24 años	7538	7816	15354
De 25 a 29 años	7090	7269	14359
De 30 a 34 años	6040	6432	12472
De 35 a 39 años	5177	5628	10805
De 40 a 44 años	4360	4946	9306
De 45 a 49 años	4189	4587	8776
De 50 a 54 años	3227	3398	6625
De 55 a 59 años	2457	2510	4967
De 60 a 64 años	1588	1822	3410
De 65 a 69 años	1176	1429	2605
De 70 a 74 años	749	989	1738
De 75 a 79 años	499	645	1144
De 80 a 84 años	324	448	772
De 85 a 89 años	151	254	405
De 90 a 94 años	73	115	188
De 95 a 99 años	18	21	39
De 100 años y más	11	11	22
Total	74682	77560	152242

Sistema integrado de consultas (redactan) de inc.

El tamaño total de la población sería igual a: **152242** que según las normas se dividen para cuatro que es igual a: **38,060**

Muestra (Rodríguez Moguel ,2005) Indica que se entiende por muestra a todo procedimiento de selección de individuo componente de dicha población, una probabilidad conocida , de ser seleccionada: esto es , de formar parte de la muestra que será sometida a estudio .P(82).

Fórmula para calcular la muestra

$$N = \frac{N * p * q * Z^2}{N - 1 E^2 + p * q * Z^2}$$

Dónde:

N=tamaño de la población

n= tamaño de muestra

e=error máximo admisible (5%)

p=probabilidad de éxito (50%)

q=probabilidad de fracaso (50%)

z= distribución normal en estadística cuando el NC=95%

$$n = \frac{38060 * 0,50 * 0,50 * (1,96)^2}{38060 - 1 0,05^2 + 0,50 * (1,96)^2}$$

n=380

Luego de aplicar la fórmula se determinó que se debe realizar la encuesta a **380** personas a las cuales se realizara la encuesta en sector de Carapungo y Calderón.

3.01.02 Técnicas de Obtención de Información

Técnica

(FALCÓN Y HERRERA, 2005) se refieren al respecto que "se entiende como técnica, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información". (p.12)

Las técnicas cualitativas estudian los aspectos internos y profundos del individuo con la finalidad de descubrir las causas y motivaciones de sus actitudes y conductas.

Técnicas cuantitativas permite medir cuantificar, mediante los procedimientos más estructurados determinadas magnitudes de esa conducta.

Técnicas mixtas son las que pueden seguir planteamientos cualitativos, y en otros casos cuantitativos o bien ambos conjuntamente.

Para el presente proyecto se utilizara **la encuesta**.

(DIAZ. V, 2001) señala que la encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desean obtener y posteriormente. (Pag.13)

3.01.03 Encuesta

Esta encuesta fue aplicada con las siguientes preguntas en el orden indicado.



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y PRODUCCIÓN



66

El objetivo de la presente encuesta es para determinar la probabilidad de la producción de calzado infantil anatómico para niños de 0 a 12 meses de edad.

Instrucción: lea detenidamente y marque con X según su respuesta

Datos generales

Género: F ☐ M ☐

1.- Usted tiene hijos de la edad de 0 a 12 meses de edad?

SI ☐ NO ☐

2.- Con qué frecuencia usted adquiere calzado para su niño /a.

Mensual ☐

Trimestral ☐

Semestral ☐

Anual ☐

3.- Cuánto paga usted por un par de zapatos para su hijo?

\$10-20 ☐

\$21-30 ☐

\$31-40 ☐

4.- Está usted de acuerdo que en el sector comercial de Carcelén se implemente una empresa productora y comercializadora de calzado infantil con diseños innovadores?

Si ☐ no ☐

5.-Qué color de calzado prefiere usted para su niño /a?

Rosado ☐

Café ☐

Negro ☐

Azules ☐



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

Blancos ☐

Combinados ☐

Otros ☐

6.- Qué modelo de calzado utiliza con frecuencia para su niño/a?

Deportivo ☐

Casual ☐

Sandalias ☐

Botines ☐

7.- Que marca de calzado adquiere usted para su niño/a?

Venus ☐ Bunky ☐

Payless ☐ Otros ☐

8.- Al momento de comprar calzado a usted le interesa?

Calidad ☐

Marca ☐

Diseño ☐

Promoción ☐

9.- En una tienda de zapato que otro producto le gustaría que le ofrezcan?

Ropa infantil ☐ artículos de limpieza para calzado ☐

Juguetes ☐ otros ☐

10.- Está usted de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?

Si ☐

No ☐

Gracias por su colaboración

3.01.04 Análisis de la información

El análisis de la información obtenida en un documento para esto se debe seguir los siguientes pasos:

- Determinar la población y el número de encuestas
- Selección del instrumento a utilizar para la obtención de información
- Diseño de la encuesta mediante un análisis de la información que se va a necesitar para investigación
- Ejecutar la encuesta
- Contabilización y codificación de los datos
- Interpretación de datos
- Análisis y conclusiones

3.01.05. Resultados de la Encuesta

Datos generales

Tabla N°16

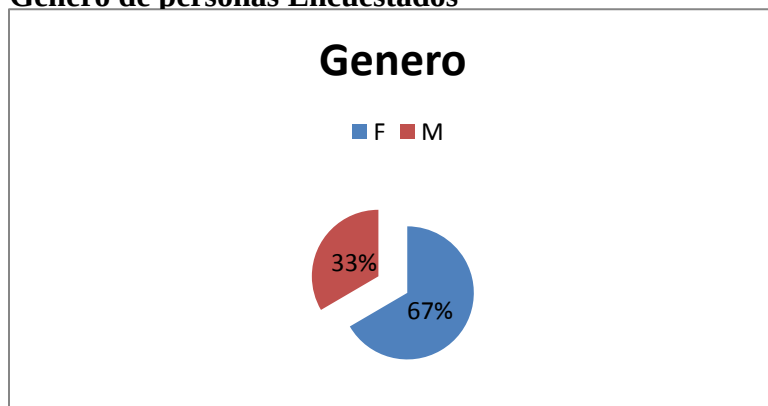
Total de Género Encuestado

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	253	67%
Masculino	127	33%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°14

Genero de personas Encuestados



Fuente: Estudio de Mercado

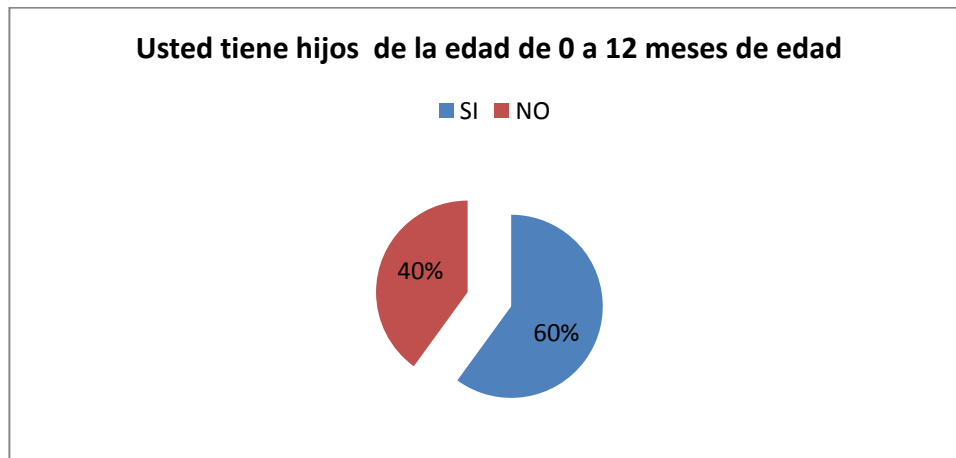
Análisis

Según los datos podemos observar que la mayor cantidad de encuestada es del sexo Femenino con 67%, que por lo general son las madres quienes saben elegir como vestir a su hijo.

**1.- Usted tiene hijos de la edad de 0 a 12 meses?****Tabla N°17****Total niños de 0 a 12 meses de edad**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	228	60%
NO	152	40%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°13:**Primera pregunta de la Encuesta**

Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Con estos datos se observa que hay un 60% de niños de entre 0 y 12 meses de edad del total de personas encuestadas.

2.- Con qué frecuencia usted adquiere calzado para su niño /a.

Tabla N°18

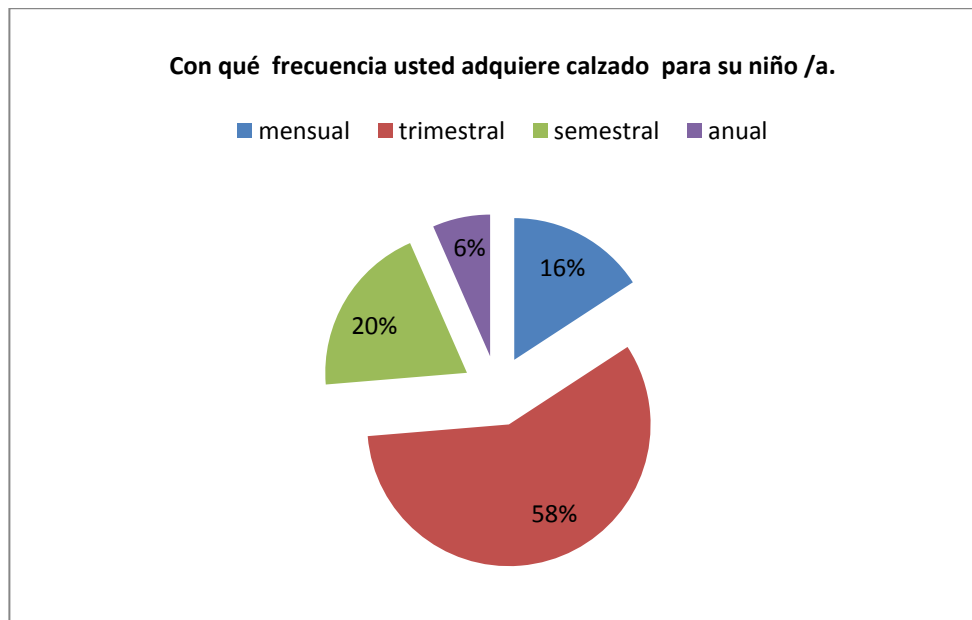
Segunda pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
mensual	60	16%
trimestral	220	58%
semestral	75	20%
anual	25	7%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°14

Segunda Pregunta de la Encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis.-

Con esta pregunta podemos saber con qué frecuencia adquieren el calzado los padres de familia para su hijo en este caso es trimestralmente con un valor de 58%.

3.- Cuánto paga usted por un par de zapatos para su hijo?

Tabla N°19

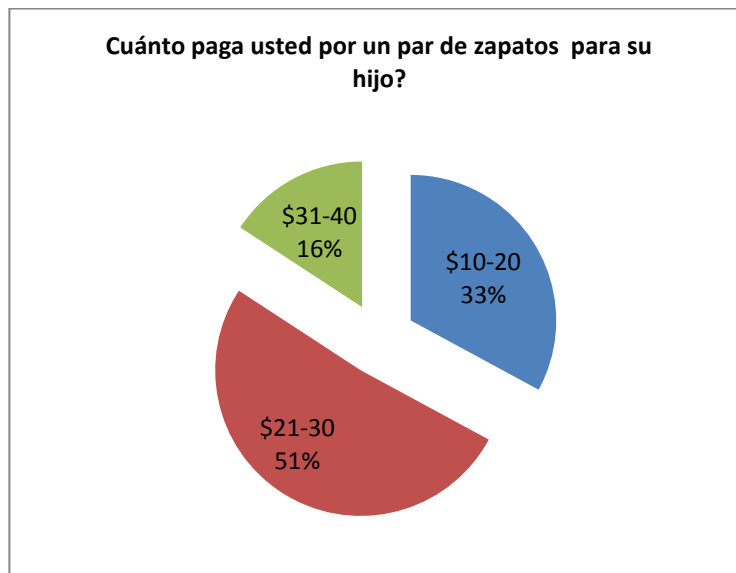
Tercera pregunta de la encuesta

concepto	frecuencia	Porcentaje
\$10-\$20	125	33%
\$21-\$30	195	51%
\$31-\$40	60	16%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

FiguraN° 15

Tercera Pregunta de la Encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Con estos datos podemos analizar que el cliente está dispuesto a pagar un valor de \$ 20 a \$ 30 que tiene el porcentaje de 51%, más de \$30 está dispuesto a pagar un 16% .

4.- Está usted de acuerdo que en el sector comercial de Carcelén se implemente una empresa productora y comercializadora de calzado infantil con diseños innovadores?

Tabla N°20

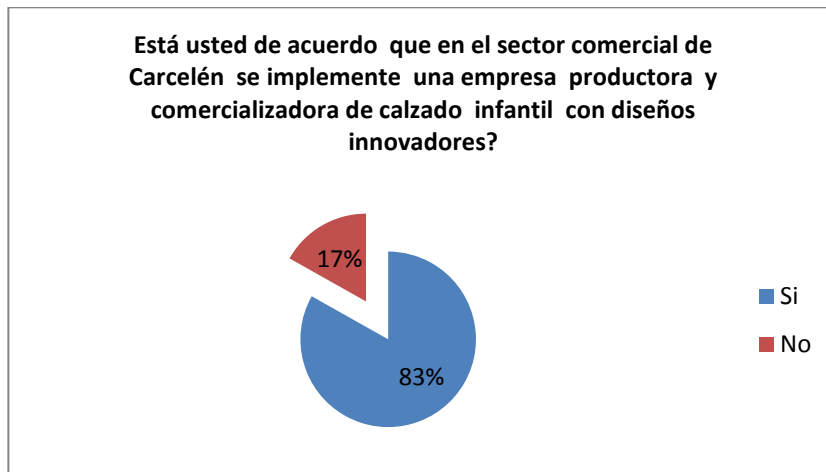
Cuarta pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	316	83%
No	64	17%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°16

Cuarta Pregunta de la Encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis.-

Analizando los datos se puede identificar que esta aceptado de implementar una microempresa productora de calzado infantil, el porcentaje de aceptación es de 83%.

5.-Qué color de calzado prefiere usted para su niño /a?

Tabla N° 21

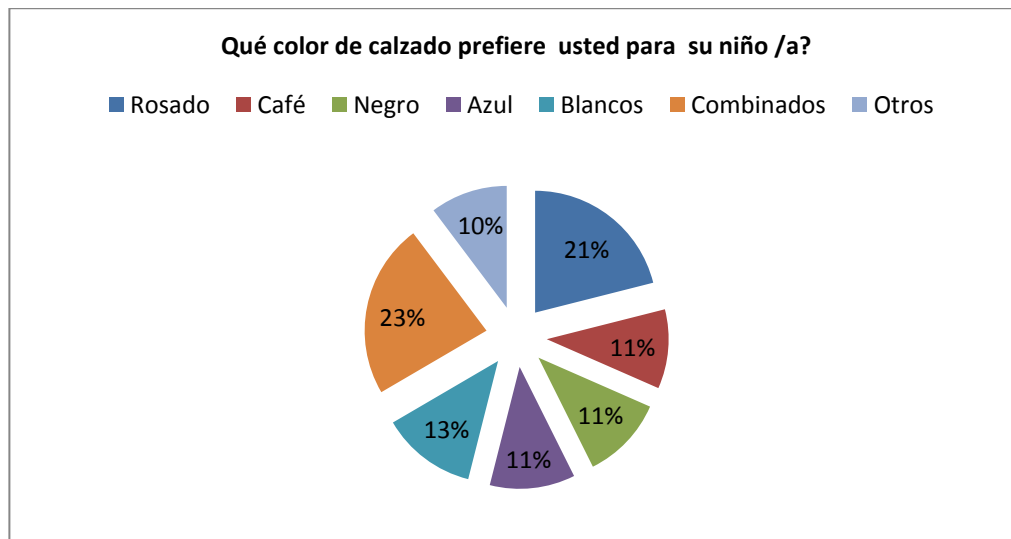
Quinta pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Rosado	80	21%
Café	40	11%
Negro	42	11%
Azul	43	11%
Blancos	48	13%
Combinados	88	23%
Otros	39	10%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N° 17

Quinta Pregunta de la Encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Pues según el análisis se puede ver que los colores con más porcentaje de aceptación son el rosado con un valor de 21%, colores combinados con 23%, blancos con un 13% entre el azul, negro, café con 11% otros con 10%.

6.- Qué modelo de calzado utiliza con frecuencia para su niño/a?

Tabla N° 22

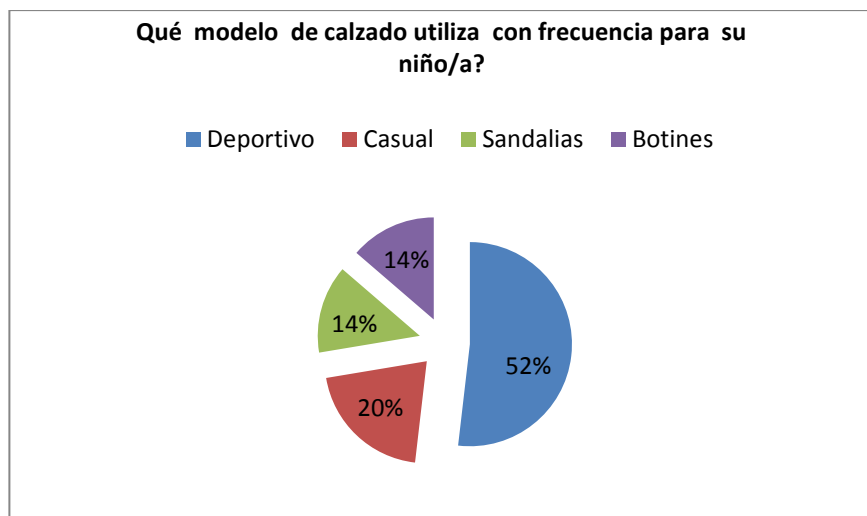
Sexta pregunta de encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Deportivo	197	52%
Casual	78	21%
Sandalias	53	14%
Botines	52	13%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°18

Sexta Pregunta de la Encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis.-

Como se puede observar el tipo de calzado más demandado es el deportivo con 52%, casual, con 21%, sandalias con 14%, botines con 13%.

7.- Que marca de calzado adquiere usted para su niño/a?

Tabla N° 23

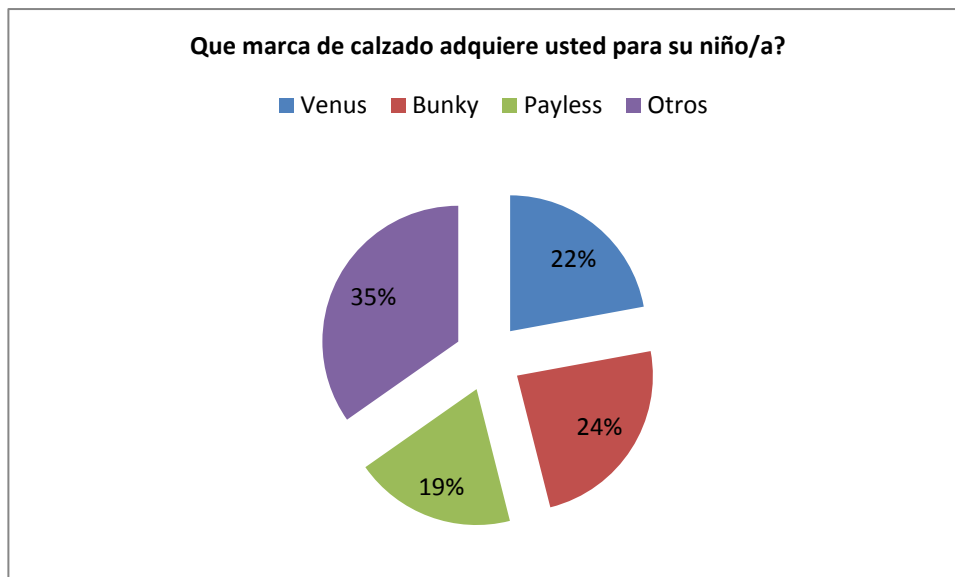
Séptima pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Venus	84	22%
Bunky	91	24%
Payless	73	19%
Otros	132	35%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°19

Séptima Pregunta de la Encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis

Según los datos obtenidos con respecto a marcas se puede ver que marca venus tiene un porcentaje de 22%,bunky 24% ,pales 19% y el porcentaje más alto es otras marcas con el 35% .

8.- Al momento de comprar calzado a usted le interesa?

Tabla N°24

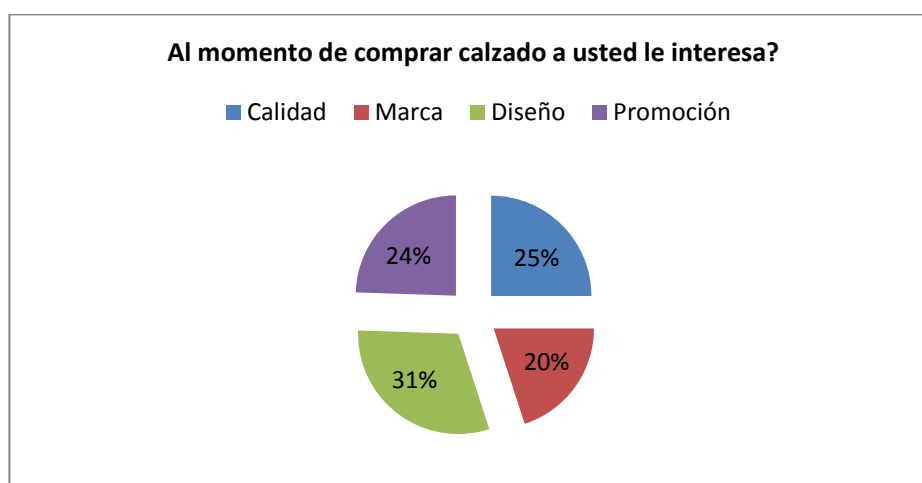
Octava pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	95	25%
Marca	76	20%
Diseño	116	31%
Promoción	93	24%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°20

Octava Pregunta de la Encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis.-

Al momento de comprar el calzado según dato obtenido se toma en cuenta el diseño que tiene el valor más alto con 31%, le sigue la calidad con 25%, promoción con 24% y por último la marca con 20%. Esto sirve de guía para realizar los zapatos con esas características.

9.- En una tienda de zapato que otro producto le gustaría que le ofrezcan?

Tabla N°25

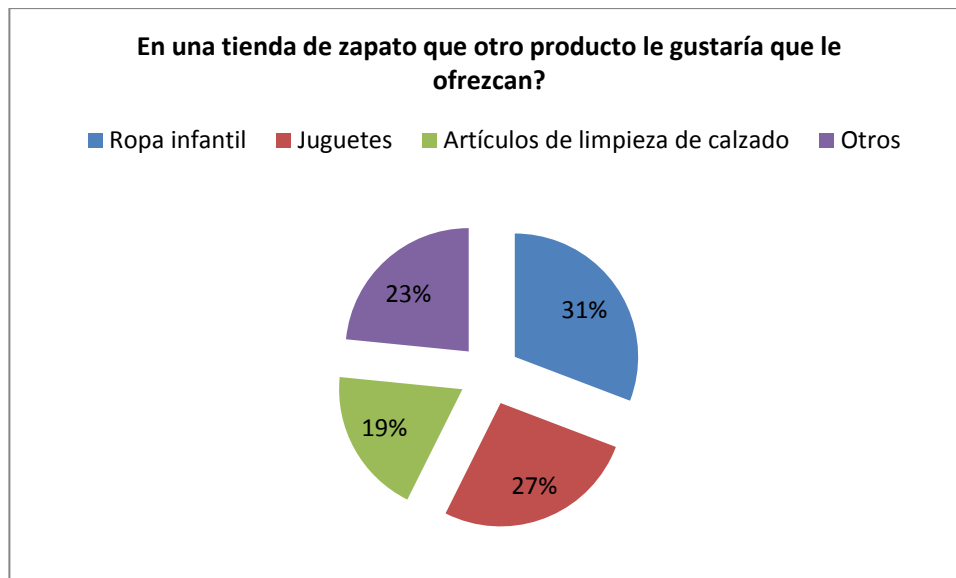
Novena pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Ropa infantil	117	31%
Juguetes	101	27%
Artículos de limpieza de calzado	73	19%
Otros	89	23%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°21

Novena Pregunta de la Encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis.-

Según datos obtenidos se puede observar que la ropa infantil es apreciada por los clientes, representado con el 31 %, juguetes con el 27%, otros artículos con 23 %, artículos de limpieza de calzado con el 19%.

10.-Está usted de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?

Tabla N°26

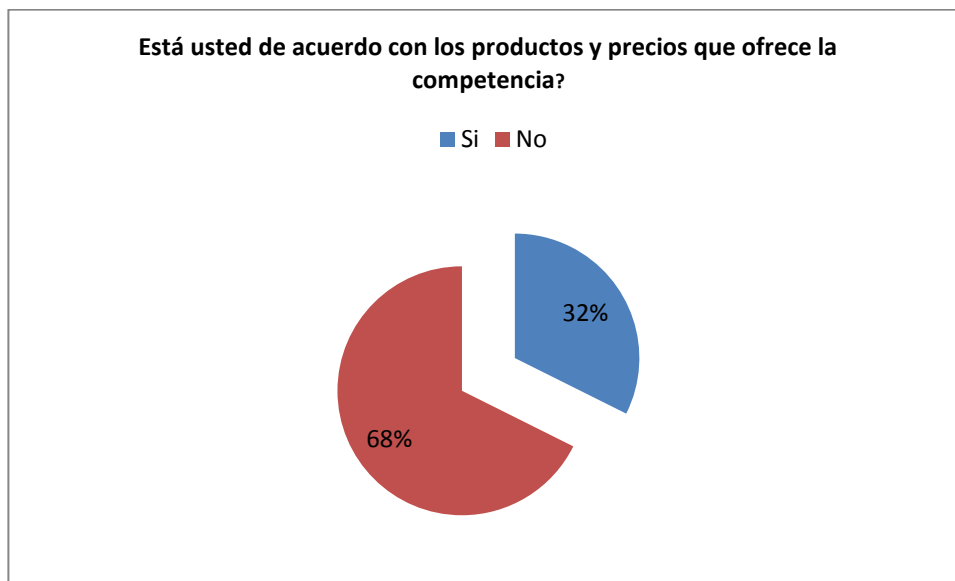
Decima pregunta de la pregunta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	123	32%
No	257	68%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura N°22

Décima Pregunta de la Encuesta



Fuente: Estudio de Mercado

Análisis.-

Los datos obtenidos se puede observar que el cliente no está satisfecho con los producto y precios que ofrece la competencia la misma que está representado por 68%, representado por 68%, y el no con 32%.

3.02 Demanda

(OVANDO, 2000). La demanda podemos deducir podemos deducir que la cantidad de demandada por un bien, en un tiempo dado depende del comportamiento de los precios, manteniendo la influencia de los demás determinantes invariables .por lo tanto , podemos expresar la demanda como una función sencilla donde la cantidad se constituye en una variable dependiente del precio , siendo este por consiguiente una variable independiente. $P(25)$

3.02.01 Demanda Histórica

Se puedo determinar que no se ha encontrado un dato exacto de la demanda histórica, pues dado el caso que el producto que se ofrece es calzado infantil, semi ortopédico anatómico para niños de cero a doce meses de edad.

3.02.02 Demanda actual

Para realizar la demanda actual se tomó como referencia los datos obtenidos en la encuesta, la población y tasa de crecimiento del sector infantil.



Tabla N°27

Datos para calcular la demanda actual

Población	38,060
Total encuesta	380
RESULTADOS DE LA ENCUESTA	
Aceptación	
Población * porcentaje de aceptación = N° de aceptación de personas	
38,060 * 83%=	3,158.980
Frecuencia	
Personas que aceptan * por frecuencia de encuesta * 4 trimestres = frecuencia de compras	
3,158.980 * 0.58 * 4 =	7,328.833.6
Precio promedio	
\$21 - \$ 30 = 51/2 =	\$25,50

Fuente: estudio de mercado

Tabla N°28

Demanda Actual

CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL	
Frecuencia de compra de las persona * precio promedio = demanda actual en dólares	
7,328.833.6 * \$ 25,50 =	186,885.256.8

Fuente: estudio de mercado

3.02.03 Demanda proyecta

Para realizar la demanda proyectada se tomara los datos de la tasa de crecimiento de la población infantil.

Tasa de crecimiento poblacional

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) determina que el ecuador bordea una tasa de crecimiento de 1.95%.

La población femenina es de 49.94% y el género masculino es de 50.06% lo que demuestra una tasa de crecimiento.

Tabla N°29

Tasa de crecimiento 2013

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA POR SEXO Y EDAD				
AÑO 2013				
Edades	Masculino	Femenino	Total	Participación
0-4	726,335	695,682	1,422,017	9.61%
5-9	728,366	699,475	1,427,841	9.65%
10-14	732,876	705,158	1,438,034	9.72%
15-19	716,452	691,651	1,408,103	9.51%
20-24	673,650	656,304	1,329,954	8.99%
25-29	627,398	618,740	1,246,137	8.42%
30-34	564,446	563,717	1,128,163	7.62%
35-39	501,236	505,307	1,006,543	6.80%
40-44	445,988	453,133	899,121	6.07%
45-49	391,137	400,254	791,391	5.35%
50-54	333,486	343,536	677,022	4.57%
55-59	282,276	293,880	576,156	3.89%
60-64	223,154	235,783	458,937	3.10%
65-69	160,951	173,881	334,832	2.26%
70-74	123,436	138,227	261,663	1.77%
75-79	90,600	105,718	196,318	1.33%
80 y +	87,415	111,905	199,320	1.35%
Total	7,409,201	7,392,353	14,801,554	100.00%
Participación	50.06%	49.94%	100.00%	

Fuente: instituto Nacional de Estadística y censos (INEC)

Tabla N° 30

Demanda Proyectada

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
Años	Demanda Actual	Tasa de crecimiento poblacional del sector infantil	Demanda proyectada
2014	186,885.256.8	1.0314	192,753.453.9
2015	192,753.453.9	1.0314	198,805.912.3
2016	198,805.912.3	1.0314	205,048.418
2017	205,048.418	1.0314	211,486.938.3
2018	211,486.938.3	1.0314	218,127.628.1

Fuente : Estudio de mercado

3.03 Oferta

(PAÚL SAMUEL 2012)Según .La oferta es la relación entre la cantidad ofertada de un bien y su precio, cuando todos los demás factores que influyen en los planes de venta permanecen constantes. P (23)

3.03.01 Oferta Histórica

Después de realizar la investigación se puede determinar que no hay una demanda histórica del tipo de calzado que se esta ofreciendo ya que es de tallas pequeñas que no se han presentado aún.

3.02.02 Oferta Actual

Tabla N° 31

Oferta Actual

OFERTA ACTUAL			
Años	Demanda	Porcentaje de la competencia	Oferta
2013	186,885.256.8	0.32	\$59,803.282.18

Fuente: Estudio de mercado

3.02.03 Oferta Proyectada

Para realizar la oferta proyectada es necesario tomar en consideración la pregunta de la competencia, para saber el porcentaje de satisfacción con la competencia la cual es de 68%.

**10.-Está usted de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?****Tabla N°32****Porcentaje de la competencia**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	123	32%
NO	257	68%
Total	380	100%

Para realizar la oferta proyectada es necesario tomar en consideración el valor positivo de las persona que están de acuerdo con los productos que ofrece FARY'S y se tomara en cuenta el valor porcentual de la competencia que en este caso es de 68%.

Tabla N°33**Proyección de la Oferta**

PROYECCION DE LA OFERTA			
Años	Demanda proyectada	Porcentaje de la competencia	Oferta proyectada
2013	192,753.453.9	0.32	61,681.105.25
2014	198,805.912.3	0.32	63,617.891.94
2015	205,048.418	0.32	65,615.493.76
2016	211,486.938.3	0.32	67,675.820.26
2017	218,127.628.1	0.32	69,800.840.99

Fuente: Estudio de mercado

3.04. Balance Oferta Demanda**3.04.01 Balance Actual**

Se llama Demanda Insatisfecha a aquello producto o servicios que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta a futuro



Tabla N°34

Demanda Insatisfecha Actual

Demanda Insatisfecha Actual			
Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2013	186,885.256.8	59,803.282.18	127,081.974.6

Fuente: Estudio de mercado

3.04.02 Balance Proyectado

Para realizar la demanda insatisfecha proyectada procedemos a restar la demanda proyectada menos la oferta proyectada.

Tabla N° 35

Proyección de la Demanda Insatisfecha

PROYECCION DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2013	192,753.453.9	61,681.105.25	131,072.348.7
2014	198,805.912.3	63,617.891.94	135,188.020.4
2015	205,048.418	65,615.493.76	139,432.924.2
2016	211,486.938.3	67,675.820.26	143,811.118
2017	218,127.628.1	69,800.840.99	211,147.547.1

Fuente: Estudio de mercado

Capítulo IV

Estudio Técnico

(BACA URBINA, 2006) manifiesta que el estudio técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Objetivos del estudio Técnico

- * Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto de acuerdo a su capacidad.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo de la microempresa, la localización optima, el equipo, las instalaciones y la organización requeridos para realizar el proceso de producción. (pag.92)

4.01 Tamaño del proyecto

(ROSALES POSAS ,2007) determina que el tamaño del proyecto depende de la magnitud, de la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulando, pues cada proyecto tienen características particulares que, al final, limitaran su tamaño. Entre los factores que pueden influir en el tamaño del proyecto se encuentra: la demanda y los insumos, y los condicionantes como la tecnología, la localización, el financiamiento, los recursos humanos y la capacidad empresarial. **(pág. 117)**

La importancia de determinar el tamaño de que tendrá el proyecto se manifiesta, principalmente, en su incidencia sobre las estimaciones de las inversiones y de los costos y, por lo tanto, sobre el cálculo de la rentabilidad.



4.01.01. Capacidad Instalada

Este proyecto tiene una capacidad de 56m² y está dividida en las siguientes áreas.

Tabla N°36

Distribución de áreas de la planta

Áreas	Medida
Administrativa	2x3m=6m ²
Operativa	3x4m=12m ²
Bodega M.P	3x3m=9m ²
Bodega P.T	3x2m=6m ²
Baño	1.5x2m=3m ²
Recepción	2x3m=6m ²
Venta	2x2m=4 m ²

Fuente: Estudio de Técnico

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad optima de la microempresa está determinada por todos departamentos que la conforman, la misma que cuenta con una área total de 44m², sin tomar en cuenta los espacios verdes o parqueaderos.

4.02 Localización

La localización del proyecto está dada por la macro-localización y micro-localización.



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

4.02.01 Macro-localización

Tabla N°37

Macro-localización

Macro localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Eloy Alfaro
Sector	Carcelén

Fuente: Estudio de Técnico

Figura N° 23

Macro-localización



Fuete : google maps

4.02.02 Micro localización

La microempresa FARY`S estará en el sector Carcelén Industrial Panamericana norte km 7 ½ ,calle Santo Domingo lote N° 3 , se eligió este lugar por el hecho de contar con espacio necesario, tener todos los servicios básicos y contar con facilidad de transporte.

4.02.03. Localización Óptima

(BACA URBINA ,2006) determina que 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 u obtener el costo unitario mínimo (pag.107)

(FLORES URIBE , 2006) manifiesta que para determinar la localización óptima del proyecto se utilizara el método de puntajes ponderados , ya que éste es el procedimiento más común debido a que permite incorporar factores de carácter cuantitativo; es decir que se pueda expresar en cantidades , o cualitativos; que denotan cualidades expresadas en conceptos .(pag.45).



Tabla N° 38:

Matriz de localización

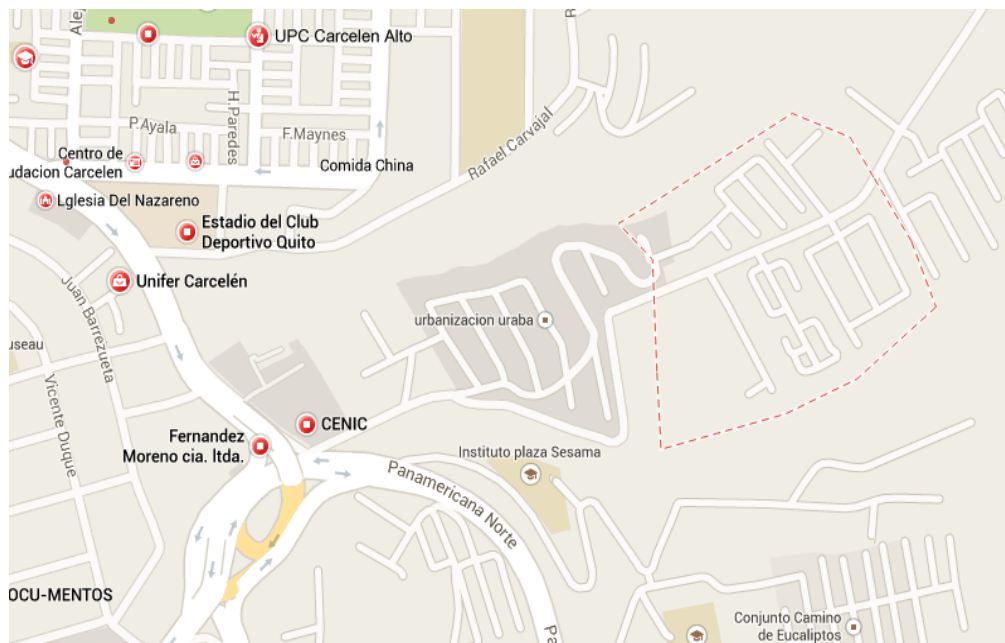
Factores Relevantes	Ponderación	Parque de los recuerdos calle Juan Barrenzueta		Carcelén , calle Santo domingo de carretas lote N°9		Carcelén bajo calle Rafael Carvajal	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Arriendo	0,20	6	1.2	6	1.2	6	1.2
Cercanía al mercado	0,20	10	2	9	1.8	8	1.6
Competencia	0,05	9	0.45	9	0.45	9	0.45
Vías de acceso	0,15	10	1.5	7	1.5	8	1.2
Transporte	0,10	9	0.9	8	0,9	10	0.8
Seguridad	0,20	9	0.9	6	1	8	0.9
Servicios básico	0,10	9	1	7	1	9	1
Total	1.00		5,95		7,85		7,15

Investigación de campo: Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año 2014

Luego de realizar un estudio los factores relevantes para la localización optima de la microempresa FARY`S; la opción que tiene mayor ponderación es Carcelén Industrial –calle santo domingo de carretas loteN°9.

Figura N° 24

Localización Óptima



4.03 Ingeniería del Producto

(BACA URBINA, 2006) la ingeniería del producto manifiesta que son todos los aspectos técnicos y de operatividad necesaria para comenzar a elaborar el producto, para cual se necesita disponer de cierta información, del estudio

4.03.01 Definición del B y S

La microempresa FARY'S ofrece a los clientes calzado infantil en varios modelos y para las diferentes ocasiones, las cuales tendrán diseños que vayan de acuerdo a la moda, con una variedad de colores. La principal característica del calzado es la materia prima utilizada que es de calidad 100% cuero, lo cual al momento de poner en la horma es resistente y puede dar la forma la zapato.

Para brindar un calzado de alta calidad la microempresa FARY`S contará con capacitaciones y asesoría técnicas, de la misma manera contará con tecnología y maquinaria de calidad para la fabricación del calzado infantil.

4.03.02 Distribución de planta

La distribución se realizará de acuerdo a la necesidad de la microempresa y sobre todo que ayude a ahorrar tiempo y permita rápida comunicación entre los departamentos .

Código de cercanía

Los códigos que se determinan a continuación son para identificar la cercanía entre departamentos y poder identificar.

Tabla N°39

Código de Cercanía

Código de cercanía	
Código	Descripción
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente necesario que está cerca
I	Importante que está cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía importante
X	Cercanía indispensable

Fuente: Estudio de Técnico



Razones de cercanía

Se determina las razones por que deben estar cerca un departamento con otro.

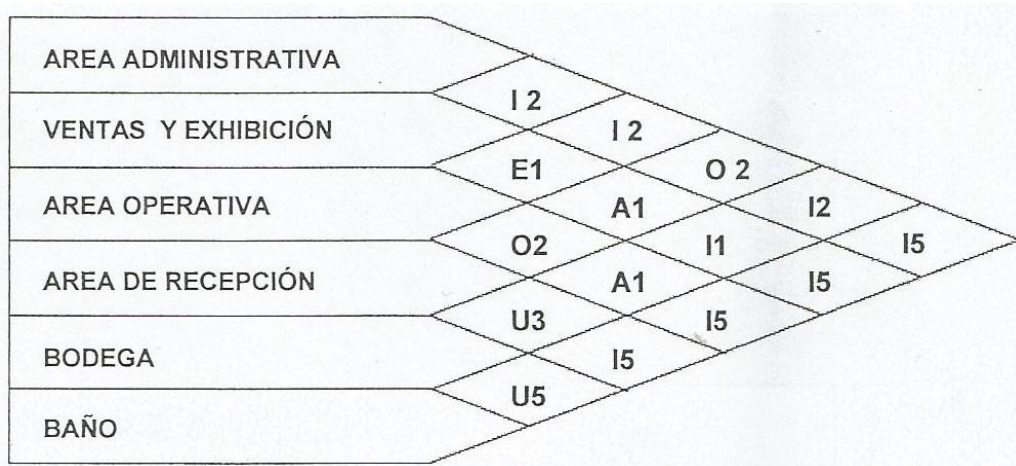
Tabla N°40

Razones de Cercanía

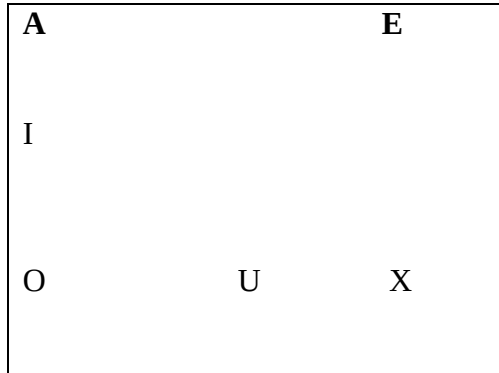
RAZONES DE CERCANIA	
Código	Descripción
1	secuencia de proceso
2	secuencia administrativo
3	Conveniencia
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Estudio de Técnico

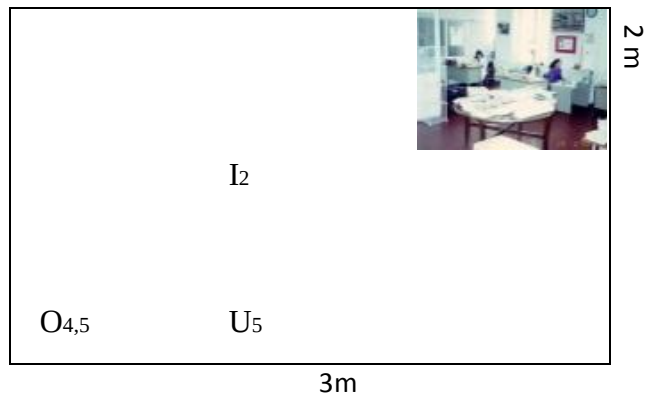
Matriz triangular



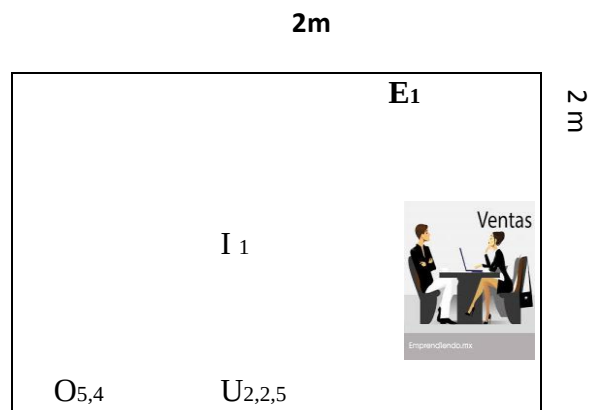
Distribución



Administración (6 m²)

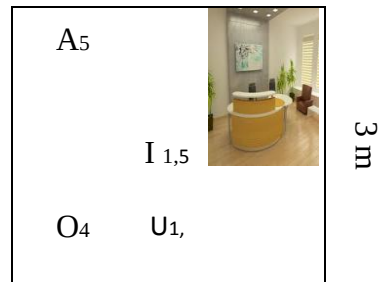


Área de venta



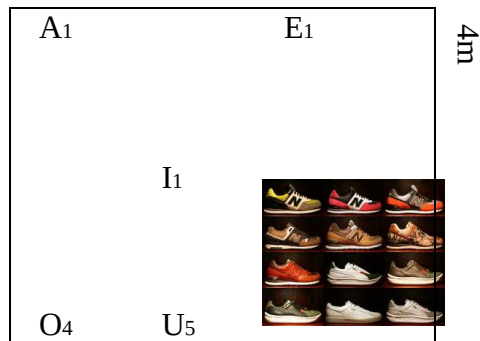
Área de recepción

2 m



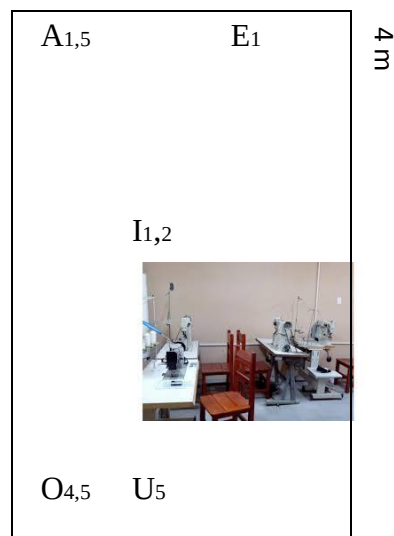
Bodega

4,5m



Producción 12m

3m



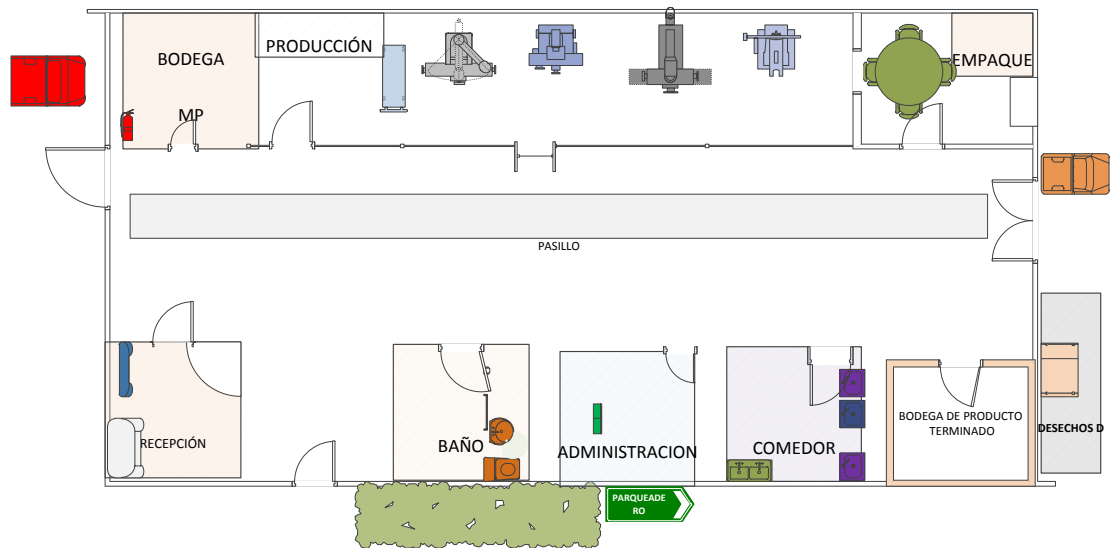
Baño

1,5 m



Plano

Esquema de la distribución de planta



4.03.03 Proceso Productivo

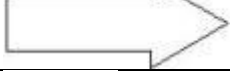
4.03.03.01 simbologías del diagrama de flujo

	Operación	Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físico,, mecánicos o químicos.
	Almacenamiento	Para materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Transporte	Es la acción de movilización de un sitio a otro algún elemento en determinada operación hacia otro lugar
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto terminado
	Demora	S se presenta generalmente cuando se presenta cuellos de botella en el proceso y ay que esperar para realizar la actividad.
	Operación combinada	Ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

4.03.03.02 Actividades

Actividad	Simbología	Detalles
Recepción de materia prima		Se realizar el pedido del materia prima al proveedor
Control de calidad		Al momento de recibir la materia prima se verifica la calidad de la materia prima .
Almacenamiento de materia prima		Se procede a almacenar en la bodega la materia prima, para que no se pueda dañar o ensuciar.
Enviar al área de producción		Cuando el área de producción lo requiera se envía para su uso.



Proceso de elaboración		
Recepción de materia prima		Se recibe la materia prima que envían desde la bodega verificando su buen estado.
Cortar el cuero		Se realiza los trazos y se procede a cortar las piezas.
Desbastado		Una vez que estén cortado las piezas se procede a desbastar es decir prepara los filos de las piezas para luego unir.
Costura		Una vez desbastado las piezas se cose y se empieza a unir las partes.
Pegado		Ya que estén unidas las piezas se pone pega amarilla para pegar las plantillas
Relleno		Se empieza a rellenar con esponja los talones del zapatito.
Acabados		Después se pone en la horma y luego llevar al horno para dar forma al zapato.
Secado		Una vez que sale del horno se pone a secar.
Control de calidad		Se verifica que el zapato tenga forma y estén bien hecho las costuras
Producto terminado		Se realiza los decorados finales y se puede empacar

Investigación de campo: Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año 2014

4.03.04 Cuadro de Activos

descripción	N° unidades	costos		total bruto
		costo unitario	costo total	
activos fijos				
Vehículo	1	12,000.00	\$ 12.000,00	
total vehículos		\$ 12,000.00	12,000.00	\$ 12,000.00
maquinaria y equipos				
Desbastadora	1	\$ 540,00	\$ 540,00	
Pastelón	1	\$ 8,00	\$ 8,00	



Máquina de coser	1	\$ 300,00	\$ 300,00	
Calzador	1	\$ 6,00	\$ 6,00	
Plancha de tol	1	\$ 11,00	\$ 11,00	
Hormas	4	\$ 13,00	\$ 52,00	
Tijeras	3	\$ 7,00	\$ 21,00	
Perforadora	4	\$ 8,00	\$ 32,00	
Sacabocado	2	\$ 3,00	\$ 6,00	
Martillo	2	\$ 8,00	\$ 16,00	
Descalzador	1	\$ 8,00	\$ 8,00	
Total maquinaria y equipo			\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
muebles y enseres				
mesad de corte	3	\$ 80.00	\$ 240.00	
Sillas	4	\$ 15.00	\$ 60.00	
Escritorio	1	\$ 85.00	\$ 85.00	
estantería	1	\$ 115.00	\$ 115.00	
total muebles y enseres			\$ 500.00	\$ \$ 500.00
equipo de computación				
computadora	1	\$710.00	\$ 710.00	
Impresora	1	\$ 90.00	\$ 90.00	
total equipo de computación			800.00	\$ 800.00
equipos de oficina				
calculadora	2	\$ 30.00	\$ 60.00	
grapadoras	1	\$ 20.00	\$ 20.00	
papel	4	\$ 5.00	\$ 20.00	
total equipo de oficina			100.00	100.00
total Activos				14,400.00

Investigación de campo: Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año 2014

Capítulo V

Estudio financiero

(BACA URBINA ,2006) determina que el estudio financiero determina cual es el monto de los recursos económicos necesario para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta(que abarque las funciones de producción, administración y ventas) , así también como otras serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica .
(pag.168)

5.01 Ingresos Operacionales

5. 01.01 Tiempos de Proceso

Tabla N°41

Tiempo de la producción de calzado

Tiempo de proceso				
ITEM	DESCRIPCION DEL PROCESO	ESTACION DE TRABAJO	TIEMPO UNI.	TIEMPO TOTAL
1	Corte	Mesa de corte	0:05:00	0:15:00
2	Desbastado	Maquina	0:05:00	0:30:00
3	Aparado	Mesa de corte	0:05:00	0:20:00
4	Costura	Maquina recta	0:15:00	0:15:00
5	Relleno	Mesa	0:03:00	0:03:00
	Secado	Mesa	1:00:00	0:60:00
6	Acabado	Mesa	0:15:00	0:15:00
7	Empaque	Mesa	0:02:00	0:02:00
Total de tiempo de producción				0:160:00min

Investigación de campo: Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año 2014

**5.01.01.02 Calculo de la Producción Anual****Tabla N°42****Producción por Trabajador**

Producción por trabajador					
trabajador	Minutos/día	Tiempo por par de zapatos	Producción diaria	Producción mensual	Producción anual
Trabajador 1	480	160:00	3	60	720
Trabajador 2	480	160:00	3	60	720
Trabajador 3	480	160:00	3	60	720
Trabajador 4	480	160:00	3	60	720
Trabajador 5	480	160:00	3	60	720
Total producción				300	3,600

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco ,año2014

La empresa FARY`S contara con cinco trabajadores en el área de producción; y cada uno de ellos producirá 5 pares de calzado diarios es decir 25 pares de zapatos diarios , dando un total de 562 pares mensual y 6,752 al año.

5.01.01.03 Materias Prima Directa (M.P.D)**Tabla N°43****Materia Prima Directa**

Materia prima por un par de calzado			
Materia prima	Cantidad utilizada por par de calzado	Costo unitario	Valor total
Cuero	1 par	1.40 el pie	\$1.40
Velcro	1	1.25	1.25
Esponja	1	0,75	0.75
Gamusón de cuero	1	0,90	0.90
Elástico	1	0.60	0.60
Tafilete o foro de cuero	1	0.90	0.90
Entretela blanca	1	0.75	0.75
Eva	1	0.85	0.85
Pega amarilla	1	0.50	0.50
Hilos	1	0.90	0.90
Caja	1	0.60	0.60
Total			\$ 9.40

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco ,año2014

APOYO AL SECTOR DEL CALZADO ARTESANAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE CALZADO INFANTIL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Cada par de calzado tiene contiene cuero, velcro ,esponja y demás materiales detallados anteriormente , dependiendo la talla en unos entra más material y en otros menos pero , como el cuero es para tallas pequeños no varía el costo .

Materia Prima Requerida Anualmente						
Producción mensual	Cantidad	Materia prima	Costo unitario	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
562.7	1	Cuero	1.40 el pie	\$1.40	787.78	9,453.36
562.7	1	Velcro	1.25	1.25	703.38	8,440.56
562.7	1	Esponja	0,75	0.75	422.03	5,064.36
562.7	1	Gamusón de cuero	0,90	0.90	506.43	6,077.16
562.7	1	Elástico	0.60	0.60	337.62	4,051.44
562.7	1	Tafilete o foro de cuero	0.90	0.90	506.43	6,077.16
562.7	1	Entretela blanca	0.75	0.75	422.03	5,064.36
562.7	1	Eva	0.85	0.85	478.29	5,739.48
562.7	1	Pega amarilla	0.50	0.50	281.35	3,376.20
562.7	1	Hilos	0.90	0.90	506.43	6,077.16
562.7	1	Caja	0.60	0.60	337.62	4,051.44
Total materia prima				\$ 9.40	5,289.39	63,472.65

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco ,año2014

5.01.01.04 Mano de Obra Directa (M.O.D)

Tabla N° 44

Mano de Obra Directa

Mono de Obra Directa						
Concepto	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total mensual	Total anual
Trabajador 1	340	28,33	28,33	26,49	423.15	5,077.80
Trabajador 2	340	28,33	28,33	26,49	423.15	5,077.80
Trabajador 3	340	28,33	28,33	26,49	423.15	5,077.80
Trabajador 4	340	28,33	28,33	26,49	423.15	5,077.80
Trabajador 5	340	28,33	28,33	26,49	423.15	5,077.80
Total MOD anual					\$ 2,115.75	\$ 25,389

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco ,año2014

MOD por par de calzado						
Concepto	Sueldo anual	Mes	Día	Hora	Minuto	160 min el par de calzado
Operadora	5,077.80	423.15	21.16	2.64	0.044	3.74

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco ,año2014

**5.01.01.05 Servicios básicos****Tabla N°45****Servicios Básicos**

Servicios Básicos					Producción 70%	Administración 20%	Ventas 10%
Concepto	Costo	Cantidad	Mensual	Anual	Anual	Anual	Anual
Agua	20	1	20	240	168	48	24
Luz	30	1	30	360	252	72	36
Teléfono	25	1	25	300		195	105
Internet	22	1	22	264		153	111
Total			97	1,164	420	468	276

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.01.01.05 Costo Indirecto de Fabricación

Servicio Básico						
Concepto	Anual	Mes	Día	Hora	Minuto	85:30 min el par de calzado
Servicio básico	1,164	97	4.85	0.61	0.01	0.85

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Materiales opcionales					
Concepto	Costo	Cantidad	Mensual	Anual	Anual \$
Tizas	0,85	-	-	-	0.85
Agujas	1,50	-	-	-	1.50
Borrador	0,75	1	5.00	60.00	45.00
Lápices	1,25	2	10.00	120.00	150.00
Total			15.00	180.00	197.35
Total material opcional por par de calzado					0.029

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Tabla N°46**Costos Indirectos de Fabricación**

CIF	
Detalle	Por par de calzado
Servicios Básicos	0.85
Materiales Opcionales	0.029
Total	0.88

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.01.01.07 Costo de Producción Unitario

Tabla N°47

Costo de Producción Unitario

Costo de producción unitario	
MPD	\$ 9.40
MOD	3.74
CIF	0.88
CUF	14,02

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.01.02. Ingresos

(BUENAVENTURA V,2011) dice que los ingresos son las entradas financieras que percibe la empresa por la actividad realizada .(pag.134)

Tabla N° 48

Ingresos Operacionales

Zapatos	
Costo de producción unitario	14,02
Utilidad 80%	11.22
P.V.P	25,24
Producción mensual	300
Ingreso mensual	\$ 7,572
Ingreso anual	\$ 90,864.00

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014



Tabla N° 49

Ingresos Proyectados

Ingresos proyectados			
Años	Ingreso actual	Tasa del sector manufacturero	Ingreso anual \$
(Año base)2014	\$ 90,864.00	-	90,864.00
2015	90,864.00	1,037	94,225.97
2016	94,225.97	1,037	97,712.33
2016	97,712.33	1,037	101,327.69
2017	101,327.69	1,037	105,076.81
2018	105,076.81	1,037	108,964.65

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.01.02 Ingresos no Operacionales

Este proyecto no cuenta con ingresos no operacionales, debido a que se dedica a una sola actividad comercial y esta unidad comercial es nueva.

5.02 Costos

(BACA URBINA ,2006) El costo se puede definir como un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.(pag.169)

5.02.01 Costo Directo

Tabla N° 50

Costo Directo

COSTO DIRECTO	
Materia prima	63,472.65
Mano de obra directa	25,389
Total costo directo (\$)	88,861.65

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.02.02 Costo Indirecto

Tabla N°51

Costo Indirecto

Costo Indirecto	
Agua potable	168
Luz	252
Materiales opcionales	197.35
Total costos indirectos	617.35

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.02.03 Gastos Administrativo

Gastos administrativos son los valores que se paga por las actividades de gestión de la microempresa e incluye el costo que está asociado para las funciones del personal.

Gastos administrativos							
Concepto	Cantidad	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total mensual	Valor anual
Gerente general	1	850	70,83	28,33	70,8	1,019.96	12,239.52
Secretaria	1	380	31,67	28,33	31.65	471.65	5659.8
Contador	1	400	33,33	28,33	33.32	494.98	5,939.76
Aux comercialización	1	340	28,33	28,33	28,32	424,98	5,099.76
Diseñador	1	380	31,67	28,33	31.65	471,65	5,659.8
Total	5	2,400	195,83	141,65	195,74	2,883.22	34,598.64

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Material de Aseo				
Concepto	Costo	Cantidad	Trimestral	Anual
Escoba	3	2	6	24
Recogedor de basura	2	1	2	8
Trapeador	4	1	4	16
Desinfectantes	8	1	5	40
Cloro	4	1	2	8
Ambientador	8	1	8	32
Total			22.50	128

Investigación de campo: Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año 2014

Concepto	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Suministros de oficina	\$17.00	\$17.00	\$204
Material de aseo	\$10,67	\$10,67	\$128
Servicio Básico	\$25	\$25	\$300
Total	52,67	52,67	\$632

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Tabla N°52

Gastos Administrativos

Proyección Gastos Administrativos							
Descripción	Inflación	2014 (año base)	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos de personal							
Gerente general	1,028	12,239.52	12,582.23	12,934.53	13,296.70	13,669.00	14,051.74
Secretaria	1,028	5,659.8	5,818.27	5,981.19	6,148.66	6,320.82	66,497.80
Contador	1,028	5,939.76	6,106.07	6,277.04	6,452.80	6,633.48	6,819.22
Aux comercialización	1,028	5,099.76	5,242.55	5,389.34	5,540.25	5,695.37	5,854.84
Diseñador	1,028	5,659.8	5,818.27	5,981.19	6,148.66	6,320.82	6,497.80
Total		34,598.64	35,567.40	36,563.29	37,587.06	38,639.49	39,721.40
Otros gastos							
Suministros de oficina	1,028	\$204	209,71	215,58	221,62	227,83	234,20
Material de aseo	1,028	\$128	131,58	135,27	139,06	142,95	146,95
Servicios básicos	1,028	\$300	308,4	317,04	325,91	335,04	344,42
Arriendo	1,028	1,400	1,439.2	1,479.50	1,520.92	1,563.51	1,607.29
Garantía	1,028	100,00	102,8	105,68	108,64	111,68	114,81
Total		2,132,00	2,191.70	2,253.06	2,316.15	2,381.00	2,447.67
Total gastos administrativos		36,730.64	37,759.1	38,816.35	39,903.21	41,020.49	42,169.07

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.02.04 Gastos de Venta

Son los recursos utilizados para las ventas, es el valor que ha incurrido para comercializar un bien o servicio.



Tabla N° 53

Gastos de Venta

Gastos de venta				
Concepto	Cantidad	Valor	Mensual	Anual
Servicios básico	1	18,50	18,50	222,00
Gasolina	14	1,5	21	252,00
Publicidad	1	15	15	180,00
Materia pop	1	25	25	300,00
Página web	1	12	12	144,00
Gigantografía	1	17	17	204,00
Total			108,50	1,302

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Tabla N°54

Proyección de Gastos De Venta

Proyección de gastos de ventas							
Descripción	Inflación	2013(año base)	2014	2015	2016	2017	2018
Servicios básicos	1,028	222,00	228,22	234,61	241,18	247,93	254,87
Gasolina	1,028	252,00	259,06	266,31	273,77	281,43	289,31
Publicidad	1,028	180,00	185,04	190,22	195,55	201,02	206,65
Material pop	1,028	300,00	308,04	317,04	325,91	335,04	344,42
Página web	1,028	144,00	148,03	152,18	156,44	160,82	165,32
Gigantografia	1,028	204,00	209,71	215,58	221,62	227,83	234,20
Total		1,302.00	1,338.00	1,376.00	1,414.00	1,454.00	1,494.00

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.02.05 Proyección de Costos Fijos y Variables

Tabla N°55

Proyección de Costos Anuales

Proyección de costos anuales (En dólares)						
N°	Detalle	Años				
		1	2	3	4	5
	Costo totales (1 +2)	64,924.31	66,656.6	69,188.67	70,773.68	972,677.22
1	Costo fijo	39,355.31	40,371.67	41,416.5	42,223.89	43,328.04
	Depreciación	2,986.67	2,986.67	2,986.67	2,720	2,720
	Amortización de inversión diferida	70	70	70	70	70
	Arriendos	1,400	1,439.2	1,479.50	1,520.92	1,563.51
	Sueldos administrativos	34,598.64	35,567.40	36,563.29	37,587.06	38,639.49
	Servicios básicos	\$300	308,4	317,04	325,91	335,04
2	Costo variable	25,569.00	26,284.93	27,772.17	28,549.79	29,349.18
	Mano de obra	25,389	26,099.89	27,581.95	28,354.24	29,148.16
	Publicidad	180,00	185,04	190,22	195,55	201,02
	Ventas	94,225.97	97,712.33	101,327.69	105,076.81	108,964.65

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014



5.03 Inversiones

5.03.01 Cuadro de Inversiones

Tabla N°56

Cuadro de Inversiones

Inversión			
Concepto	Uso de fondos	Recursos	Recursos
		propios	Financiados
Inversión en activos fijos			
Vehículos	\$ 12,000.00	\$12,000.00	\$0.00
Maquinaria y equipo	\$1000.00	\$0,00	\$1000.00
Muebles y enseres	500.00	\$0,00	500.00
Equipos de computación	800.00	\$0,00	800.00
Equipos de oficina	100.00	\$0,00	100.00
Total de activos fijos	14,400.00	12,000.00	2,400.00
Activo diferido			
Gastos de constitución	150,00	150,00	\$0.00
Estudio de factibilidad	200,00	200,00	\$0.00
Total de activos diferidos	350,00	350,00	\$0.00
Capital de operación o de trabajo			
Costo de producción	2000.00	2000.00	\$0.00
Gastos administrativos	2500.00	2500.00	\$0.00
Gastos de venta	350.00	350.00	\$0.00
Total de capital de operación	4,850	4,850,00	\$0.00
Total de inversión	19,600.00	17,200.00	2,400.00
Participación	100%	87,8%	12.2%

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Análisis

Como se puede observar la inversión total será de \$19,600 de lo cual el 87,8% es de recursos propios mientras que el 12,2% será financiado a través de un préstamo.

5.03.02 Amortización de Financiamiento

Tabla 57: Amortización del Préstamo

Tabla de amortización del préstamo					
Banco Pichincha					
Capital	2,400.00	 BANCO PICHINCHA En confianza.			
Tasa de interés	11,83%				
Plazo	2 años				
Forma de pago	Semestral				
Periodo	Capital	Interés	cuota de pago	valor a pagar	Saldo
0	\$2,400				\$2,400.00
1	\$ 2.400,00	\$ 141,96	\$ 600,00	\$ 741,96	\$ 1.800,00
2	\$ 1.800,00	\$ 106,47	\$ 600,00	\$ 706,47	\$ 1.200,00
3	\$ 1.200,00	\$ 70,98	\$ 600,00	\$ 670,98	\$ 600,00
4	\$ 600,00	\$ 35,49	\$ 600,00	\$ 635,49	\$ -

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Análisis

El financiamiento se lo realizara por la cantidad de \$ 2,400 a una tasa de interés del 11%, 83,la forma de pago será semestral por dos años.

5.03.02.01 Amortización Diferido

Tabla N°58

Amortización del Diferido

Amortización						
Concepto	Valor total	Vida del proyecto	Valor anual	Años amortización	Amortización acumulada	Saldo
Gastos de constitución	150,00	5	30	5	150,00	0,00
Estudio de factibilidad	200,00	5	40	5	200,00	0,00
Total			70		350,00	

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.03.03 Depreciaciones

Tabla N°59

Depreciaciones

Depreciaciones							
Activo	Valor de compra	Vida del proyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	\$ 12,000.00	5	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Maquinaria	\$1000.00	5	200	200	200	200	200
Muebles y enseres	500.00	5	100	100	100	100	100
Equipos de computación	800.00	5	266.67	266.67	266.67		
Equipo de oficina	100.00	5	20	20	20	20	20
Valor total			2,986.67	2,986.67	2,986.67	2,720	2,720

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

**5.03.04 Estado de Situación Inicial****Tabla N°60****Estado de Situación Inicial**

FARY`S			
Estado de situación inicial			
Activos			
activo corriente			\$ 0,00
Bancos		\$	
activo fijo			\$ 14,400.00
Vehículo		\$ 12,000.00	
maquinaria y equipos		\$1000.00	
muebles y enseres		500.00	
equipo de computo		800.00	
equipo de oficina		100.00	
activo diferido			\$ 350.00
gastos de constitución		\$150.00	
Estudio de factibilidad		200,00	
total activos			\$ 14,750.00
Pasivos			2,400.00
pasivo corriente		2,400.00	
total pasivos			\$ 2,400.00
Patrimonio			12,000.00
Capital		\$ 14,750.00	
total patrimonio			\$ 14,750.00
total pasivo + patrimonio			\$ 14,750.00

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.03.05 Estado de Resultado Proyectado

(BACA URBINA, 2006) Define que la finalidad del análisis del estado de resultado o de pérdida y ganancia es calcular la utilidad neta y los flujos netos de

efectivo del proyecto, que son en forma general, el beneficio real de la operación de la planta. pag.(181)

Tabla N°61

Estado de Resultados Proyectados

Estado de resultados proyectados						
Descripción	2014(año base)	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas		94,225.97	97,712.33	101,327.69	105,076.81	108,964.65
(-)costo de producción		41,089.31	42,153.77	43,249.02	44,107.21	45,264.49
(=)utilidad bruta en gastos		53,136.66	55,558.56	58,078.67	60,969.6	63,700.16
(-) gastos administrativos		36,730.64	37,759.1	38,816.35	39,903.21	41,020.49
(-)gastos de venta		1,302.00	1,338.00	1,376.00	1,414.00	1,454.00
(-) depreciaciones		2,986.67	2,986.67	2,986.67	2,720	2,720
(-) amortizaciones		70	70	70	70	70
(=)utilidad operacional		12,047.35	13,404.79	14,829.65	16,862.39	18,435.67
(-) gastos financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) otros ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) utilidad antes de part. e imp.		12,047.35	13,404.79	14,829.65	16,862.39	18,435.67
(-) 15% participación trabajadores		1,807.10	2,010.72	2,224.45	2,529.36	2,765.35
(=)utilidad antes de impuestos		10,240.25	11,394.07	12,605.2	14,333.03	15,670.32
(-) 22 % de impuesto a la renta		2,252.86	2,506.70	2,773.14	3,153.27	3,447.47
(=) utilidad neta del ejercicio		7,987.39	8,887.37	9,832.06	11,179.76	12,222.85

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.03.06 Flujo de Caja Proyectado

Flujo de caja es uno de las partes más importantes porque se puede determinar una valoración financiera para toda la microempresa, el cálculo de flujo de caja se realiza con la finalidad de evaluar los fondos disponibles de efectivo de la organización que cubre el costo del proyecto.



Tabla N°62

Flujo de Caja Proyectado

Flujo de caja proyectado						
Descripción	2014 (año base)	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas		94,225.97	97,712.33	101,327.69	105,076.81	108,964.65
(-) costo de producción		41,089.31	42,153.77	43,249.02	44,107.21	45,264.49
(=) utilidad bruta en gastos		53,136.66	55,558.56	58,078.67	60,969.6	63,700.16
(-) gastos administrativos		36,730.64	37,759.1	38,816.35	39,903.21	41,020.49
(-) gastos de ventas		1,302.00	1,338.00	1,376.00	1,414.00	1,454.00
(-) depreciaciones		2,986.67	2,986.67	2,986.67	2,720	2,720
(-) amortizaciones		70	70	70	70	70
(=)utilidad operacional		12,047.35	13,404.79	14,829.65	16,862.39	18,435.67
(-)gastos financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) otros ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) utilidad antes de part. e imp.		12,047.35	13,404.79	14,829.65	16,862.39	18,435.67
(-) 15% participación trabajadores		1,807.10	2,010.72	2,224.45	2,529.36	2,765.35
(=)utilidad antes de impuestos		10,240.25	11,394.07	12,605.2	14,333.03	15,670.32
(-) 22 % de impuesto a la renta		2,252.86	2,506.70	2,773.14	3,153.27	3,447.47
(=) utilidad neta del ejercicio		7,987.39	8,887.37	9,832.06	11,179.76	12,222.85
(+) depreciaciones activo		2,986.67	2,986.67	2,986.67	2,720	2,720
(+) amortización del intangible		70	70	70	70	70
(-)deuda	2.400,00					
(-)amortización de la deuda		-1,448.43	-1,306.47			
(-) compra de activo fijo		0	0	0	0	0
Inversión inicial	19,600.00					
(-) capital de trabajo	4,850					
(=) flujo de caja de periodo	14,750.00	9,595.63	10,637.57	12,888.73	13,969.76	15,012.85

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

5.04 Evaluación Financiera

Luego de haber realizado el estudio financiero se procederá a la evaluación financiera que permite conocer si el proyecto es viable y rentable a la vez, en base a determinados indicadores financieros.

Objetivo de la evaluación financiera

- Determinar la viabilidad del proyecto
- Calcular la rentabilidad del proyecto
- Obtener elementos de juicio necesario para la toma de decisiones de ejecutar o no el proyecto estudiado.

5.04.01 Tasa de Descuento

Es la suma de la tasa activa más la tasa pasiva

$$\text{Tasa activa} + \text{Tasa pasiva} = \text{TMAR}$$

Tabla N° 63

Tasa de Descuento

TMAR	
Concepto	Porcentaje
Tasa activa	11,83
Tasa pasiva	4,53
TMAR	16,36%

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año 2014

**5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)**

(BACA URBINA ,2006) Señala que el VAN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (pág. 221)

Además podemos decir que el van es viable cuando es mayor de uno y no es viable cuando es menor de uno.

$$van = inversion\ inicial + \sum_{i=1}^n FE (1 + i)^{-n}$$

Tabla N°64**Valor Actual Neto**

Calculo del VAN	
Año	Flujo de efectivo
Tasa	16,36%
Inversión	19,600.00
Año 2015	9,595.63
Año 2016	10,637.57
Año 2017	12,888.73
Año 2018	13,969.76
Año 2019	15,012.85
Van	\$ 19.342,23

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Análisis

Como se puede ver, el proyecto en su vida útil tiene un valor actual neto de \$19.342,23 de una inversión de \$19.400,00 por lo tanto el indicador es aceptable.

**5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)**

(BACA URBINA, 2006) señala que la TIR es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. (pag.224)

$$TIR = \frac{VAN +}{VAN + + VAN -} * Diferencia entre tasas + tasa del VAN(+)$$

Tabla N° 65**Tasa Interno de Retorno**

Calculo de la TIR	
Concepto	Valor
Inversión	19,600.00
Año 2015	9,595.63
Año 2016	10,637.57
Año 2017	12,888.73
Año 2018	13,969.76
Año 2019	15,012.85
TIR	50%

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Análisis

Se puede observar que la TIR tiene un valor de 50% lo cual indica que el proyecto es viable, ya que está dentro de los parámetros establecidos.

5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

Como su propio nombre indica, es el tiempo (año, meses y días) de recuperación en el cual el inversionista recuperar el valor invertido.

Tabla N°66

Periodo de recuperación de la Inversión

Año	flujo actualizado	flujo acumulado
inversión inicial	\$ 19.600,00	
2015	\$ 8.246,50	\$ 8.246,50
2016	\$ 7.856,61	\$ 16.103,11
2017	\$ 8.180,86	
2018	\$ 7.620,34	
2019	\$ 7.037,92	
3,496.89		
Regla de tres		
8,180,86	12	
3,496.89	x	=5,13 0.13*30=4
PRI= 2 años, 5 meses y 4 días		

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Análisis

El tiempo para recuperar la inversión será de 2 años 5 meses y 4 días, lo que significa que el proyecto es rentable.

5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

Permite determinar la ganancia que el gestor del proyecto obtiene por cada dólar de inversión, es el resultado de la sumatoria de los flujos actualizados para el total invertido. (PYMES FURO, 2007)

$$R^c_b = \frac{\Sigma \text{ flujos actualizados}}{\text{inversion}}$$

Tabla N° 67 Relación Costo Beneficio

Ganancia por dólar	
Años	Flujos actualizados
2015	9,595.63
2016	10,637.57
2017	12,888.73
2018	13,969.76
2019	15,012.85
Suma total	62,104.54
Ganancia por cada dólar invertido	\$ 3,17

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año 2014

Análisis

Según los datos se puede observar que por cada dólar que se invierte se obtiene \$2,17 de ganancia.

5.04.06 Punto de Equilibrio

(BACA URBINA ,2006) Determina que el punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.(pag.180)

Proyección de Costos Anuales						
Nº	Detalle	Años				
		1	2	3	4	5
	Costos totales (1+2)	64,924.31	66,656.6	69,188.67	70,773.68	972,677.22
1	Costos fijos	39,355.31	40,371.67	41,416.5	42,223.89	43,328.04
	Depreciación	2,986.67	2,986.67	2,986.67	2,720	2,720
	Amortizaciones de inversión diferida	70	70	70	70	70
	Arriendos	1,400	1,439.2	1,479.50	1,520.92	1,563.51
	Sueldos administrativos	34,598.64	35,567.40	36,563.29	37,587.06	38,639.49
	Servicios básicos	\$300	308,4	317,04	325,91	335,04
2	Costos variables	25,569.00	26,284.93	27,772.17	28,549.79	29,349.18
	Mano de obra	25,389	26,099.89	27,581.95	28,354.24	29,148.16
	Publicidad	180,00	185,04	190,22	195,55	201,02
	Ventas	94,225.97	97,712.33	101,327.69	105,076.81	108,964.65

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

COSTO FIJO

P.E=-----

COSTO VARIABLE

1- -----
VENTAS

Tabla N°68

Punto de Equilibrio

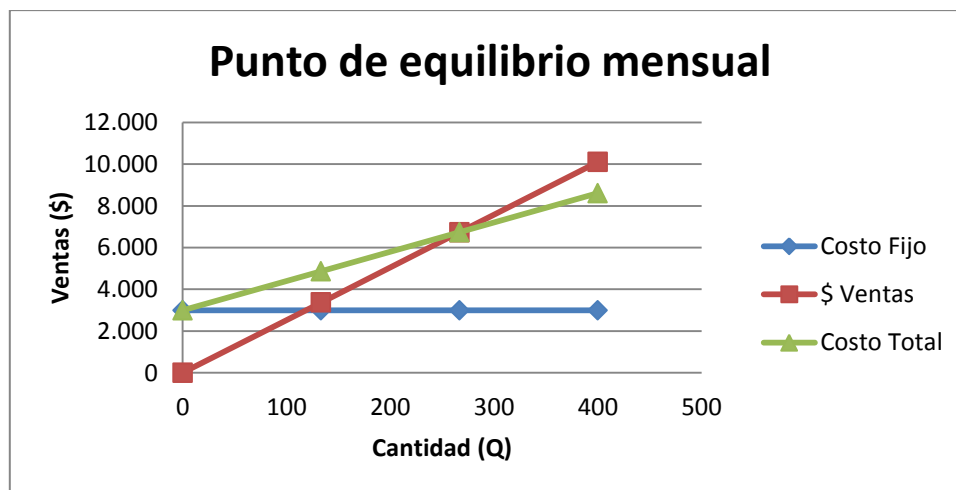
Datos iniciales	
Precio venta	25,24
Coste unitario	14,02
Gastos fijos mes	2,991.72
Pto.Equilibrio	267
\$ ventas equilibrio	6,730

Datos para el gráfico				
Datos para el gráfico		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q ventas	0	133	267	400
\$ ventas	0	3.365	6.730	10.095
Costo variable	0	1.869	3.738	5.607
Costo fijo	2.992	2.992	2.992	2.992
Costo total	2.992	4.861	6.730	8.599
Beneficios	-2.992	-1.496	0	1.496
Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender 267 unidades mensuales				

Investigación de campo; Rosa Alexandra Quishpe Churaco, año2014

Figura N° 25

Punto de Equilibrio



5.04.07 Análisis de Índices Financieros

(BACA URBINA ,2006) Este es el tipo de análisis no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no están relacionados en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica , sino con la evaluación financiera de la empresa.(pag.232)

5.04.06.01 Razones de endeudamiento

La Razón de Endeudamiento mide la intensidad de toda la deuda de la empresa con relación a sus fondos, mide el porcentaje de fondos totales proporcionado por terceros.

Razones de endeudamiento = total pasivo / total activo

Razones de endeudamiento = 2,400.00 / 14,750.00

Razones de endeudamiento = 0,16

Análisis: el grado de endeudamiento con recursos de terceros es de 16%, la misma que está dentro de los parámetros normales.

5.04.06.02 ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)

ROE = Utilidad neta / patrimonio

ROE= 7,987.39 / 12,000.00

ROE= 0,67

Análisis: La rentabilidad sobre el patrimonio es de 67% lo significa que el patrimonio en los próximos va a ir creciendo.

5.04.06.03 ROI (Rentabilidad sobre la inversión)

Es una razón financiera que compara el beneficio o la utilidad obtenida en relación a la inversión realizada.

$$\text{ROI} = \text{Utilidad neta} / \text{Inversión}$$

$$\text{ROI} = 7,987.39 / 19,600.00$$

$$\text{ROI} = 0,41$$

Análisis: La rentabilidad sobre la inversión es de 41 % , el mismo q se encuentra dentro de los parámetros establecidos.

5.04.06.04 ROA (Rentabilidad sobre el activo)

$$\text{ROA} = \text{Utilidad neta} / \text{total activos}$$

$$\text{ROA} = 7,987.39 / 14,750.00$$

$$\text{ROA} = 0,54$$

Análisis: La rentabilidad sobre el activo es de 54% el mismo que significa que el activo genera una buena rentabilidad para la microempresa.

Capítulo VI

Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

FARY'S es una microempresa en la cual, la producción es en su mayoría es elaborada manualmente, motivo por el que los impactos ambientales negativos son mínimos.

La poca maquinaria utilizada es de bajo voltaje, esto implica que la energía eléctrica utilizada es mínima contribuyendo de esta manera con una de las campañas más pronunciadas en esta época, que es el bajo consumo eléctrico.

Los desechos sólidos generados por FARY'S en su totalidad son sobrantes de cuero, que son aprovechados para fabricar el valor agregado del calzado, unos agradables llaveros que utilizan el 80% del material sobrante, el 20% restante será donado a pequeños artesanos que se dedican a la fabricación de cojines, los mismos que son rellenos con el material reciclado de FARY'S.

De la misma manera las cajas en las cuales se empaqueta el producto final, están fabricadas de material reciclado, el mismo que luego de ser desempaquetado, puede ser nuevamente reciclado, de esta forma los desperdicios tóxicos generados son nulos contribuyendo así de una manera positiva con la conservación del medio ambiente.

6.02 Impacto Económico

La microempresa FARY'S está conformada en su mayoría por mujeres que han cesado sus actividades laborales, y han optado por mejorar los ingresos de sus respectivas familias montando un negocio rentable.

La experiencia y larga trayectoria en el área manufacturera del calzado con la que cada una de sus integrantes cuenta, garantiza una rápida inserción en el mercado del sector, el mismo que ha sido estudiado y en el cual no se avista impedimentos.

Con todas estas garantías la microempresa FARY'S generara un amplio crecimiento económico en la familias de las personas inversoras, al mismo tiempo se convierte en una fuente de empleo digna y con todos sus beneficios, logrando así convertirse en una fuente generadora de ingresos, contribuyendo de manera positiva al desarrollo del sector norte de la capital.

Comercialmente, el objetivo es en un principio expandirse a nivel local, y progresivamente incursionar en el mercado nacional, ofreciendo un producto llamativo y de alta calidad.

6.03 Impacto Productivo

Uno de los principales objetivos del gobierno nacional para sustentar la economía del país, es impulsar la producción nacional, y obtener un producto nacional de calidad apoyado con el valor agregado, de modo que se incrementen en un gran porcentaje las posibilidades de exportación.

El plan nacional del buen vivir contempla el cambio de la matriz productiva, favoreciendo enormemente a la producción nacional, ya que da valor y prioridad al producto "ECHO EN ECUADOR", esto impulsa al crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

FARY'S, nace como una microempresa con grandes ambiciones de crecimiento, del esfuerzo puesto en dicha empresa se obtiene un producto final que abarca los estándares de calidad, fabricado en un 90% con materia prima nacional, que brinda comodidad, seguridad y elegancia al consumidor final, con estos antecedentes se puede asegurar que producto es apto para la exportación y con ello el impacto productivo del sector, será positivo.

De la misma manera que las demás empresas ubicadas en el sector, (Carcelén Industrial) FARY'S será un ente importante para el desarrollo, no solo de las familias que se benefician directamente, sino para para la zona en la cual se encuentra asentada, con la situación inicial y las proyecciones a futuro podemos asegurar que la influencia que tendrá la microempresa en el sector productivo tendrá buenos resultados.

6.04 Impacto Social

La creación de nuevas fuentes de trabajo, brinda oportunidades de progreso para las familias, tanto de los empleados, como para las familias de las personas involucradas directamente con el proyecto, y las proyecciones de crecimiento a futuro, garantiza el bienestar de los mismos.

Con un buen manejo de las relaciones humanas y laborales, el cumplimiento cabal de las leyes y normas que impone el ministerio de trabajo y el respeto que se debe implantar entre el personal de la microempresa se lograra un ambiente agradable en la misma, motivo por el cual podemos asegurar el bienestar social de todos los involucrados y de sus semejantes.

La sociedad como tal se conforma por una gran cantidad de personas las mismas que están relacionadas por diferentes causas que de alguna manera la mantienen unida, FARY'S como organización se ve en la obligación de preservar y si fuere posible mejorar dichas relaciones entre las personas, con lo ya propuesto se tiene la plena confianza que en este campo no se tendrá impacto negativo alguno, al contrario de ello se espera poder influir positivamente para la mejora en la sociedad.

Capítulo VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Capítulo I

Los antecedentes y la justificación indican las bases de información acerca del sector artesanal de la producción y comercialización de calzado infantil semi ortopédico especialmente para niño de 0 a 12 meses de edad, siendo este el conocimiento primordial para el desarrollo de toda la investigación necesaria.

Capítulo II

En el análisis situacional se puede determinar y analizar el ambiente interno y externo de la empresa, lo cual en el análisis FODA se puede observar que tanto las fortalezas como las oportunidad de FARY`S son mayores a sus debilidades y amenazas.

Capítulo III

En el estudio del mercado arrojó resultados favorables sobre la aceptación del producto que se ofrece, lo cual muestra que tendrá una demanda favorable para el proyecto.

Capítulo IV

En el estudio técnico se determinó la capacidad de la planta, su localización óptima y la ingeniería del producto, el cual se puede concluir que la microempresa FARY`S se encuentra ubicada en el sector óptimo para la comercialización de sus productos, al igual contará con toda la infraestructura requerida para su buen funcionamiento.

Capítulo V

En el estudio y evaluación financiera se pudo determinar que el proyecto es viable y rentable de acuerdo a los resultados obtenidos ya que se obtuvo el **Van de** \$ **19.342,23** lo es aceptable y una **TIR de 50%**; de igual manera el tiempo para recuperar la inversión será de 2 años 5 meses y 4 días, lo que significa que el proyecto es rentable

Capítulo VI

Con respecto a los impactos económico, social, ambiental y productivo pues la microempresa FARY`S contribuirá favorablemente tanto para la sociedad como para el desarrollo y mejoramiento del sector de calzado y del país.

7.02 Recomendaciones

Una vez culminada la investigación las recomendaciones son las siguientes:

- Es recomendable que el proyecto sea implantado y puesto en marcha ya que cuenta con los recursos necesarios para que se cumpla el objetivo planteado.
- La empresa debe realizar investigaciones constantes para ir mejorando los productos y estar a la altura de la competencia y mantenerse en el mercado.
- Cumplir con todas las disposiciones legales para no tener inconvenientes a futuro
- Buscar canales de distribución seguros y dar un buen servicio a los consumidores que son importantes para la microempresa FARY`S.
- También es necesario recordar manejar los recursos financieros con mucha cautela para el buen funcionamiento de la microempresa FARY`S y pueda crecer y ser líder en el mercado del calzado.



Bibliografía

- BACA URBINA, G (2006). Evaluación del proyecto. McGRAWHILL/INTERAMERICANA EDITORIALES S.A
- BUENAVENTURA V,(2011) Finanzas internacionales
- CHURRION J, 2001. economía
- DIAZ DE RADAL. V, (2001) diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial. ESIC.
- FLORES URIBE,J.A (2006) proyecto de investigación para las pymeS .Bogotá: ECOE
- (FALCÓN Y HERRERA, 2005) Analisis del ato estadístico, Universidad Bolivariana de Venezuela,Caracas
- GUEVARA SAMANIEGO, J.A. (2013) tasa de interés pasiva .quito
- KOTLER, BLOOM Y HAYES,(2004) el estudio de mercado
- ORTIZ HERNAN L. (2009) balanza comercial, México
- OVANDO,J, (2000). La demanda ,elementos de microeconomía
- PARKIN,M (2007) ECONOMIA . sexta edición. Nacualpan de juarez, Mexico: PERSON.
- PHILIP KOTLER.(2004) el marketing de servicios profesionales, Paidós Ibérica S.A.EE.UU
- (PAÚL SAMUEL 2012)Según .La oferta es la relación entre la cantidad ofertada



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

- RODRÍGUEZ MOGUEL, E ,2005) METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. México: universidad Juárez autónoma de tabasco
- TAMAYO , (1997), "La población
- (ROSALES POSAS,R,(2007) Formulación y evaluación de proyectos ,San José : EUNED.

LINKGRAFIAS

- ZURITA NARVÁEZ - 2012
www.sapatosite.com.br/espanhol/opcoes/historia.htm
- H.JÁCOME - 2011
www.flacso.org.ec/portal/.../s6vbaqytnbmqi5yec4c57yz83byz62.pdf
- H JÁCOME 2011 -
www.flacso.org.ec/portal/.../wgksn2ckftv2mex9rh3s2uijscz1z8.pdf
- . PYMES FUTURO,(2007)
- ww.mugaritz.com/en/...de...futuro...pyme.../co-1276457224/
- www.sapatosite.com.br/espanhol/opcoes/historia.htm 2000
- www.galeriaartesanos.blogspot.com 2014

ANEXOS Nº1

FOTOS DE LOS ZAPATOS

CASUAL NIÑOS



NIÑAS



DEPORTIVOS

NIÑAS



NIÑOS



SANDALIAS

NIÑAS



NIÑOS





INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

ANEXOS Nº2

Declaración de la Patente

DECLARACIÓN DE PATENTE



Sistema Impositivo Municipal de Quito

Contribuyente: RUC, Dirección principal, Nro. RAET, Fecha de Nacimiento, C. Identidad, Teléfono, Inicio Actividades

EXONERACIONES

DECLARACIÓN

Año de Declaración: 2013 >> Con datos del Ejercicio Fiscal 2012

ACTIVIDAD ECONOMICA EN CADA ESTABLECIMIENTO

1. VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y PROGRAMAS DE COMPUTADORA

☒ El establecimiento funcionó todo el año

☒ Nueva actividad económica en el establecimiento

2. [Actividad económica]

☒ El establecimiento funcionó todo el año

☒ Nueva actividad económica en el establecimiento

Calcular **Regresar**

La actividad económica seleccionada aparece en el formulario.

Clic, si el establecimiento realiza otras actividades, y seguir el mismo procedimiento.

Clic en el botón "Calcular" para ver los valores a pagar.

INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

ANEXO N°3

Actividades Económicas (LUAE)

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE LAS
ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) No. 0062277

EL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y EL MINISTERIO DEL INTERIOR, CONFIEREN LA PRESENTE LICENCIA

Número Licencia	38727	Número Patente	213673
Razón Social	MINDO BIRDTOURS CIA. LTDA.	Número RUC	1792093406001
Nombre Comercial	MINDO BIRDTOURS CIA. LTDA.	Procedimiento	Ordinario - CATEGORIA 2
Número Trámite	2013LUA039050	Predio Local	124974
Dirección	BRASIL N45-213 ZAMORA()	Número ICUS	0
Actividad Económica	CIIU: ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJE: SUMINISTRO DE INFORMACION, ASESORAMIENTO Y PLANIFICACION EN MATERIA DE VIAJES, ORGANIZACION DE EXCURSIONES, ALOJAMIENTO, TRANSPORTE PARA VIAJANTES Y TURISTAS, SUMINISTROS DE BILLETES DE VIAJE, ETC.		
Actividad Económica Específica	AGENCIAS DE VIAJES		

AUTORIZACIONES ADMINISTRATIVAS INCLUIDAS EN LA PRESENTE LUAE **VIGENCIA HASTA:** 2013-12-31

PATENTE MUNICIPAL
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE BOMBEROS 63022
PERMISO TURISTICO Registro Turistico: 17015010092 Actividad: Agencias de Viajes y Turismo Tipo: Agencia de Viaje Categoría: Operadora
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

LA PRESENTE LICENCIA NO EXIME AL ESTABLECIMIENTO DE POSIBLES SANCIONES POR DESACATO A LAS ORDENANZAS METROPOLITANAS VIGENTES

La presente LUAE podrá ser extinguida por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido emitida sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables.
El establecimiento queda sujeto a supervisiones periódicas de las condiciones de funcionamiento.
Este documento debe exhibirse obligatoriamente en un lugar visible.

Quito, 20 de Agosto del 2013

MUNICIPIO DE QUITO

MDMQ
Arq. FERNANDO MAURICIO LARA J. (NORTE)

IMP 1234-01