



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
ZAPATOS CON SUELAS DESMONTABLES, UBICADO EN
COTOCOLLAO, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019.**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Cadena Barreno Nathaly Lizbeth

Director: Ing. Andres Analuisa

Quito, 2019

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 22 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) CADENA BARRENO NATHALY LIZBETH, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS CON SUELAS DESMONTABLES, UBICADO EN COTOCOLLAO, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO , AÑO 2019, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRES

Tutor de Proyectos



PIMBO BASTIDAS ANGELA MARÍA

Lector de Proyectos



SALAS JIMENEZ FRANCISCO

Delegado Unidad de Titulación



BURGA JADAN MARIA FERNANDA

Directora de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBÍ
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pag.Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15-163 y Yacuambí (esq.) Telf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Yacuambí Oe2-36 y Bracamoros Telf.: 2249994

DECLARATORIA

Declaro que la Investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado en 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.



Cadena Barreno Nathaly Lizbeth

C.I. 1751419951

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Cadena Barreno Nathaly Lizbeth** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1751419951** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS CON SUELAS DESMONTABLES, UBICADO EN COTOCOLLAO, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA
NOMBRE
CÉDULA



Cadena Barreno Nathaly Lizbeth
1751419951

AGRADECIMIENTO

Al Institución Tecnológico Superior Cordillera por haberme abierto las puertas al conocimiento y a todos los docentes que aportaron con mi crecimiento profesional.

A mi tutor por su buena coordinación al Ing. Andres Analuisa, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar y a todas las personas que una u otra forma aportaron ha este proyecto.

DEDICATORIA

Primeramente, agradecerle a mi Dios por darme la bendición por seguir adelante, y a mi madre que a pesar de todo ha estado conmigo en las buenas y en las malas por ser como es, con esa paciencia y carisma de atención y a mi padre que no se encuentra entre nosotros por los buenos valores que me ha dado, que fue el motor de mi vida por ser hecho y derecho por darme consejos y por ello soy la persona que soy, y a mi familia en sí que, aunque sea un pedacito de apoyo me pudieron brindar.

Natalia y Jaime

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT	xix
CAPÍTULO I	1
1. Introducción	1
1.01. Justificación	1
CAPÍTULO II	4
2. Análisis Situacional	4
2.01 Ambiente Externo	4
2.01.01 Factor Económico	4
2.01.01.01 El Producto Interno Bruto (PIB)	4
2.01.01.02 PIB Sectorial	5
2.01.01.03 Inflación	6
2.01.01.04 Inflación por Ciudades	7
2.01.01.05 Tasa de Riesgo País	8
2.01.01.06 Tasa de Interés	10
2.01.01.07 Tasa de Interés Activa	10
2.01.01.08 Tasa de Interés Pasiva	11

2.01.2 Factor Social	12
2.01.02.01 Población Económicamente Activa.....	13
2.01.02.02 Empleo.....	14
2.01.02.03 Desempleo	15
2.01.03 Factor Legal.....	17
2.01.03.01 Permisos.....	17
2.01.04 Factor Tecnológico.	18
2.02 Entorno Local.	19
2.02.01 Clientes.	19
2.02.02 Proveedores.	19
2.02.03 Competidores.....	20
2.03 Análisis FODA	20
2.04.01 Misión.....	22
2.04.03 Objetivo.	23
2.04.03.01 Objetivo General.....	23
2.04.03.02 Objetivo Específico.	23
2.04.04 Principios y Valores.....	23
2.04.05. Gestión Administrativa.....	23
2.04.05.01 Organigrama Administrativa	24
2.04.05.02 Manual de Funciones.....	24
2.04.07 Gestión Comercial.....	25
2.04.07.01 Organigrama Comercial	26
2.04.07.02 Manual de Funciones.....	26
2.04.07.03 Marketing Mix.....	26
CAPÍTULO III	31
3. Estudio de Mercado.....	31

3.02 Demanda.....	42
3.02.01 Demanda Histórica	43
3.02.02 Demanda Actual	43
3.02.03 Demanda Proyectada.....	44
3.03.01 Oferta Histórica	45
3.03.02 Oferta Actual	45
3.03.03 Oferta Proyectada	45
3.04 Productos Sustitutos	46
3.04.01 Oferta Historica	46
3.04.02 Oferta Actual	47
3.04.03 Oferta Proyectada	47
3.05 Balance Oferta -Demanda	47
3.05.01 Balance Actual.....	47
3.05.02 Balance Proyectado	48
CAPÍTULO IV	49
4. Estudio Técnico	49
4.01 Tamaño del Proyecto	49
4.01.01 Capacidad Instalada.....	49
4.01.02 Capacidad Óptima	50
4.02 Localización.....	50
4.02.01 Macro- Localización.....	50
4.02.02 Micro- Localización	51
4.02.03 Localización Óptima.....	52
4.03 Ingeniería del Producto.....	53
4.03.01 Definición del Bien y Servicio.	54
4.03.02 Distribución de la Planta.....	54

4.03.03 Proceso Productivo	56
4.03.04 Maquinaria.....	57
4.03.05 Equipos	58
CAPÍTULO V.....	58
5.Estudio Financiero.....	59
5.01 Ingresos.....	59
5.01.01 Ingresos Operacionales.....	59
5.01.02 Ingresos no Operacionales.....	59
5.02 Costo.....	59
5.02.01 Costo Directo.....	60
5.02.01.01 Materia Prima	60
5.02.01.02 Mano de Obra	61
5.02.02 Costo Indirecto	62
5.02.03 Gasto Administrativo.....	63
5.02.04 Gasto ventas.....	64
5.02.05 Costos Financieros.....	64
5.02.06 Costos Fijos y Variables	65
5.03 Inversiones.....	66
5.03.01 Invesion Fija	66
5.03.02 Activos Fijos.....	66
5.03.03 Activos Nominales	67
5.03.04 Capital de Trabajo	67
5.03.05 Fuentes de Financiamiento	69
5.03.06 Amortizaciòn de Financiamiento.....	69
5.03.07 Depreciaciones.....	71
5.03.08 Estado de Situaciòn Inicial	72

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado	73
5.03.10 Flujo de Caja.....	74
5.03.11 Balance General Proyectado.....	74
5.04 Evaluación	76
5.04.01 Tasa de Descuento	76
5.04.02 Valor Actual Neto(VAN)	77
5.04.03 Tasa Interna de Retorno(TIR).....	77
5.04.04 Periodo de Recueperacion de la Invesion (PRI)	78
5.04.05 Relación Costo Beneficio (RBC)	78
5.04.06 Punto de Equilibrio.....	79
5.04.07 Anàlisis de Índice Financiero	80
CAPÍTULO VI	83
6. Anàlisis Impactos	83
6.01 Impacto Ambiental	84
6.02. Impacto Económico.....	85
6.03 Impacto Productivo.....	86
6.04 Impacto Social	87
6.05 Matriz General.....	88
CAPÍTULO VII.....	89
7.Conclusiones y Recomendaciones.....	89
7.01 Conclusión.....	89
7.02 Recomendación	89
BIBLIOGRAFIA	91
ANEXOS	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Producto Interno Bruto	5
Tabla 2	Producto Interno Bruto Sectorial	6
Tabla 3	Inflación.....	7
Tabla 4	Inflación por Ciudades	8
Tabla 5	Riesgo País	9
Tabla 6	Tasa Interés Activa	11
Tabla 7	Tasa de interés pasiva.....	12
Tabla 8	PEA.....	13
Tabla 9	Empleo.....	14
Tabla 10	Desempleo	15
Tabla 11	Subempleo	16
Tabla 12	Servicio de Rentas Internas	17
Tabla 13	Seguimiento de Clientes	19
Tabla 14	Clientes Mayoristas	19
Tabla 15	Proveedores	20
Tabla 16	Competencia.....	20
Tabla 17	FODA (O,A).....	21
Tabla 18	Habitantes	31
Tabla 19	Consumo.....	34
Tabla 20	Frecuencia de Compras	35
Tabla 21	Gastos de Zapatos.....	36
Tabla 22	Satisfacción con el Producto	37
Tabla 23	Disponibilidad al Producto	38
Tabla 24	Color de Preferencia.....	39
Tabla 25	Tallas Adecuadas.....	40
Tabla 26	Perspectiva de Marca Nacional	41
Tabla 27	Fijación al Comprar.....	42
Tabla 28	Demanda Histórica	43
Tabla 29	Demanda Actual	43
Tabla 30	Población de Cotacollao.....	43

Tabla 31 Frecuencia de Compras	44
Tabla 32 Demanda Proyectada	44
Tabla 33 Oferta Histórica	45
Tabla 34 Oferta Actual	45
Tabla 35 Oferta Proyectada	46
Tabla 36 Oferta Histórica	46
Tabla 37 Oferta Actual	47
Tabla 38 Oferta Proyectada	47
Tabla 39 Balanza Actual.....	48
Tabla 40 Balance Proyectado	48
Tabla 41 Capacidad Instalada.....	49
Tabla 42 Capacidad Óptima	50
Tabla 43 Macro Localización.....	51
Tabla 44 Localización Óptima	53
Tabla 45 Código de Cercanía	55
Tabla 46 Razón de Cercanía.....	55
Tabla 47 Distribución de Planta	56
Tabla 48 Maquinaria.....	58
Tabla 49 Equipos.....	58
Tabla 50 Ingreso Operacional.....	59
Tabla 51 Talla 35Materia Prima.....	60
Tabla 52 Talla39 Materia Prima.....	61
Tabla 53 Talla41Materia Prima.....	61
Tabla 54 Mano de Obra.....	62
Tabla 55 Costo Indirecto	62
Tabla 56 Resumen de Costos.....	63
Tabla 57 Fijación Precio Unitario	63
Tabla 58 Gasto Administrativo.....	63
Tabla 59 Gastos Ventas	64
Tabla 60 Instituciones con Tasa de Interés.....	65
Tabla 61 Costos fijos	65
Tabla 62 Costos Variables.....	66

Tabla 63 Activos Fijos.....	67
Tabla 64 Activos Nominales	67
Tabla 65 Capital de Trabajo	68
Tabla 66 Fuentes de Financiamiento	69
Tabla 67 Financiamiento del Proyecto	70
Tabla 68 Método Alemán	70
Tabla 69 Depreciaciones	72
Tabla 70 Estado de Situación Inicial	72
Tabla 71 Estados de Resultados	73
Tabla 72 Estado de Flujo de Caja.....	74
Tabla 73 Estado de Resultado Proyectado	75
Tabla 74 Tasa de Descuento.....	76
Tabla 75 Periodo de Recuperación de Inversión	76
Tabla 76 Factores de Punto de Equilibrio	79
Tabla 77 Punto de Equilibrio.....	79
Tabla 78 Ratios Financieros	82
Tabla 79 Matriz de Calificaciones.....	83
Tabla 80 Impacto Ambiental	84
Tabla 81 Impacto Económico.....	85
Tabla 82 Impacto Productivo	86
Tabla 83 Impacto Social	87
Tabla 84 Impacto General	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto.....	5
Figura 2 Producto Interno Bruto Sectorial	6
Figura 3 Inflación	7
Figura 4 Inflación por Ciudades	8
Figura 5 Riesgo País	9
Figura 6 Tasa de Interés Activa.....	11
Figura 7 Tasa de interés pasiva	12
Figura 8 Población Económicamente Activa	13
Figura 9 Empleo	14
Figura10 Desempleo.....	15
Figura11 Subempleo.....	16
Figura 12 Organigrama administrativa.....	24
Figura 13 Organigrama Administrativa.....	24
Figura14 Organigrama Operativa.....	25
Figura 15 Organigrama Comercial.....	26
Figura 16 Manual de funciones	26
Figura 17 Logotipo	27
Figura 18 Slogan.....	28
Figura 19 Canal de Distribución.....	29
Figura 20 Consumo	34
Figura 21 Frecuencia de Compra.....	35
Figura 22 Gasto de Zapatos	36
Figura 23 Satisfacción con el Producto	37
Figura 24 Disponibilidad al Producto.....	38
Figura 25 Color de Frecuencia	39
Figura26 Tallas Adecuadas.....	40
Figura 27 Perspectiva de Marca Nacional	41
Figura28 Fijación al Comprar	42
Figura 29 Macro-localización.....	51
Figura 30 Micro- localización	52

Figura 31 Localización óptima.....	53
Figura 32 Matriz SLP	55
Figura 33 Distribución de Planta.....	56
Figura 34 Flujos de Procesos.....	57
Figura 35 Punto de Equilibrio	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Papelería corporativa	95
Anexo 2: Encuesta	98
Anexo 3: Fichas y Lineamientos de Control	101
Anexo 4: Tabla de Amortización Método Francés	103

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se enfocó a la investigación mediante el estudio financiero y de mercado con una propuesta que se apoyará a la Parroquia de COTOCOLLAO, con un producto innovador con el objetivo de ahorrar y generar empleo con una microempresa de zapatos con suelas desmontables a la ciudad distrito Metropolitano de Quito.

Mediante una materia prima hecha en el país que es seleccionado por manos ecuatorianas con la mejor calidad, para este producto sea de buena textura y de un modo único y duradero.

El estudio que está diseñado para el alcance de este producto es mediante varios aspectos a través de siete capítulos los cuales son:

El primer capítulo se detalla, donde el proceso y antigüedad del producto y los procesos del cambio.

En el segundo capítulo, se analiza los factores donde se determinarán variables económicas y apoyarán al proyecto.

El tercer capítulo se analiza el mercado y la determinación de la población y muestra para las necesidades del consumidor.

En el cuarto capítulo se examina el estudio técnico para la capacidad instalada y óptima y las localizaciones para la microempresa.

En el quinto capítulo se desarrolla el estudio financiero donde se determinarán los gastos administrativos y de ventas, generando estados financieros para recuperar las inversiones a largo plazo.

En el sexto capítulo se califica ciertos impactos para que el proyecto se desarrolle y se implemente.

En el séptimo capítulo se agregará las conclusiones y recomendaciones sobre el proyecto.

La microempresa llamada “USHUTA” tiene la diferencia del producto para que los consumidores elijan su modelo y su suela para el uso y para su beneficio mismo.

Con las modificaciones que se ha hecho en el presente proyecto se ve que aplicando estrategias muy buenas que logrará muchas fortalezas contra una competencia de un nivel muy alta claramente habrá debilidades como cualquier proyecto por el motivo se analizó varias soluciones para distinguir la calidad

ABSTRACT

This project focused on research through financial and market research with a proposal that will support the Parish of COTOCOLLAO, an innovative product with the aim of saving and generating employment with a shoe micro company with removable soles to the city Metropolitan district of Quito.

Through a raw material made in the country that is selected by Ecuadorian hands with the best quality, for this product it is of good build and of a unique and lasting modero.

He study that is designed for the scope of this product is through several aspects through certain chapters which are:

The first chapter is detailed, where the process and age of the product and the processes of the change.

In the second chapter, the factors that determine economic variables and support the project are analyzed.

The third chapter is analyzed is market and the determination of the population and shows for the needs of the consumer.

The fourth chapter examines the technical study for installation and optimal capacity and locations for microenterprises.

In the fifth chapter the financial study is developed where the administrative and sales expenses will be determined, generating financial statements to recover the long-term investments.

In the sixth chapter certain impacts are qualified for the project to be developed and implemented.

In the seventh chapter will be added the conclusions and remendations on the project.

The micro enterprise called "USHUTA" has the difference of the product so that the consumers choose their model and their sole for the use and for their benefit.

With the modifications that have been made in the present project it is seen that applying very good strategies that will achieve many strengths against a competition of a very high level will clearly have weaknesses as any project for the reason several solutions were analyzed to distinguish the quality

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.01. Justificación.

Actualmente, la poca variedad en productos de calzado, los altos precios de los productos actuales, la baja calidad en la oferta actual y la baja innovación son eventos que, relacionados entre sí, han generado que se reduzca el consumo, que aumente la preferencia a productos extranjeros, que el cliente no se encuentre satisfecho, que la percepción de la producción ecuatoriana se vea afectada.

Lo mencionado anteriormente, permite evidenciar que, el presente proyecto es pertinente puesto que, busca aumentar el consumo, que se reduzca la preferencia de productos extranjeros, que los clientes y consumidores se encuentren satisfechos y que la percepción de la producción ecuatoriana se vea en su real contraste.

Además, el presente proyecto busca ser generador de fuentes de empleo en el sector en que se ubicará y aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera.

Finalmente, al desarrollar el presente estudio de factibilidad para la implementación de una pequeña empresa de producción y comercialización de zapatos con suelas desmontables pretende ser un negocio eficiente e innovador que busca ser sostenible en el tiempo y que genere la rentabilidad y satisfacción deseada para todos los involucrados.

1.01.01 Antecedentes.

En Atenas los hombres solían usar sandalias, botas y zapatos negros de tacón alto; y las mujeres preferían, en su calzado, los colores vivos como la púrpura. También inventaron los griegos los coturnos (del latín “cothurnus”), especie de altos botines que ajustaban por delante con un cordón. Los romanos tenían una especie de botines altos que ajustaban con correas dejando al aire los dedos de los pies. Se llamaban cálceos (del latín “calceus”), nombre del cual deriva la palabra “calzado”. Dentro de casa usaban sandalias y los soldados, una especie de botines guarnecidos con clavos, llamados coligas . (Claudio, 2017,pag.5)

En la época donde apareció las sandalias y tipos de zapatos para el consumo de modalidad se asemeja en el color y el estilo de calzado por lo tanto usaban los soldados.

En la Edad Media se produce un cambio en el uso que se le da al calzado. Se ignora cualquier significado simbólico y comienza a cobrar fuerza el gusto por lo estético. O lo que es lo mismo, el zapato empieza a ser un elemento para ensalzar las virtudes o tapar los posibles defectos en los pies. En esta época empiezan a ser los personajes públicos los que marcarán la moda (García, 2013,pag.85).

Edad media donde se produjo un cambio cuando se fabricó el calzado para esta gente fue, para ellos un cambio drástico para la protección del pie y para distinguir la moda

La primera fábrica de calzado que se pone en marcha data precisamente de 1912. Se instalan tres modernos sistemas de producción. A la par, la empresa Singer levanta una fábrica con los últimos modelos de máquinas de una sección de curtido. El proceso productivo cuenta con máquinas automáticas de dos agujas para colocar ojetes, y aparatos para hacer ojales, rebajar la piel, perforar, etc. Además, enseñar el oficio de cortador de piel para el empeine de los zapatos, para una mesa o para útiles de cualquier material (Doria, 2012, pág. 6).

En 1912 aparece la primera fábrica de calzado que realizan 3 modelos de producción con una material

Las costumbres de cada pueblo en relación a sus zapatos, botas, botines, sandalias, mocasines, etc. Los señalan con ciertas características de vida o de uso. Por ejemplo, los campesinos en Albania echan sal en sus zapatos por la mañana para así tener buena suerte durante el día. En los campos de Irlanda entierran los zapatos viejos de un niño que se ha perdido, para encontrarlo. En Haití se espolvorea harina dentro de los zapatos para protegerse de las prácticas dañinas del vudú. En Afganistán usan con frecuencia los zapatos de los familiares difuntos que admiraban, con la esperanza de heredar las virtudes de los seres queridos. En algunas zonas de Irán e Irak, después del compromiso, el pretendiente envía zapatos a la novia, a la suegra y a las cuñadas (Sánchez, 2017).

La mayoría de las personas cuando salieron los primeros zapatos se han acostumbrado para cada uno de sus usos para sea para el trabajo o para el campo.

La industria del calzado ecuatoriano muestra señales de crecimiento y sus destinos principales fueron Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos. Entre los proyectos gubernamentales para apoyar a este sector productivo destacan: el desarrollo de redes asociativas de micro y pequeños empresarios de calzado en la provincia de Tungurahua y el fortalecimiento de la Red Asociativa Empresarial de la Cadena del Cuero de las provincias del Tungurahua y Cotopaxi. Ambos contribuyen con procesos innovadores en la producción del calzado, además de intercambiar experiencias de medianas a pequeñas empresas para fortalecer el sistema productivo. Sin embargo, los antecedentes de este importante sector productivo no siempre tuvieron un saldo positivo. Según el análisis realizado por el Centro de Investigaciones Económicas de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacos), uno de los sectores más desfavorecidos por la dolarización fue la producción del calzado. Por ello en 2008 la industria nacional soportó la venta de calzado importado, de cada 10 pares vendidos, ocho eran extranjeros. ” La industria del calzado nacional se fortaleció durante los últimos años” (Sánchez, 2017)

Con lo mencionado anteriormente se puede evidenciar que existe un gran potencial de mercado para el producto que pretende ofertar el presente proyecto en la industria del calzado nacional

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional.

2.01 Ambiente Externo

Es el conjunto de todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema. Este entorno a su vez está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas conocidas como Microambiente y Macro ambiente; el óptimo funcionamiento de todas las empresas depende de la manera que se analicen y aprovechen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda organización (Barrios, 2011).

2.01.01 Factor Económico

El entorno económico de una empresa, puede verse afectado no solo por factores externos o del macro-ambiente sino que también puede verse comprometido por factores internos. Un factor interno que afecta el entorno empresarial es el costo de mano de obra directa e indirecta, de los materiales, de los procesos y los procedimientos. Los factores internos se pueden mejorar a través de planes de acción o planes operativos (POA). Por otro lado, los factores externos también afectan el desempeño económico y operativo de una organización, teniendo la empresa menos control sobre estos (Fernández, 2018).

2.01.01.01 El Producto Interno Bruto (PIB).

“El producto interno bruto es el valor de los bienes y servicios finales producidos por una determinada economía en un determinado período de tiempo” (Anzil, 2016)

*Tabla 1
Producto Interno Bruto*

FECHA	PIB	VARIACION
2014	70.105,4	
2015	70.174,7	0,10%
2016	69.314,1	-1,23%
2017	70.955,7	2,37%
2018	71.705,2	1,06%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Nathaly Cadena

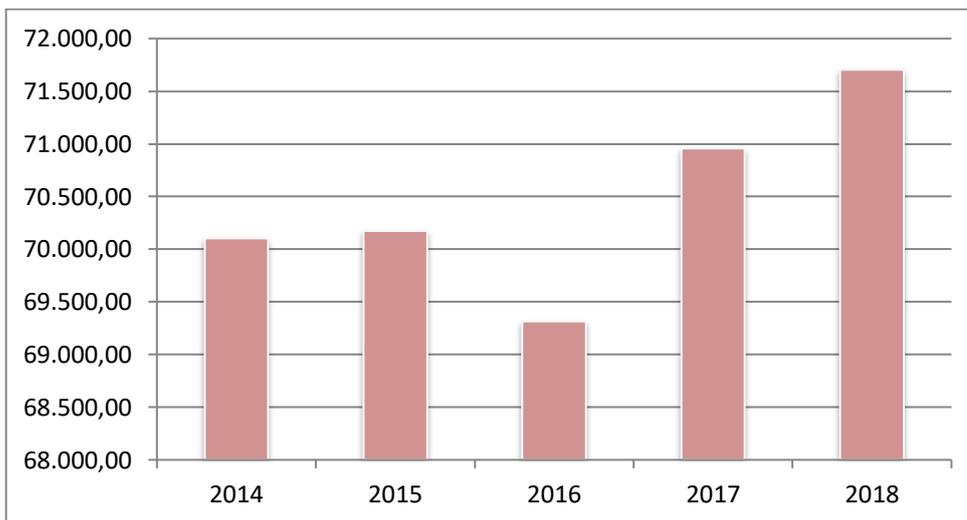


Figura 1 Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Nathaly Cadena

El pib se puede evidenciar que la tendencia es creciente, esto indica que existe producción por parte de la industria nacional, ya que existe un mercado que demanda dicha producción, por lo tanto, esto se convierte en un aspecto positivo para el proyecto pues el mismo ingresará en una economía activa..

2.01.01.02 PIB Sectorial

“La economía está formada por varias actividades muy diferentes. Así como hemos hablado en el incremento del valor agregado de toda la economía, también podemos analizar cuales actividades son las que producen este incremento, y cuales se van contrayendo conforme se desarrolle el país”. (Echettino, 2002, pág. 144)

Tabla 2
Producto Interno Bruto Sectorial

AÑOS	PIB SECTORIAL
2013	7.972,2
2014	8.266,6
2015	8.230,4
2016	8.016,3
2017	8.264,8

Fuente: Banco Central Del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly cadena

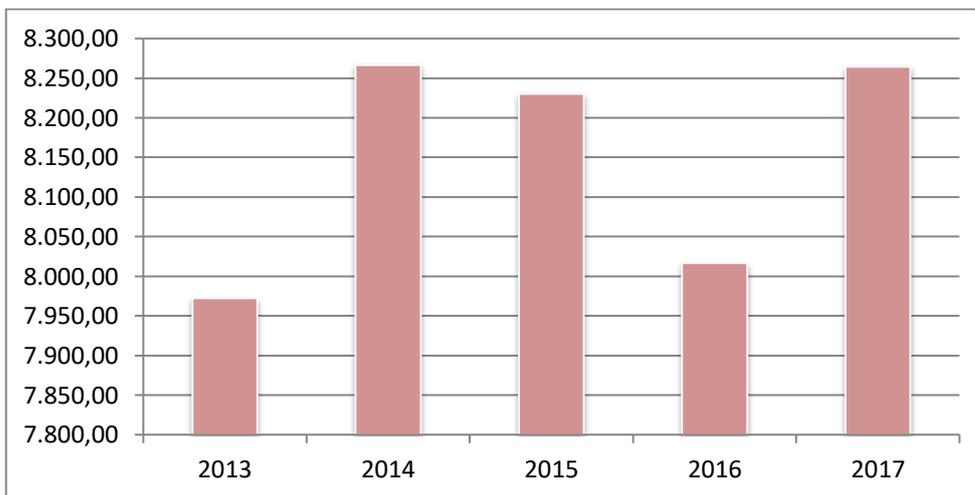


Figura 2 Producto Interno Bruto Sectorial

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

El presente proyecto pertenece al sector de industrial, lo cual indica que existe una gran variación en la producción de aquel sector, al tener un crecimiento del año 2013 al 2017, año en el cuál empieza a decrecer y crecer, por lo tanto, se convierte en un factor negativo para el desarrollo y éxito del proyecto.

2.01.01.03 Inflación

Es como la disminución del valor del dinero respecto a la cantidad de bienes o servicios que se pueden comprar con dicho dinero. Es decir, si tenemos un servicio y el precio de este servicio aumenta con el tiempo, tenemos inflación. También podría verse como que el valor del dinero ha menguado, debido a que para un mismo servicio, hay que pagar más dinero. (González, 2010)

Tabla 3
Inflación

FECHA	INFLACION
Dic-14	3,67%
Dic-15	3,38%
Dic-16	1,12%
Dic-17	-0,20%
Dic-18	0,27%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly cadena

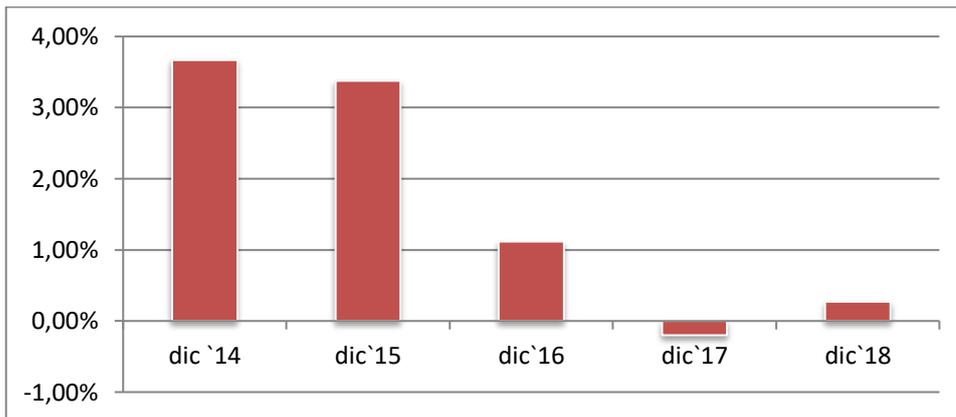


Figura 3 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

La inflación nacional presenta una tendencia decreciente incluso llegando a niveles de deflación, esto implica que el nivel de precios a manera general en el país han decrecido de manera significativa.

Que los precios se encuentren en niveles bajos tiene un aspecto positivo y negativo para el proyecto.

2.01.01.04 Inflación por Ciudades

Inflación por ciudades es el aumento en los precios de los bienes o servicios de una economía en un periodo determinado, en diferentes ciudades del país.

Tabla 4
Inflación por Ciudades

FECHA	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA
Dic-14	3,89%	3,40%	3,57%
Dic-15	3,20%	3,30%	4,29%
Dic-16	1,07%	1,12%	1,06%
Dic-17	-0,15%	-0,09%	-0,17%
Dic-18	0,49%	0,54%	0,68%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

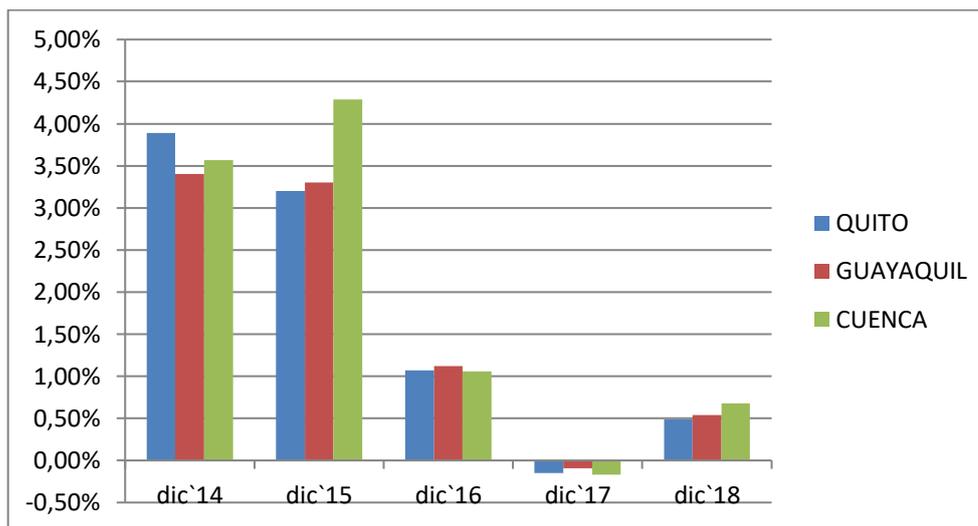


Figura 4 Inflación por Ciudades

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Tomando en cuenta que el proyecto estará ubicado en la ciudad de Quito en la parroquia de Cotocollao se deduce que la tendencia de inflación que implica que se pueda generar problemas viéndose obligados a bajar de precio de venta lo que ha de generar un mínimo a la microempresa.

2.01.01.05 Tasa de Riesgo País

“El concepto de RIESGO PAÍS está asociado a la probabilidad de incumplimiento en el pago de la deuda externa de un país, expresado en un índice de Riesgo-País. Este índice representa en un momento determinado el nivel de riesgo de inversión en un país emergente”. (Guzmán, 2006, pág.56)

Tabla 5
Riesgo País

FECHA	PUNTOS
Ene-18	442
Feb-18	490
Mar-18	544
Abr-18	667
May-18	671
Jun-18	761
Jul-18	603
Ago-18	725
Sep-18	622
Oct-18	722
Nov-18	740
Dic-18	826

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

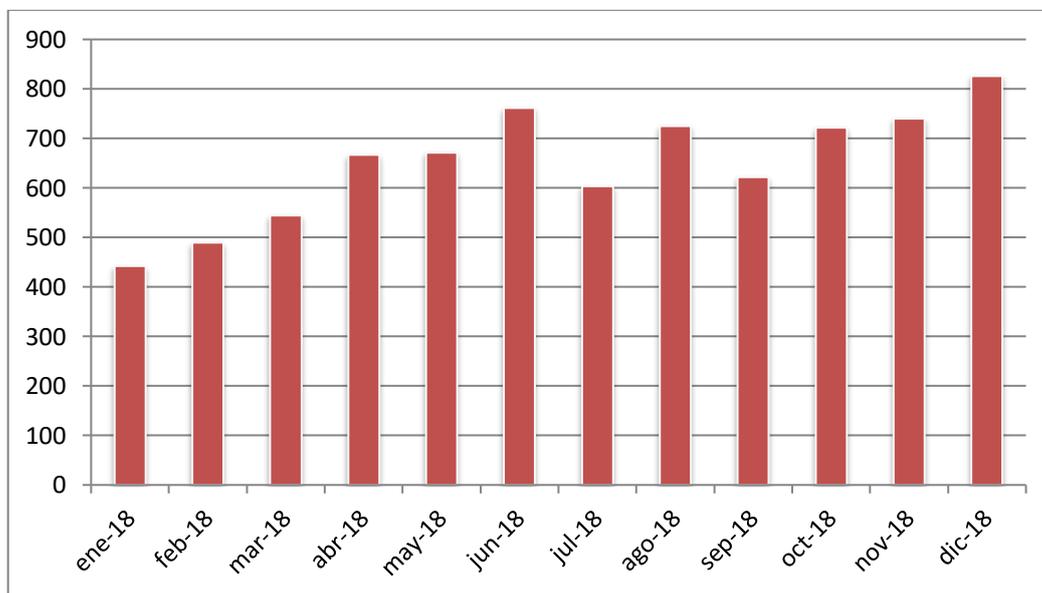


Figura 5 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly cadena

Al analizar el riesgo país se puede evidenciar que la tendencia general es creciente.

Este indicador presenta entonces dos aspectos de análisis uno positivo y uno negativo.

El aspecto negativo es que si el nivel de incertidumbre para inversiones extranjeras aumenta no habrá dicha inversión en el país lo que conlleva a que no se generen fuentes de empleo lo que afecta al proyecto, ya que no habrá dinamismo en la economía.

El aspecto positivo es que al existir niveles altos de incertidumbre para la inversión extranjera no ingresarán al país posibles competidores que tengan ventajas competitivas y comparativas respecto al proyecto que se quiere llevar a cabo.

2.01.01.06 Tasa de Interés

En términos económicos, la tasa de interés o tipo de interés es la cantidad que se abona en una unidad de tiempo por cada unidad de capital invertido. Es decir, es el precio que tiene nuestro dinero. Para cualquier persona en el mundo de los negocios, por tanto, es un dato de suma importancia para el financiamiento de su emprendimiento. Desde el punto de vista de la política monetaria del Estado, una tasa de interés alta incentiva el ahorro y una tasa de interés baja incentiva el consumo (Luna, 2018).

2.01.01.07 Tasa de Interés Activa

“Es un bien, tangible o intangible, que se utiliza para obtener algún tipo de beneficio. Por lo que, cada vez que una institución financiera emite una deuda a alguien entonces recibe el beneficio de la tasa de interés que tiene que pagar dicha persona o empresa durante el período del préstamo”. (Ortiz, 2014).

Tabla 6
Tasa Interés Activa

FECHA	TASA
Dic-14	22,32%
Dic-15	24,25%
Dic-16	21,48%
Dic-17	21,07%
Dic-18	20,24%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

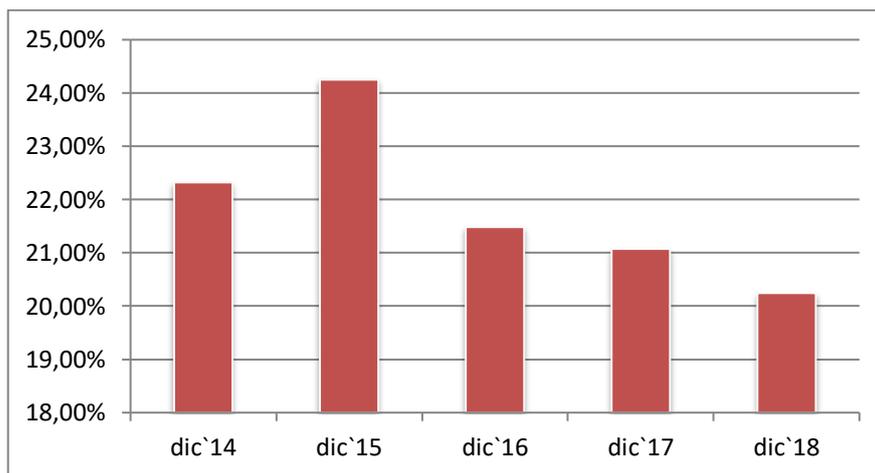


Figura 6 Tasa de Interés Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

La tasa activa tiene un decrecimiento de 20.24% que representa un beneficio para el proyecto, ya que el acceso a recursos serán accesibles para mejorar las inversiones y si esta tasa sube sería negativo puesto a que no se podrá ejercer un prestamos normalmente.

2.01.01.08 Tasa de Interés Pasiva

“Es tasa PASIVA, cuando se trata de la que pagan los bancos por cuentas de ahorro depósitos a plazo.” (Churrión, 2001, pág. 72)

Tabla 7
Tasa de interés pasiva

FECHA	TASA
Dic-14	7,16%
Dic-15	6,89%
Dic-16	7,52%
Dic-17	7,05%
Dic-18	7,73%

Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado por: Nathaly cadena

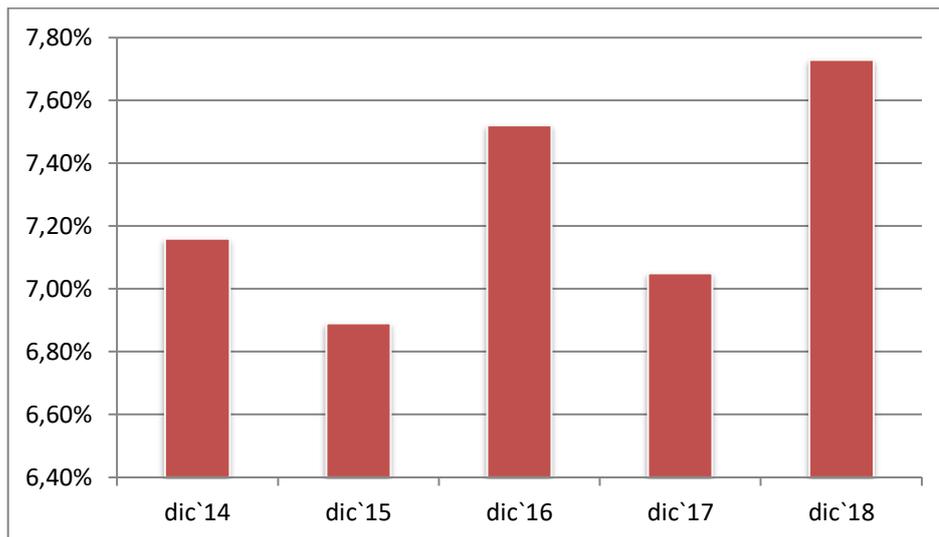


Figura 7 Tasa de interés pasiva
Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaborado por: Nathaly Cadena

La tasa de Interés Pasiva se presenta con una tendencia de crecimiento de 7.73% se considera adecuado, tomando en cuenta que el proyecto tenga un excedente de efectivo será beneficioso para la mejora de la infraestructura y ampliarse dando una rentabilidad para el proyecto.

2.01.2 Factor Social

Los factores sociales, en este sentido, tienen un contenido tan abigarrado que expresa todos los ámbitos y dimensiones de la sociedad, incluyendo tanto portadores individuales como colectivos dados en individuos en forma de líderes, masa y pueblo, y en grupos sociales como familias, clases sociales, naciones, estados. Llegan a estar compuestos de aspectos específicos de la sociedad como la política, la religión, el trabajo, la comunicación la educación, el medioambiente, la economía, el derecho, etcétera. (Latazzi, 2009, Pág., 2)

2.01.02.01 Población Económicamente Activa

En el Censo se considera población económicamente activa, aquella que realiza algún tipo de actividad económica (población ocupada) en el momento del censo, busca activamente hacerlo (población abierta desocupada) en los dos meses anteriores a la semana de referencia. (Rosado, 2005, pág. 37)

Tabla 8
PEA

FECHA	PEA
Dic-14	7194521
Dic-15	7498528
Dic-16	7874021
Dic-17	8086048
Dic-18	8027130

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaborado por: Nathaly cadena

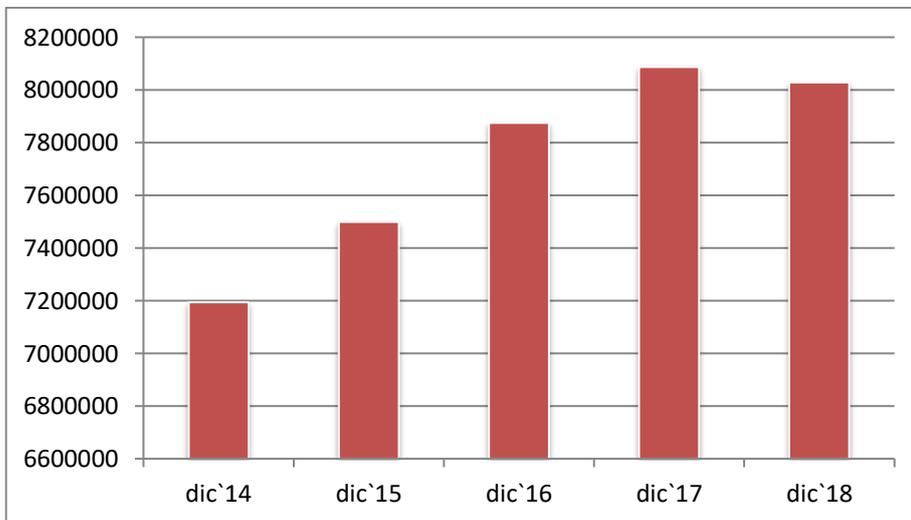


Figura 8 Población Económicamente Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaborado por: Nathaly Cadena

La población económicamente activa, es creciente lo cual es lógico ya que tiene una relación directa con la tasa de crecimiento lo que es una oportunidad para la microempresa puesto a que se considera posibles clientes .

2.01.02.02 Empleo

“Se considera con empleo a todas las personas que tengan más de una cierta edad especificada y que durante un breve periodo de referencia, tal como una semana o un día, estuvieran en cualquiera de las siguientes categorías: con un empleo asalariado o con un empleo independiente” (Neffa, 2014, pág. 15).

Tabla 9
Empleo

FECHA	CANTIDAD	EMPLEO
Dic-14	6921107	49,30%
Dic-15	7140636	46,50%
Dic-16	7463579	41,20%
Dic-17	7712177	42,30%
Dic-18	7731032	40,60%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

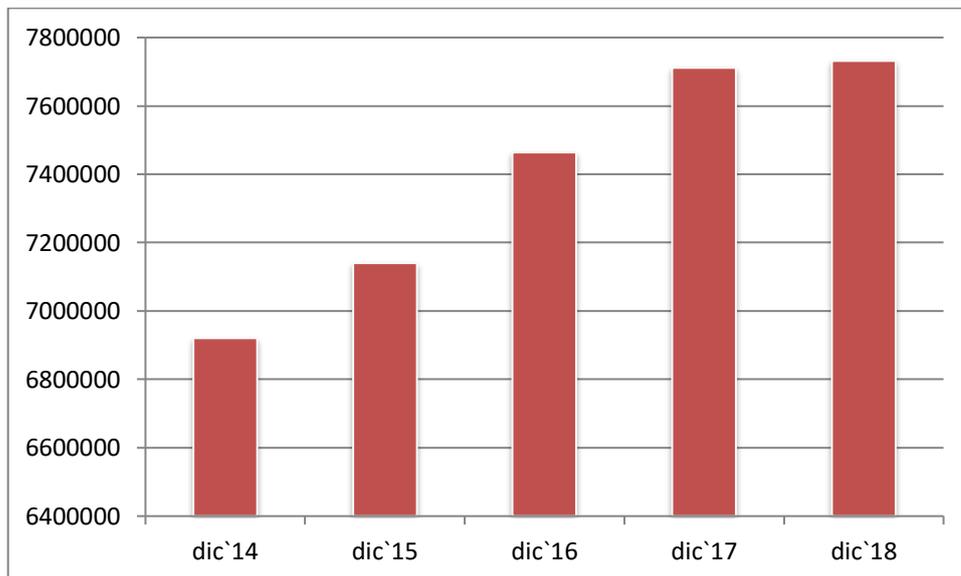


Figura 9 Empleo

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

El empleo está en crecimiento ya se puede verificar que es positivo para el proyecto ya que sería capaz que personas consumieran el producto o servicio así generando mayor ingresos.

2.01.02.03 Desempleo

“El término desempleo alude a la falta de trabajo. Un desempleado es aquel sujeto que forma parte de la población activa (se encuentra en edad de trabajar) y que busca empleo sin conseguirlo. Esta situación se traduce en la imposibilidad de trabajar pese a la voluntad de la persona” (Pérez, 2009).

Tabla 10
Desempleo

FECHA	CANTIDAD	%
Dic-14	273414	3,80%
Dic-15	357892	4,77%
Dic-16	410441	5,20%
Dic-17	373871	4,60%
Dic-18	296097	3,70%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

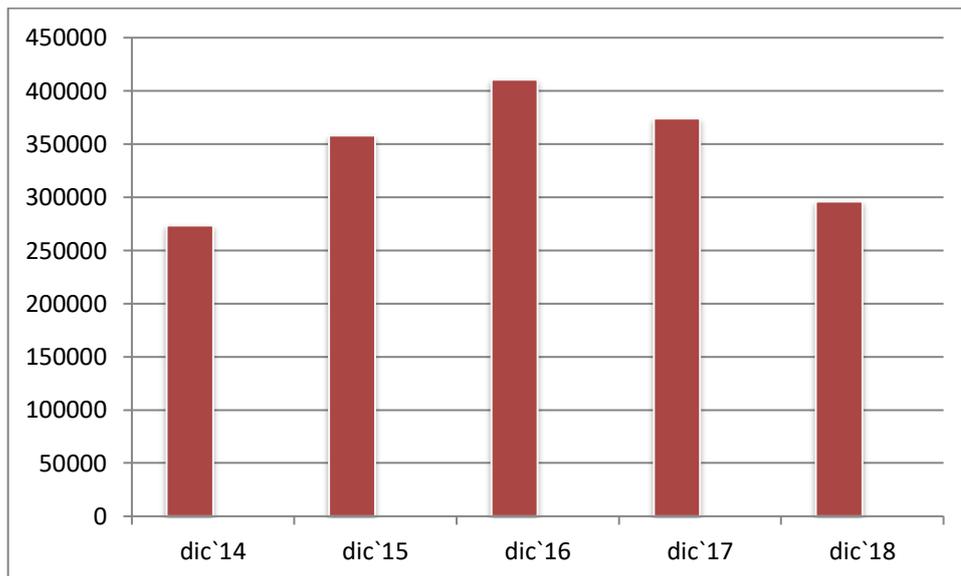


Figura10 Desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

El desempleo, está en decrecimiento por personas que no tienen trabajo por lo cual para el proyecto se considera negativo por cierto porcentaje de personas que no

consumirían el producto, así viéndose obligados a un paro forzoso o a trabajar por horas de esta manera formando una reducción donde el valor varia constantemente.

2.01.02 .04 Subempleo

“El subempleo es una situación indeseable para *cualquier* economía si el mismo está excesivamente extendido. En efecto, esta condición es asimilable a una gran limitación en recursos empleados por el hecho de que el trabajador está interesado en hacerse responsable por una jornada completa como para satisfacer sus necesidades” (Ferreira, 2015).

Tabla 11
Subempleo

FECHA	CANTIDAD	SUBEMPLEO
Dic-14	925774	12,87%
Dic-15	1050646	14,01%
Dic-16	1564825	19,87%
Dic-17	1602909	19,80%
Dic-18	1323724	16,50%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

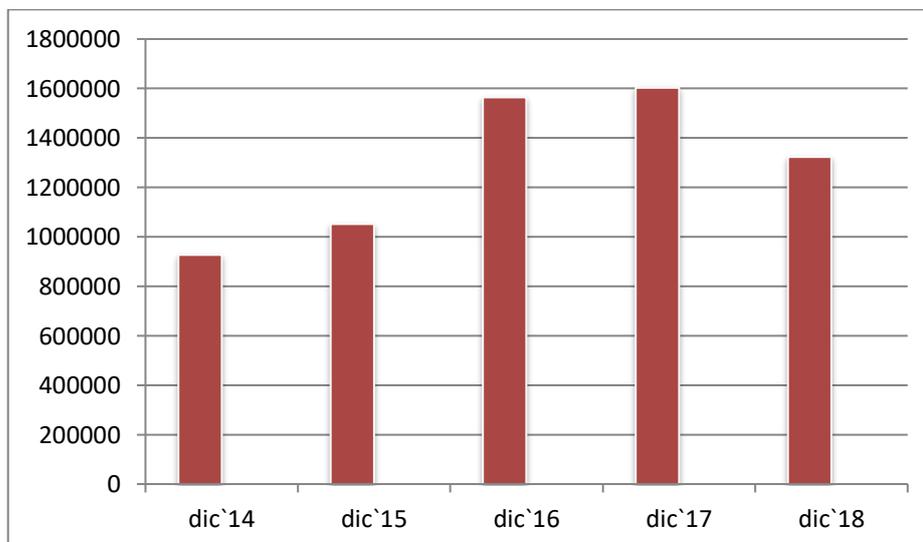


Figura 11 Subempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Nathaly Cadena

El subempleo presenta un decrecimiento por lo que la mayoría de personas ganan menos el sueldo básico por lo que generalmente solo pueden cubrir con sus gastos y no algunos complementos innecesarios afectando directamente a varios sectores comerciales.

2.01.03 Factor Legal.

El entorno legal y la seguridad jurídica es un elemento esencial para cualquier sociedad, pero hay que recalcar que absolutamente toda operación financiera tiene tras de sí un intenso estudio jurídico y una repercusión en términos de precio de una hipotética inseguridad del marco legal de la que se deriven posibles perjuicios para el prestamista (Imontero, 2016).

Dadas las características del proyecto se considera adecuado que el mismo se forme como Persona Natural sin Contabilidad (PNSC) dado los siguientes parámetros:

*Tabla 12
Servicio de Rentas Internas*

DETALLE	VALORES
Capital	180000
Ingresos	300000
Gastos	240000

*Fuente: Servicio Rentas Internas
Elaborado por: Nathaly Cadena*

Además, tiene que obtener los siguientes permisos:

2.01.03.01 Permisos

❖ Registro único del contribuyente (persona natural)

- ✓ Copia de cédula de identidad
- ✓ Certificado de votación del último periodo electoral
- ✓ Plantilla de pago de un servicio básico, o contrato de arrendamiento

Una vez que se abre el RUC se establece la razón social y nombre comercial. Estos son:

Razón social: Nathaly Lizbeth Cadena Barreno

Nombre comercial: “USHUTA”

❖ **Patente Municipal**

- ✓ Formulario de inscripción de patente, persona natural
- ✓ Formulario de acuerdo de medios electrónicos de la patente
- ✓ Certificado de cumplimiento tributario.
- ✓ Original y copia de RUC actualizado.

❖ **Licencia unica de actividades economicas**

- ✓ Formulario único de solicitud de LAUE
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de cedula de identidad o representate legal.
- ✓ Copia de papela de votación

❖ **Permisos de cuerpo de bomberos**

- ✓ Permiso de bomberos
- ✓ Solicitud de inspección de local
- ✓ Informe aprobado de la inspección.
- ✓ Copia de RUC.
- ✓ Copia de cedula de ciudadanía
- ✓ Copia de la certificación de votación

2.01.04 Factor Tecnológico.

Se refiere a uno de los factores de mayor efecto sobre la actividad empresarial. La ciencia proporciona el conocimiento y la tecnología lo usa. Tecnología se refiere a la suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas. Sin embargo, su principal influencia es sobre la forma de hacer las cosas, cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios (Penalver, 2012).

El presente proyecto sí requiere de tecnología, sin embargo, no se necesita que sea de punta. La misma sí se encuentra disponible en el país lo cual es positivo porque no se requiere de importar.

2.02 Entorno Local.

2.02.01 Clientes.

La definición del término cliente sea considerada como algo muy básica por la gran mayoría de mercadologías y empresarios. Sin embargo, si tenemos en cuenta que el cliente es "aquel" por quién se planifican, implementan y controlan todas las actividades de las empresas u organizaciones (Thompson, 2012).

En la siguiente tabla se presenta una segmentacion de clientes para determinar el perfil de los potenciales consumidores:

Tabla 13
Seguimiento de Clientes

VARIETADES	RESPUESTAS
Genero	Hombre y Mujer
Edad	18 En Adelante
Frecuencias de Compra	Semanal / Mensual/ Anual
Numero Ingresos	Medio/Medio Alto/Alto
Ubicación Geográfica	Norte de DMQ
Clase Social	Media / Media Alta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Nathaly Cadena

Tabla 14
Clientes Mayoristas

NOMBRE	DIRECCION
Las Medidas	Calle 25 De Mayo. Av. Lizardo Luis
El Arca De Los Zapatos	Calle Manta
Calzado Visto Bueno	Av. La Prensa. Calle San Carlos
Vía Spring	Av. De La Prensa. Calle Bella Vista
Distribuidora William	Av. La Prensa. Calle San Carlos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Nathaly Cadena

2.02.02 Proveedores.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS CON SUELAS DESMONTABLES, UBICADO EN COTOCOLLAO, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019.

Un proveedor importante es una empresa que tiene una posición relevante en el mercado (ya sea por su tamaño, capacidad de producción, tecnología, etc.) y por lo tanto, se ha decidido sujetarla a obligaciones especiales para facilitar la competencia. Entre estas obligaciones especiales se encuentran la compartición de infraestructura, la venta de algunos de sus productos o servicios a competidores y la entrega de información periódica (Rondal, 2018).

*Tabla 15
Proveedores*

NOMBRE	INSUMO	F. DECISIÓN
Empresa Caucho Industrial	Caucho, Cuerina	Calidad/Precio
Papelería N&N	Cordones, Cartones	Precio/Calidad
FERRETERIA G&T	Martillo, Pegamento	Garantía/Precio
Comercial San José	Diseño del logotipo	Calidad/Precio

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Nathaly Cadena*

2.02.03 Competidores.

El significado de la palabra competencia (del latín competencia) tiene dos grandes vertientes: por un lado, hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio (Pérez & Gardey, 2008).

Después de realizar un análisis breve y mediante la técnica de la observación se determinó que si existen competidores, estos son:

*Tabla 16
Competencia*

NOMBRE	UBICACIÓN
Marathon Sport.	Av. John F. Kennedy vía mitad del mundo - Condado shopping.
Adidas.	Av. John F. Kennedy vía mitad del mundo - Condado shopping.
Payless Shoes.	Av. John F. Kennedy vía mitad del mundo - Condado shopping.

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Nathaly Cadena*

2.03 Análisis FODA

“Es una técnica de planeación estratégica que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de negocios, mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas”(Escobar ,2010).

2.03.01 Matriz de Factores Externos (O – A)

En la siguiente tabla se analizò las oportunidades y amenazas del negocio por loque aun no se establece en el mercado:

Tabla 17
FODA (O,A)

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">➤ Preferencia por el producto ecuatoriano➤ Precios elevados por la competencia➤ Exportaciones➤ Innovación del producto➤ Alta rotación del calzado	<ul style="list-style-type: none">➤ Fuerte y variada competencia➤ Situación económica del país➤ La marca no es reconocida➤ Los cambios de las leyes

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Nathaly Cadena*

En las oprotunidades hay tres mayores que son : el precio elevado de las competencias e innovación del producto favorable y la opcion de exportaciòn para que tenga mayor reconocieminto.

En las amenazas la más fuertes que afecta al negocio son: la marca no es reconocida, fuerte y variada competencia por lo que se quiere es dar estrategias para conseguir una mejoramiento una manera muy creativa e inteligente de evitar bajo consumo del producto.

2.04 Propuesta Estratégica.

“La filosofía organizacional es uno de los elementos principales para el perfecto y exitoso funcionamiento de una organización, llámese empresa, ente económico, fundación, etc., esto conlleva a una distinción, reconocimiento y competitividad en el área o sector que se desempeñe” (Castillo, 2012).

2.04.01 Misión.

“ La misión define principalmente cual es nuestra labor o actividad en el mercado, además se puede completar haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor o actividad” (Coraje, 2013).

Ser una microempresa que produzca y comercialice suelas desmontables, y ser reconocida por su marca a nivel local, para distinguirnos ante la competencia como un producto de calidad

2.04.02 Visión.

“Define las metas que pretendemos conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, puesto que la propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador” (Coraje, 2013).

Llegar a ser para el año 2024 una de los mejores negocios que proyectará en la ciudad de Quito, y sea reconocido por ser una empresa innovadora y creativa

2.04.03 Objetivo.

2.04.03.01 Objetivo General.

Establecer una microempresa que satisfaga a los clientes con nueva marca de calzado, tener rentabilidad y aportar en la responsabilidad social con el fin de ser una inspiración para otros negocios.

2.04.03.02 Objetivo Específico.

- ❖ Realizar estudios de mercados para mejoramiento continuo.
- ❖ Tener convenios con los proveedores
- ❖ Conocer los factores social y ambiental

2.04.04 Principios y Valores

Para que el presente proyecto se desarrolle con mayor confiabilidad se ha establecido que el mismo siga los lineamientos de los siguientes principios y valores:

❖ VALORES

- ✓ Honestidad
- ✓ Respeto
- ✓ Equidad
- ✓ Tolerancia

❖ PRINCIPIOS

- ✓ Participación
- ✓ Eficiencia
- ✓ Responsabilidad

2.04.05. Gestión Administrativa

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS CON SUELAS DESMONTABLES, UBICADO EN COTOCOLLAO, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019.

“La gestión administrativa es la forma en que se utilizan los recursos escasos para conseguir los objetivos deseados. Se realiza a través de 4 funciones específicas: planeación, organización, dirección y control” (Alvarado, 2011).

La importancia de la gestión administrativa radica en que de esta área se plantea el manejo adecuado para los recursos disponibles y así alcanzar las metas planteadas.

2.04.05.01 Organigrama Administrativa



Figura 13 Organigrama Administrativa
Fuente: Investigación Propia Elaborado
Elaborado por: Nathaly Cadena

2.04.05.02 Manual de Funciones

 	
Cargo	Gerente general
Requisitos	Tecnólogo en Banca y Finanzas
Experiencia laboral	1 año
Funciones: 1- Toma decisiones administrativas 2- Toma decisiones financieras 3- Realizar inversiones 4- Elaborar documentos técnicos	

Figura: 13 Manual de Funciones
Fuente: Investigación Propia Elaborado
Elaborado por: Nathaly Cadena

2.04.06 Gestión Operativa

Se entiende por gestión operativa la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. (Arnoletto & Díaz, 2009, pág. 54)

Es importante porque se establece funciones para la creación del producto de una manera correcta.

2.04.06.01 Organigrama Operativo

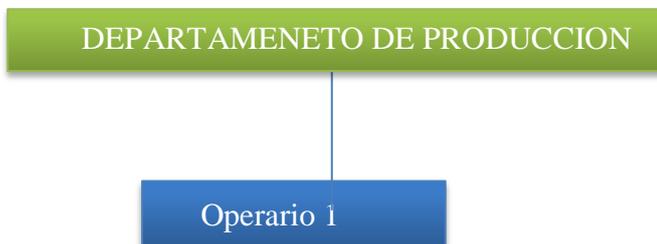


Figura 14 Organigrama Operativa
Fuente: Investigación Propia Elaborado
Elaborado por: Nathaly Cadena

2.04.06.02 Manual de Funciones

	
Cargo	Operativo
Requisitos	Operario de alguna industria comercial
Experiencia laboral	2 año
Funciones: 1- Maneja miento de maquinas 2- Ensamblar piezas 3-Reconocer materiales primarias 4- Dar mantenimiento a las maquinas	

Figura: 14 Manual de Funciones
Fuente: Investigación Propia Elaborado
Elaborado por: Nathaly Cadena

2.04.07 Gestión Comercial

“La gestión comercial es la que lleva a cabo la relación de intercambio de la empresa con el mercado” (Herrera, 2001, pág. 15).

La importancia de la gestión comercial para la microempresa por que gestionará los mecanismos necesarios de marketing y publicidad para el consumidor para la venta del producto.

2.04.07.01 Organigrama Comercial



Figura 15 Organigrama Comercial
Fuente: Investigación Propia Elaborado
Elaborado por: Nathaly Cadena

2.04.07.02 Manual de Funciones

 	
Cargo	vendedor
Requisitos	Bachiller
Experiencia laboral	2 año
Funciones	
1- Atención al cliente de buena manera 2-Explicar promociones 3-Realizar demostraciones del producto 4- Inquietudes de los clientes	

Figura 16 Manual de funciones
Fuente: Investigación Propia Elaborado
Elaborado por: Nathaly Cadena

2.04.07.03 Marketing Mix

“Actualmente es utilizada para estructurar herramientas o variables de la mezcla en la mercadotecnia, las mismas contienen los elementos que deben estar presentes en cualquier campaña de marketing” (Paniagua, 2012).

❖ **Producto**

“Es un bien tangible o Intangible (físico o servicio) que vendemos. Este tiene algunas variables como son: Calidad, Marca, Envase, Servicio, Garantía, Diseño, Características” (Paniagua, 2012).

El producto que está comercializando y produciendo a base de un zapato deportivo con suelas desmontables para hombres y mujeres con tallas de 34 a 42, tamaños normales con diseños propios y originales y con distintos colores (negro, blanco, azul, café) etc, con el fin que el cliente despegue la suela del zapato y escoga el color de la suela a su gusto y pueda que el cliente le guste el mismo diseño de la suela sin cambiar nada.

✓ **LOGOTIPO**



Figura 17 Logotipo

Fuente: Investigación Propia Elaborado

Elaborado por: Nathaly Cadena

✓ **SLOGAN**



Figura 18 Slogan
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Nathaly Cadena

❖ **Precio**

Todas las empresas que persiguen beneficios económicos consideran el precio como uno de los más importantes ya que es que genera rentabilidad. Es la cantidad o importe monetario que el cliente debe de pagar por un determinado producto o servicio, este es el que genera ingreso a la empresa ya que los demás lo único que hacen es generar egresos. Dentro de sus variables están: Descuentos, periodo de pagos, condiciones de crédito, precio de lista (Paniagua, 2012).

It's up to you es la frase del slogan del proyecto, donde el cliente sabrá la diferencia de otros locales.

✓ **Precio sombra**

Es el precio promedio que se establece en el mercado

✓ **Precio Costeo**

El precio costeo es aquel que determina el precio de la materia prima que se le añadirá un porcentaje o margen de utilidad

Sería conveniente que en el presente proyecto se utilicen las dos metodologías de fijación de precios para que el producto se determine con un margen de utilidad porque se manejará un precio adecuado al costo de producción y con la segunda metodología de pueda establecer un precio que no exceda el promedio del mercado.

❖ Plaza

Se refiere a aquellas actividades en que la empresa pone el producto a disposición del mercado, este es el elemento mix que se utiliza para que un producto llegue al cliente y se entiende como plaza un área geográfica para vender un producto o servicio. Las variables de la Plaza de Distribución pueden ser las siguientes: Canales, Logística, inventario, Ubicación, Transporte, Cobertura (Paniagua, 2012).

Los métodos más factibles para la entrega del producto son dos: del canal de distribución directo al cliente y el otro que es el canal de distribución con un intermediario para llegar al cliente .

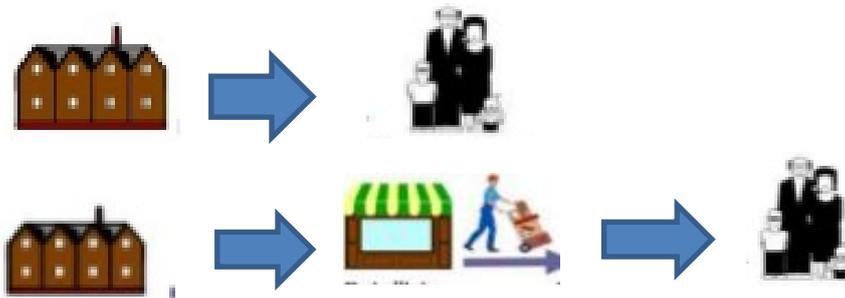


Figura 19 Canal de Distribución
Fuente: Investigación Propio.
Elaborado por: Nathaly Cadena

❖ Promoción

Es la base de la mezcla del Marketing, y abarca varias actividades que sirven para recordarle al mercado que existe un producto, su principal propósito es el de influir en la mente del consumidor de manera positiva. Existen diferentes formas de promocionar un servicio y/o producto: Ventas personal, Publicidad, Relaciones Públicas, entre otras (Paniagua, 2012).

Para que la microempresa pueda comercializar sus productos se consideran las siguientes estrategias de comercialización:

- ✓ Volantes: se diseñarán volantes a todo color que serán distribuidos en los alrededores del negocio donde se presente mayor afluencia de personas

- ✓ Tarjetas: se diseñará tarjetas donde se entregarán al consumidor al momento de la venta para tenga los números de contacto para alguna sugerencia o pedir algún otro modelo
- ✓ Trípticos: también se les presenta a los consumidores, trípticos para que informacion del negocio.

Todo lo relacionado a las estrategias de comercialziacion, asi como la papeleria corporativa se indica en el ANEXO 1.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

3.01 Análisis del Consumidor

El consumidor al obtener un producto siempre se fija en la calidad y en la marca

Por lo cual se analizó para cada uno de los clientes

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

❖ Población

El concepto de población proviene del término latino *populatio*. En su uso más habitual, la palabra hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar (Pérez & Gardey, 2008)

Tabla 18
Habitantes

SEGMENTOS	HABITANTES
Ecuador	17.267.986
Sierra	7.733.725
Pichincha	3.172.200
Quito	2.735.987
Cotacollao	36.875
Objetivo	23.599

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Nathaly Cadena

❖ Muestra

“Es un subconjunto de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa de ella, concepto al que volveremos más adelante”. (Ludewing, 2017)

Para calcular la muestra se debe aplicar el criterio de poblaciones finitas, en este sentido, se tiene:

✓ Fòrmula para la obtencion de la muestra finita:

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

N= Población segmentada

P= Probabilidad de éxito (0.5)

Q= Probabilidad de fracaso (0.5)

e= Error estimado (0.05)

Z= Probabilidad del nivel de confianza (1.96)

$$n = \frac{(1.92)^2 * (0.50) * (0.50)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(38416) * (0.95)}{(0.0095)}$$

$$n = 384$$

3.01.02 Técnicas de Obtención de Información

❖ Encuesta

“Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar” (Thompson, 2010).

❖ Entrevista

La entrevista puede tener una finalidad periodística y desarrollarse para establecer una comunicación indirecta entre el entrevistado y su público es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. (Gardey, 2008)

❖ Observación

“La Observación es la técnica de recogida de la información que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas u objetos, tal y como las realizan habitualmente”. (Flores, 2011)

Al seleccionar una de las técnicas se considera que la adecuada es la encuesta porque se obtendrá una mejor información respecto del mercado.

Todo relacionado con la elaboración de la encuesta en el ANEXO 2.

3.01.03 Análisis de la Información

Con el medio que se realizó la investigación fue con software Excel para obtener las tabulaciones de cada pregunta

Pregunta 1. ¿Usa zapatos deportivos?

Tabla 19
Consumo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	299	79%
NO	79	21%
TOTAL	378	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Nathaly Cadena

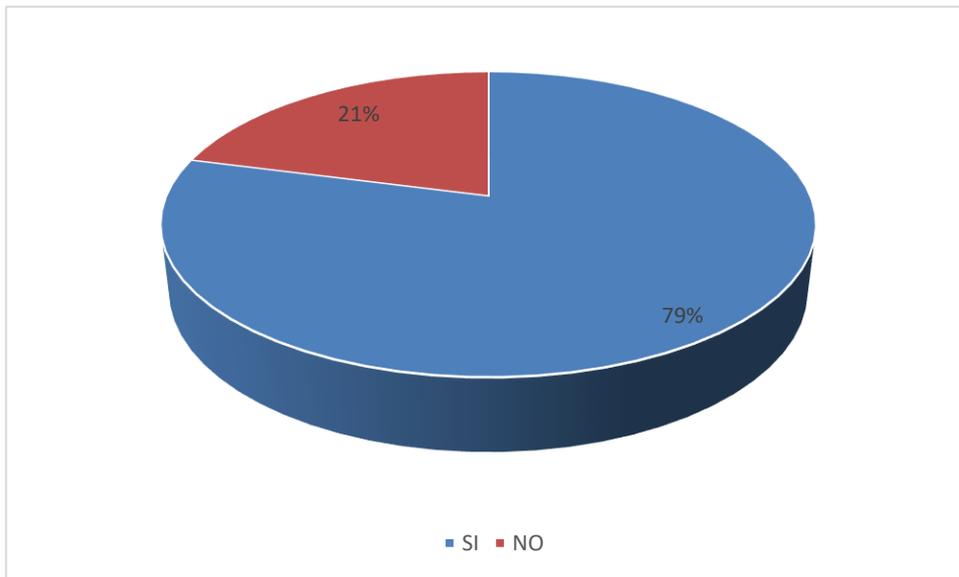


Figura 20 Consumo

Fuente: Investigación Propio.

Elaborado por: Nathaly Cadena

De acuerdo con la pregunta la mayoría de personas que respondieron si utilizan zapatos con un porcentaje de 79% y los que no utiliza zapatos tienen un porcentaje de 21% esto será aceptada en el mercado.

Pregunta 2 ¿Con qué frecuencia compra usted zapatos deportivos?

Tabla 20
Frecuencia de Compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trimestralmente	99	33%
Cuatrimstralmente	80	27%
Semestralmente	50	17%
Anualmente	70	23%
Total	299	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Nathaly Cadena*

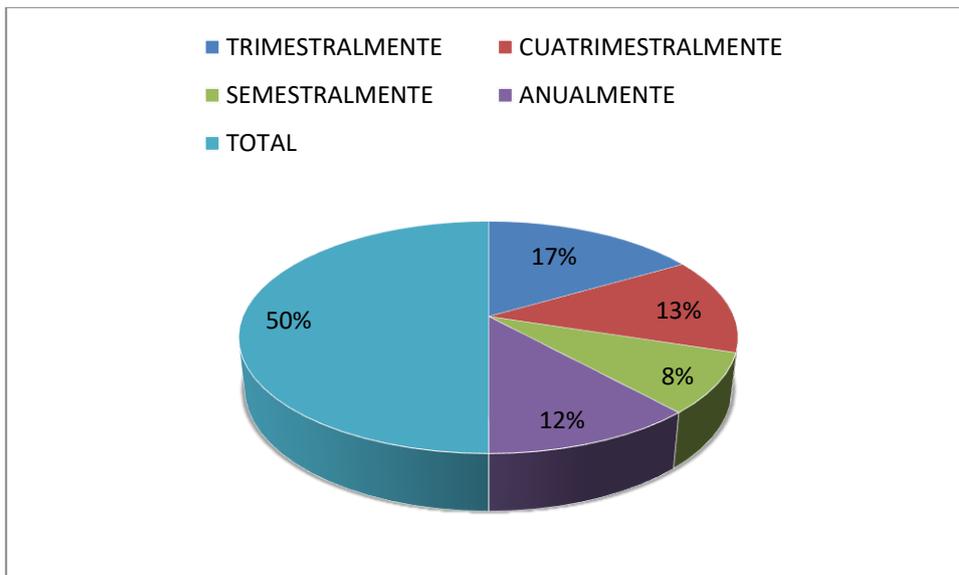


Figura 21 Frecuencia de Compra
*Fuente: Investigación Propio.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

La gente de la Parroquia de Cotocollao el nivel de frecuencia de comprar según su beneficio es trimestralmente con un porcentaje de 33%, cuatrimestralmente es de 27%, anualmente es de 23% y el más bajo frecuencia de compra es de semestralmente con un porcentaje de 17%.

Pregunta 3 ¿Cuánto gasta usted en la compra de zapatos deportivos?

Tabla 21
Gastos de Zapatos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
25 \$ a 40\$	50	17%
40\$ a55\$	80	27%
65\$ a70\$	90	30%
más de 70\$	79	26%
TOTAL	299	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Nathaly Cadena*

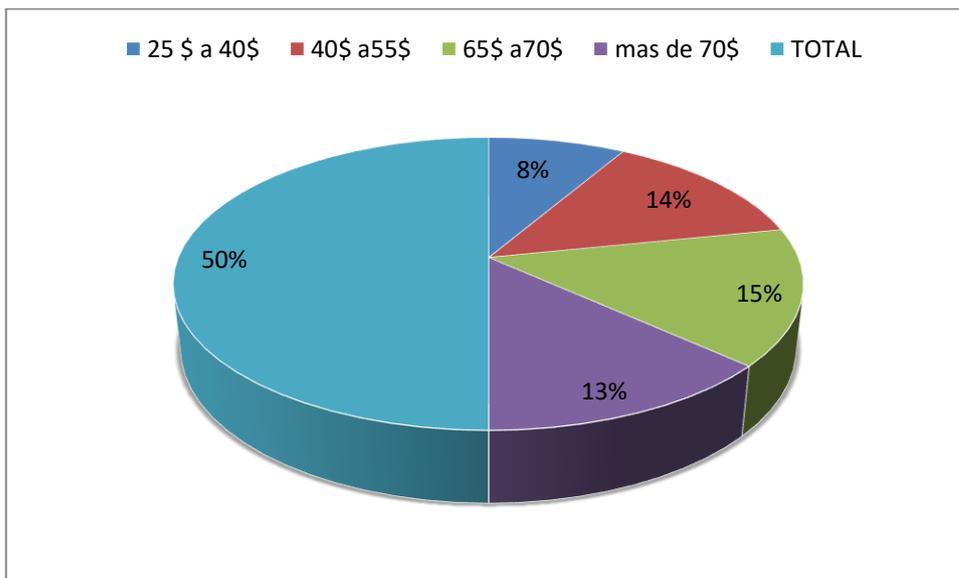


Figura 22 Gasto de Zapatos
*Fuente: Investigación Propio.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

En el mercado se ve la variedad de precios, pero en el sector que se encuesta se encontró el nivel de gasto es muy alto con un porcentaje de 30% con la cantidad de precio de 60\$ a 70\$, y los precios siguientes es de 40\$ a 55\$ con un porcentaje de 27%, de más de 70\$ con un porcentaje de 26%, y con el porcentaje que a todos los ciudadanos de Cotacollao le beneficiaría es de 25\$ a 40\$ con un porcentaje de 17%.

Pregunta 4 ¿Se siente usted satisfecho con la oferta actual de zapatos deportivos?

Tabla 22
Satisfacción con el Producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	200	67%
No	99	33%
Total	299	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Nathaly Cadena*

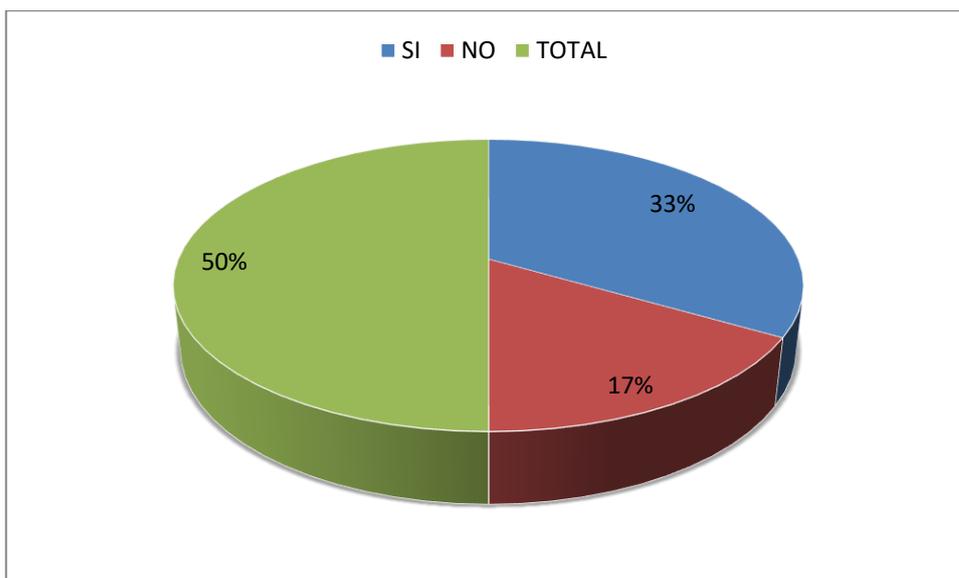


Figura 23 Satisfacción con el Producto
*Fuente: Investigación Propio.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

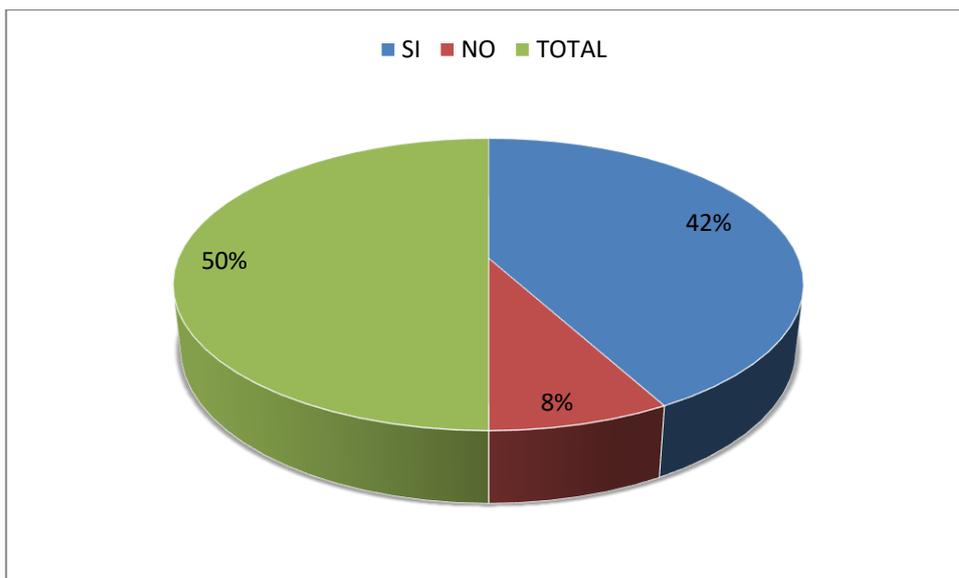
La mayoría de la gente que respondieron con si tiene un porcentaje de 67% y las personas que respondieron un no tiene 33% esto quiere decir que el producto le satisface con un precio adecuado a su bolsillo.

Pregunta 5 ¿Estaría dispuesto a comprar zapatos deportivos nacionales con suelas desmontables?

Tabla 23
Disponibilidad al Producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	319	84%
No	60	16%
Total	379	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Nathaly Cadena*



*Figura 24 Disponibilidad al Producto
Fuente: Investigación Propio.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

El proyecto que se está promocionando para el mercado da un positivismo que la gente le gustaría consumir lo ecuatoriano y aún más con suelas desmontables con un porcentaje de 84% y con los que no les parece esta con un porcentaje de 16%, que casi no se afectaría al lanzamiento del nuevo producto.

Pregunta 6 ¿Qué color de suela le gustaría ponerse?

*Tabla 24
Color de Preferencia*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Azul Marino	64	20%
Negros	106	33%
Blancos	90	28%
Otros	59	18%
Total	319	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Nathaly Cadena

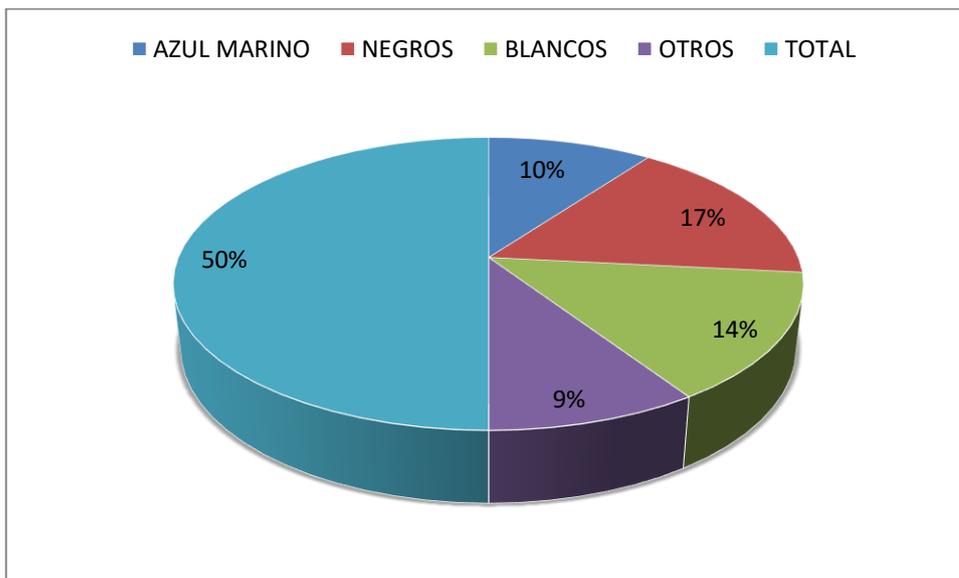


Figura 25 Color de Frecuencia
Fuente: Investigación Propio.
Elaborado por: Nathaly Cadena

En la encuesta que se analizó al consumidor los colores de su más agrado fueron los siguientes: azul marino con un porcentaje de 20%, negros con 33%, blanco con 28%, y otros con 18% con es determinar que la gente preferirá el color negro y blancos.

Pregunta 7 ¿En qué talla o medida compra usted los zapatos?

Tabla 25
Tallas Adecuadas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
35	100	31%
36	0	0%
37	0	0%
38	0	0%
39	120	38%
40	0	0%
41	99	31%
42	0	0%
TOTAL	319	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Nathaly Cadena

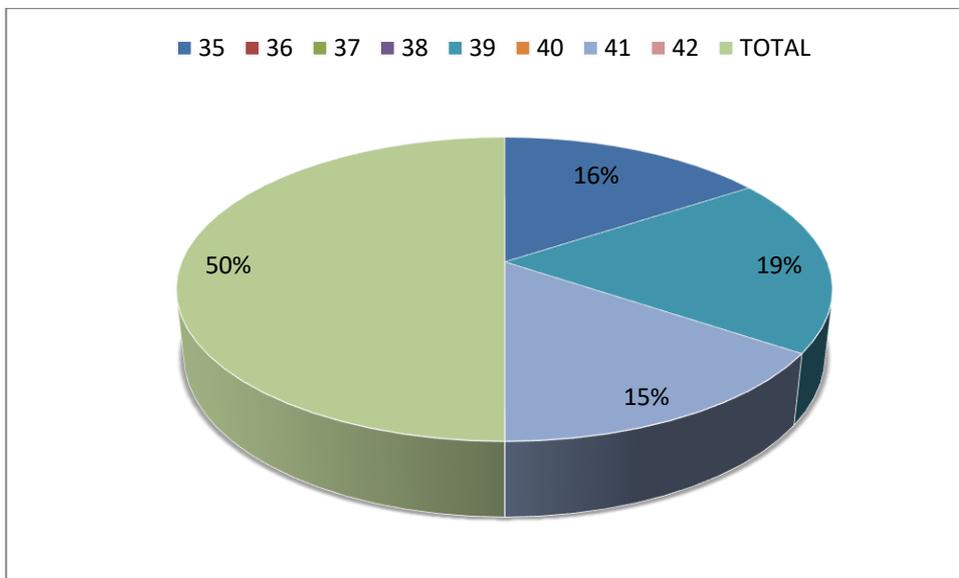


Figura 26 Tallas Adecuadas

Fuente: Investigación Propio.

Elaborado por: Nathaly Cadena

En esta pregunta se determinó que la mayoría de la gente del sector utilizan tallas determinadas como la tallas 35 para mujeres es de 31%, talla 39 para hombres es de 38%, y la talla 41 es de 31%.

Pregunta 8 ¿Desde su perspectiva cree que la marca ecuatoriana es de buena calidad?

Tabla 26
Perspectiva de Marca Nacional

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	252	79%
No	67	21%
Total	319	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Nathaly Cadena

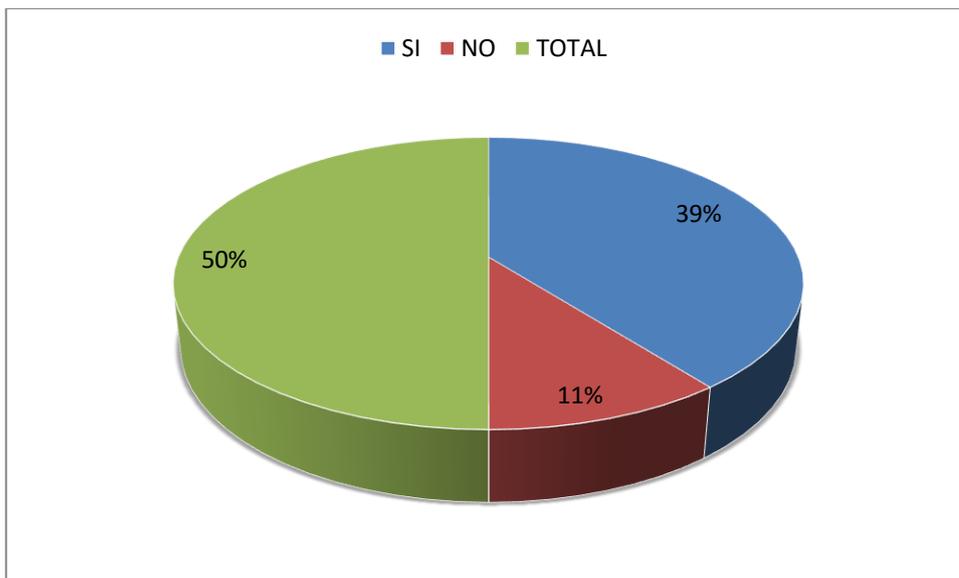


Figura 27 Perspectiva de Marca Nacional
Fuente: Investigación Propio.
Elaborado por: Nathaly Cadena

En esta pregunta se considera la perspectiva de la marca nacional con un porcentaje de 79% y con los que no tiene la perspectiva el 21%.

Pregunta 9 ¿Usted en qué más se fija de los zapatos deportivos?

Tabla 27
Fijación al Comprar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	99	33%
Diseño	100	33%
Precio	100	33%
Total	299	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Nathaly Cadena

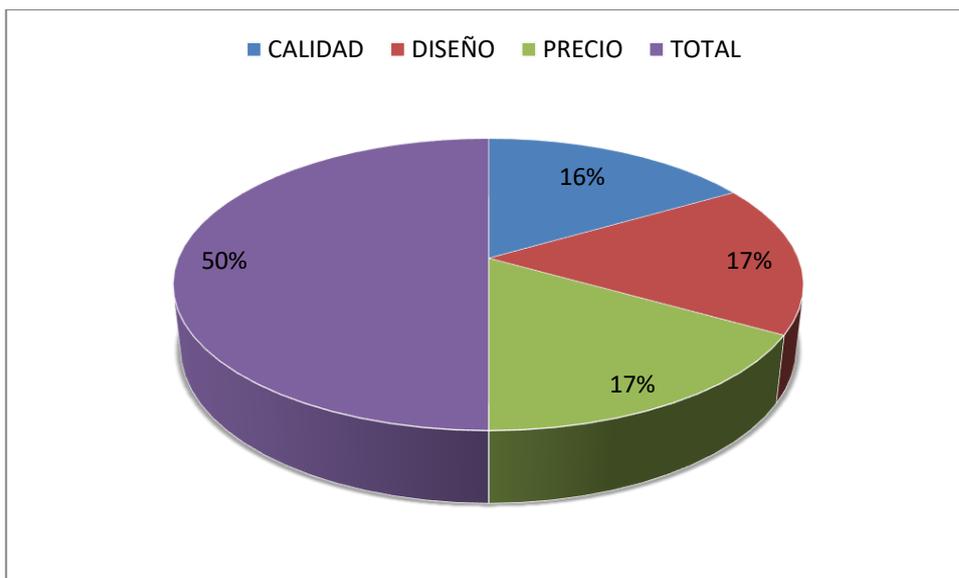


Figura 28 Fijación al Comprar
Fuente: Investigación Propio.
Elaborado por: Nathaly Cadena

La mayoría de los consumidores para elegir un producto se basa con el diseño y precio que tiene un porcentaje de 100% y otra parte se base en la calidad que está con 99%.

3.02 Demanda

La Demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido (Kotler, 2014).

3.02.01 Demanda Histórica

“La evolución histórica de la demanda se puede analizar a partir de datos estadísticos de los bienes y servicios que se han puesto a disposición de la comunidad”. (Rojas, 2009).

*Tabla 28
Demanda Histórica*

AÑOS	DEMANDA
2018	81.406
2017	79.208
2016	77.069
2015	74.989
2014	72.964

*Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

3.02.02 Demanda Actual

“Determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir”. (Carreño, 2014)

*Tabla 29
Demanda Actual*

AÑO	DEMANDA
2019	83.665

*Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

*Tabla 30
Población de Cotocollao*

DATOS	VALORES
Población de cotocollao	36,875
% Aceptación del producto	84%
Total aceptación	31,037

*Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

Tabla 31
Frecuencia de Compras

FRECUENCIA	PORCENTAJE	CANTIDAD	TOTAL
Trimestralmente	33%	10.276	41.106
Cuatrimstralmente	27%	8.304	24.913
Semestralmente	17%	5.190	10.380
Anualmente	23%	7.266	7.266
Total			83.665

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

3.02.03 Demanda Proyectada.

“Es el estudio del mercado que tiene como finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que quiere ingresar con determinado bien o servicio.”

(Ceròn, 2005, pág. 48)

Tabla 32
Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA
2020	85.924
2021	88.244
2022	90.627
2023	93.073
2024	95.586

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

La demanda se proyectò con la tasa de crecimiento, que refleja en el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

3.03 Oferta.

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Baca, 2010, pág. 41).

3.03.01 Oferta Histórica

“Permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto” (Córdova, 2002, pág.145).

Tabla 33
Oferta Histórica

AÑO	OFERTA
2018	54.452
2017	52.982
2016	51.551
2015	50.160
2014	48.805

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Nathaly Cadena

3.03.02 Oferta Actual

“Consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta” (Córdova, 2002, pág.146).

Tabla 34
Oferta Actual

AÑO	OFERTA
2019	55.963

Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Nathaly Cadena

Se puede indicar que la oferta se calcula en base a la demanda y al porcentaje de satisfacción revelado en la encuesta.

3.03.03 Oferta Proyectada

“Extrapolación de la tendencia de la oferta. Posibles cambios en las variables que afectan la oferta y proyección de acuerdo a ello” (Córdova, 2002, pág.146).

Tabla 35
Oferta Proyectada

AÑO	OFERTA
2020	57.474
2021	59.026
2022	60.620
2023	62.256
2024	63.937

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

3.04 Productos Sustitutos

“Limitan el potencial de una industria fijando un techo de precios. Éstos se caracterizan por realizar la misma función que los productos originales”. (Fernández, 2012).

- ✓ Zapatos
- ✓ Sandalias
- ✓ Botas
- ✓ Zapatos de taco
- ✓ Tenis

El producto sustituto que mas significativo para el presente proyecto, se presenta la siguiente información:

3.04.01 Oferta Historica

Tabla 36
Oferta Histórica

AÑO	OFERTA
2018	297180
2017	294387
2016	291619
2015	288878
2014	286163

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

3.04.02 Oferta Actual

Tabla 37
Oferta Actual

AÑO	OFERTA
2018	300000

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

La oferta representa a los productos sustitutos que más representativo tiene el proyecto.

3.04.03 Oferta Proyectada

Tabla 38
Oferta Proyectada

AÑO	OFERTA
2020	302820
2021	305667
2022	308540
2023	311440
2024	314368

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

3.05 Balance Oferta -Demanda

“Es el balance entre oferta y demanda, permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto.” (Pacheco, 2007, pág. 52)

3.05.01 Balance Actual

“Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores, en un momento determinado” (Delgadillo, 2014).

Tabla 39
Balanza Actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA
2019	83.665	55.963	27.702

*Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

3.05.02 Balance Proyectado

“El conocimiento de la Demanda y Oferta proyectada nos permitirá conocer la demanda disponible del proyecto”. (Delgadillo, 2014).

Tabla 40
Balance Proyectado

AÑO	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA
2020	85.924	57.474	28.450
2021	88.244	59.026	29.218
2022	90.627	60.620	30.007
2023	93.073	62.256	30.817
2024	95.586	63.937	31.649

*Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

Con la tabla anterior se puede evidenciar que sí existe un mercado inatendido que el presente proyecto tratará de cubrir. Si bien es cierto no en su totalidad, pero en algún porcentaje definido más adelante.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

“Es la técnica e instrumentos necesarios para ese fin y especialmente para poder medir el grado de adecuación de esa función de producción a un determinado conjunto de criterios.” (Passarge, 2006, pág. 189)

4.01 Tamaño del Proyecto

“El tamaño depende de la magnitud la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulando pues cada proyecto tiene características particulares que al final limitaran su tamaño.” (Posas, 2007, pág. 59)

4.01.01 Capacidad Instalada

“La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad.” (Nunes, 2015, pág. 3)

*Tabla 41
Capacidad Instalada*

CAPACIDAD	AZUL MARINO	NEGROS	BLANCOS	OTROS	TOTAL
Diaria	10	16	14	9	48
Semanal	48	79	68	44	240
Mensual	193	318	273	177	960
Anual	2312	3814	3275	2119	11520

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

4.01.02 Capacidad Óptima

“El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata” (Chain, 2008, pág. 73)

*Tabla 42
Capacidad Óptima*

CAPACIDAD	AZUL MARINO	NEGROS	BLANCOS	OTROS	TOTAL
Diaria	3	7	33	31	74
Semanal	15	34	167	153	368
Mensual	58	136	669	611	1474
Anual	698	1629	8029	7331	17688

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

4.02 Localización

“Consiste en determinar el desplazamiento o el área en donde se ubica” (Ildañez, 2012, pág. 354)

4.02.01 Macro- Localización

“Es la primera etapa se selecciona el área en general que se ubicara el proyecto a través del análisis de condiciones generales tanto de infraestructura, económicas, su población e indicadores y características económicas y sociales más importantes.”

(Alvares, 2009, pág. 89)

La macrolocalización del proyecto queda definida de la siguiente manera:

Tabla 43
Macro Localización

POBLACIÓN
ECUADOR
SIERRA
PICHINCHA
QUITO
COTOCOLLAO

Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Nathaly Cadena



Figura 29 Macro-localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Nathaly Cadena

4.02.02 Micro- Localización

“Definida la zona o población se requiere determinar la distribución de las instalaciones donde se desarrollará el proyecto. (Ildañez, 2009)

El proyecto se encuentra en el sector Cotocollao de Quito, específicamente en el Barrio los Eucaliptos



Figura 30 Micro- localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Nathaly Cadena

4.02.03 Localización Óptima

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta” (Baca, 2010,pag,10)

Para seleccionar la localización óptima se ha tomado tres alternativas potenciales, estas son:

1. Alternativa 1: calle 25 de Mayo y AV.Lizardo Luis
2. Alternativa 2 : Libertador y AV. de la Prensa
3. Alternativa 3: Av. la Prensa y Lizardo Ruiz

Para seleccionar a la mejora alternativa se utilizarà un anàlisis de ponderaciòn de factores. Esta se indica a continuaciòn:

Tabla 44
Localización Óptima

FACTORES	PONDERACION	Calle 25de mayo y Av. Lizardo Luis		Libertador y AV. La prensa		AV. La prensa y Lizardo Ruiz	
		PUNTAJE	CALIFICACION	PUNTAJE	CALIFICACION	PUNTAJE	CALIFICACION
Costo	50%	2	1	3	1,5	5	2,5
Infraestructura	20%	5	1	4	0,8	5	1
Ubicación	5%	4	0,2	5	0,25	5	0,25
Seguridad	5%	3	0,15	5	0,25	5	0,25
Garantías	5%	5	0,25	4	0,2	4	0,2
Visibilidad	10%	4	0,4	3	0,3	4	0,4
Accesibilidad	5%	2	0,1	4	0,2	3	0,15
Total	100%	TOTAL	3,1	TOTAL	3,5	TOTAL	4,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nathaly Cadena

La localización óptima del proyecto es de la Avenida la Prensa y Lizardo Ruiz, ya que tienen el mayor ponderación de 4.75, esto será conveniente para el negocio porque cumple con los requisitos esenciales para las instalaciones. El área total de la alternativa es de 80 metros cuadrados.



Figura 31 Localización óptima

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Nathaly Cadena

4.03 Ingeniería del Producto

“El término es aplicado a todas las acciones que identifican localizan y eliminan el coste necesario en un diseño en el desarrollo y obtención manufactura y entrega de un

producto o servicio sin sacrificar la calidad esencial la confiabilidad, el rendimiento o el aspecto de mantenimiento.” (Malisani, 2009, pág. 216)

4.03.01 Definición del Bien y Servicio.

“Un conjunto de atributos físicos de servicios y simbólico que producen satisfacción beneficio al usuario o comprador”. (Galindo, 2007, pág. 55)

El producto que esta comercializando y produciendo a base de un zapato deportivo con suelas desmontables para hombres y mujeres con tallas de 34 a 42, tamaños normales con diseños propios y originales y con distintos colores (negro, blanco, azul, cafés) etc, con el fin que el cliente despege la suela del zapato y escoga el color de la suela a su gusto y pueda que el cliente le guste el mismo diseño de la suela sin cambiar nada.

4.03.02 Distribucion de la Planta

“La distribución de planta permite ordenar de una manera correcta aprovechando tiempos de producción, empaclado y almacenado, siendo esta una forma ágil y rápida para las líneas de producción, así mismo para las áreas administrativas que ocupan la planta.”(Ibujes, 2001)

Para utilizar un criterio objetivo de distribucion de la planta se utilizará la matriz SLP misma que mediante sus códigos de cercanía establece los siguiente:

Tabla 45
Código de Cercanía

N	CÓDIGO DE CERCANÍA
1	Por Proceso
2	Por Gestión Administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Tabla 46
Razón de Cercanía

	RAZÓN DE CERCANÍA
A	Absolutamente necesaria que este cerca
E	Especialmente necesaria que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía indiferente
X	Cercanía indeseable

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

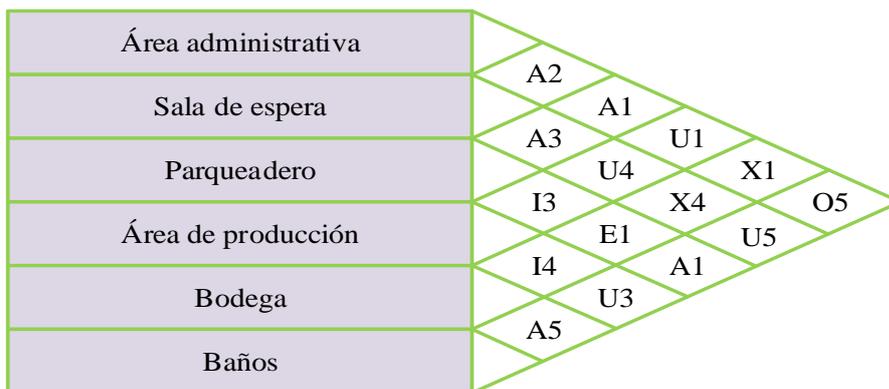


Figura 32 Matriz SLP

Fuente: Investigación Propia

Con esto, los planos de la planta se presentan específicamente, los departamentos tendrán las siguientes áreas:

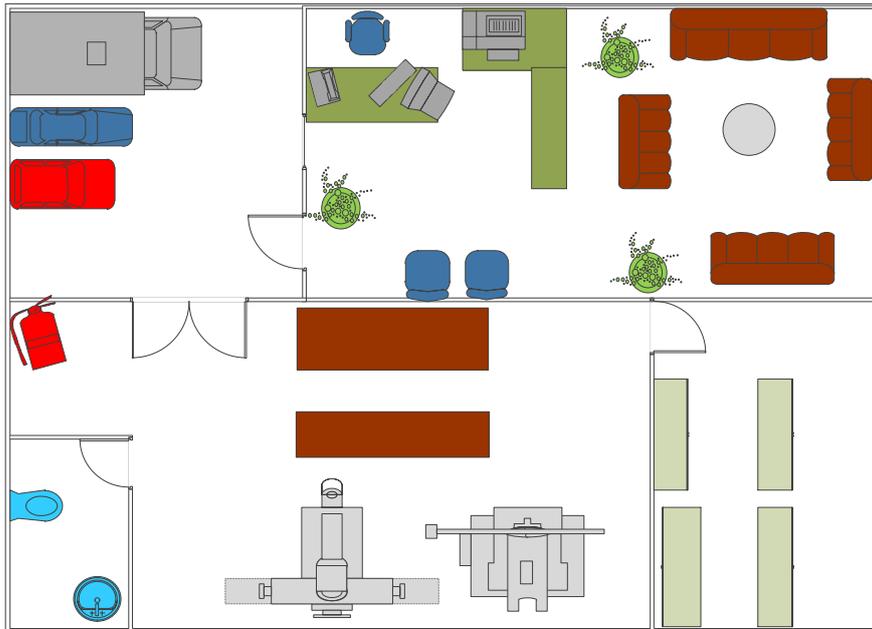


Figura 33 Distribución de Planta
 Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Nathaly Cadena

Tabla 47
 Distribución de Planta

DEPARTAMENTO	AREA
Parqueadero	30metros ²
Oficina	10metros ²
Sala de espera	5metros ²
Departamento de producción	20 metros ²
Baños	5metros ²
Bodega	10metros ²
Total	80 metros ²

Fuente: Investigación propia.
 Elaborado por: Nathaly Cadena

4.03.03 Proceso Productivo

“Es el que está siempre relacionado con un conjunto de operaciones y actividades que se ejecutan para crear valor buscan satisfacer las necesidades de los clientes mediante la transformación de insumos o materia prima en un producto o servicio” (Retamoso, 2006, pág, 36)

Para el flujograma de procesos se utilizarà la metodología ANSI:

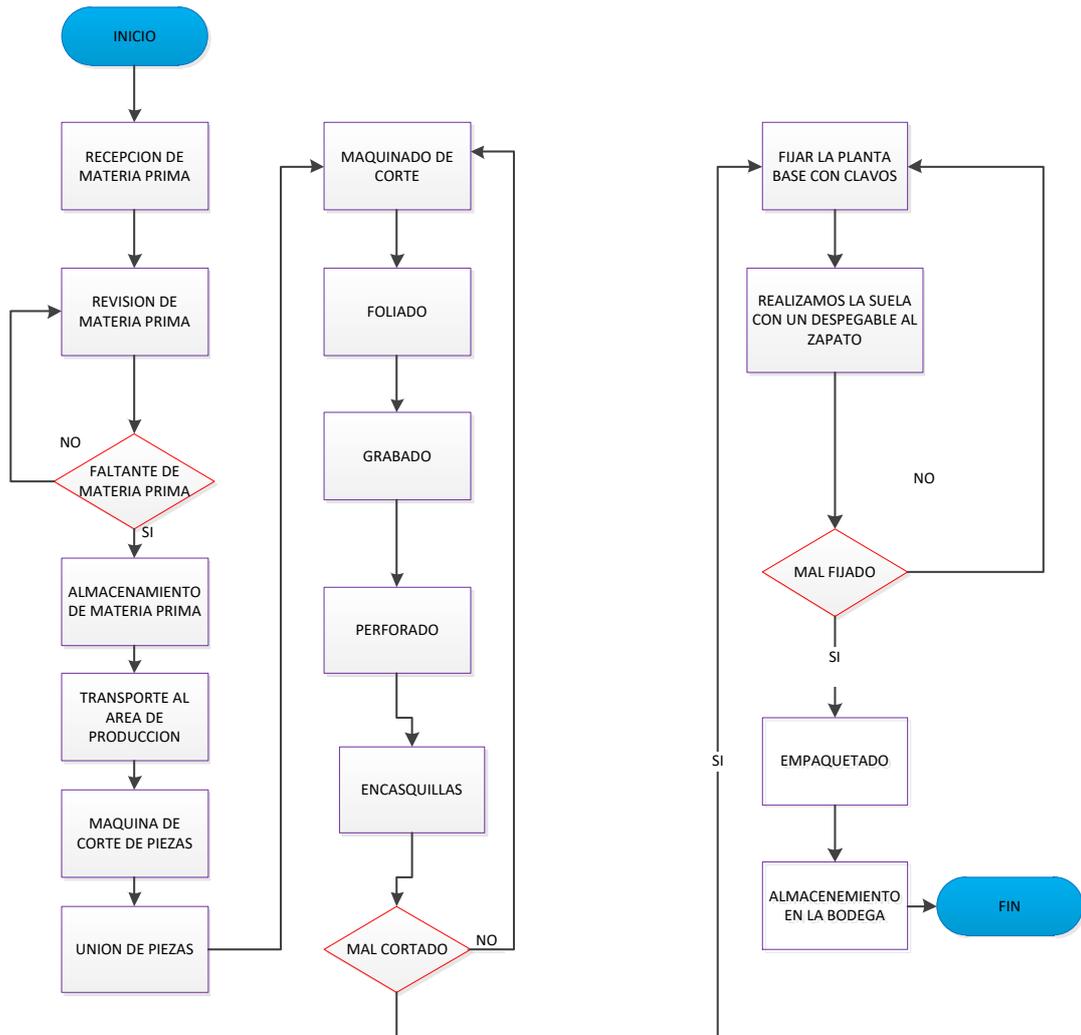


Figura 34 Flujos de Procesos
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Nathaly Cadena

Para asegurar que el proceso de producción se desarrolle de una manera adecuada y con calidad se han diseñado las siguientes fichas y lineamientos de control. Estas, se presentan en el ANEXO 3.

4.03.04 Maquinaria

“Bienes que se utilizan para elaborar y ensamblar otros bienes; para prestar un servicio de carácter productivo y que no se consume en un sólo ciclo de producción.”

(Martin, 2004, pág. 147).

Tabla 48
Maquinaria

ÍTEM	MAQUINARIA
Máquina de coser	1
Máquina de ensamblar	1
Pegadora	1
Cortadora	2
Herramientas varios	2

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

4.03.05 Equipos

“Nos permiten comenzar a elaborar la definición de equipo de oficina: puede decirse que se trata del conjunto de máquinas y dispositivo que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina”(Pérez & Gardey, 2009)

Tabla 49
Equipos

ÍTEM	MAQUINARIA
Computadoras	1
Impresora	1
Silla giratoria	1
Botes de basura	1
Escritorio	1
Teléfono	1
Archivadora	1
Mesas larga	4
Sofá	3
Silla de espera	2
Coche de traslado	3
Estanterías	4

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

5.01 Ingresos

5.01.01 Ingresos Operacionales

Comprende los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico (Suárez, 2009)

Tabla 50 Ingreso Operacional

ÍTEM	AZUL			NEGRO			BLANCOS			OTROS		
	35	39	41	35	39	41	35	39	41	35	39	41
Cantidad	154	154	154	254	254	254	218	218	218	141	141	141
Precio	24	29	33	24	29	33	24	29	33	24	29	33
Ingresos operacionales	3696	4528	5055	6099	7471	8341	5236	6415	7162	3388	4151	4634
Ingreso total 1er año			72276									

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

5.01.02 Ingresos no Operacionales

“Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma. Las ganancias ocasionales hacen parte de este grupo de ingresos” (Guzmán, Guzmán & Romero, 2005, pág.112).

5.02 Costo

“Lo consideraremos como el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren,” (García, 2008, pág. 9).

5.02.01 Costo Directo

“Son aquellos costos que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas” (García, 2008, pág.12)

5.02.01.01 Materia Prima

“Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados” (García, 2008, pág.16)

*Tabla 51
Talla 35 Materia Prima*

Ítem	Unidad de medida	Costo	Cantidad	Costo Unitario
Suela	Plancha	20	10	2
Cuero	Mts ²	35	8	4,375
Cuerina	Mts ²	25	8	3,125
Clavos	Unidades	1,65	1	1,65
Tela	Mts ²	10,75	8	1,34375
Cordones	Unidades	5,25	1	5,25
Pegamento	Unidades	5	1	5
Total				22,7

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Tabla 52
Talla39 Materia Prima

Ítem	Unidad de Medida	Costo	Cantidad	Costo Unitario
Suela	Plancha	10	10	1
Cuero	Mts ²	35	8	4,375
Cuerina	Mts ²	25	8	3,125
Clavos	Unidades	1,65	1	1,65
Cordones	Unidades	5,75	2	11,5
Tela	Mts ²	10,73	8	1,34125
Pegamento	Unidades	5	1	5
Total				27,99

Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Nathaly Cadena

Tabla 53
Talla41Materia Prima

Ítem	Unidad de Medida	Costo	Cantidad	CostoUnitario
Suela	Plancha	20	4	5
Cuero	Mts ²	35	8	4,375
Cuerina	Mts ²	25	8	3,125
Clavos	Unidades	1,65	1	1,65
Tela	Mts ²	9,4	8	1,175
Cordones	Unidades	10,75	1	10,75
Pegamento	Unidades	5,5	1	5,5
Total				31,575

Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Nathaly Cadena

5.02.01.02 Mano de Obra

“Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados” (García, 2008, pág.16).

Tabla 54
Mano de Obra

	PRODUCTO	VALOR X HORA	PROPORCIÓN	NÚMEROS OPERARIOS
Azul marino	35	2,2	0,33	1,4
	39	2,2	0,47	2,0
	41	2,2	0,60	2,6
Negros	35	2,2	0,33	1,4
	39	2,2	0,47	2,0
	41	2,2	0,60	2,6
Blancos	35	2,2	0,33	1,4
	39	2,2	0,47	2,0
	41	2,2	0,60	2,6
Otros	35	2,2	0,33	1,4
	39	2,2	0,47	2,0
	41	2,2	0,60	2,6

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

5.02.02 Costo Indirecto

“Son aquellos costos que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas” (García, 2008, pág.12).

Tabla 55
Costo Indirecto

MATERIAL	UNIDAD MEDIDA	COSTO ANUAL
Suministros De Limpieza	KIT	300
Suministros De Producción	KIT	360
	Total anual	660
	Producción	11520
	anual	
	CIF unitario	0,06

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Luego de haber obtenidos la información se presenta ls siguientes resultados:

Tabla
56 Resumen de Costos

	AZUL			NEGRO			BLANCOS			OTROS		
	35	39	41	35	39	41	35	39	41	35	39	41
Materia prima	22,74	27,99	31,575	22,74	27,99	31,58	22,74	27,99	31,58	22,74	27,99	31,58
Mano obra	1,40	2,00	2,60	1,40	2,00	2,60	1,40	2,00	2,60	1,40	2,00	2,60
CIF	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06
Total costo	24,2	30,0	34,2									

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Con los costos establecidos se puede fijar el precio final de venta:

Tabla 57
Fijación Precio Unitario

	AZUL			NEGRO			BLANCOS			OTROS		
	35	39	41	35	39	41	35	39	41	35	39	41
Margen de utilidad	5%	5%	4%	5%	5%	4%	5%	5%	4%	5%	5%	4%
Factor de fijación	1,05%	1,0475	1,037	1,0519	1,0475	1,037	1,0519	1,0475	1,037	1,0519	1,0475	1,037
Precio	25,46	31,48	35,50	25,46	31,48	35,50	25,46	31,48	35,50	25,46	31,48	35,50

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

5.02.03 Gasto Administrativo

Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de Producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal (Nuñez, 2016).

Tabla 58
Gasto Administrativo

AÑO	GASTO ANUAL
2020	9055
2021	9165
2022	9316
2023	9470
2024	9626

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Los valores que se obtuvo del gasto administrativo se maneja de la siguiente información:

- ✓ Sueldos del personal administrativo, es decir, el sueldo del gerente

- ✓ Gasto suministro de oficina, es decir, marcadores, lapices, esferos, hojas etc.
- ✓ Gasto servicios básicos, es decir, el pago de la luz, agua, teléfono e internet
- ✓ Gasto arriendo, es decir, el pago del local

5.02.04 Gasto ventas

“Son los relacionados con la comercialización de los productos de la compañía sueldos de ventas, comisiones de ventas, publicidad, depreciación, renta y servicios públicos de edificios de tiendas, y gastos de envío” (Hornngren, Harrison, & Smith, 2003, pág.183).

Tabla 59
Gastos Ventas

AÑO	GASTO ANUAL
2020	6008,6
2021	6107,8
2022	6208,6
2023	6311,0
2024	6415,1

*Fuente: Investigación de Mercado.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

Para el gasto venta se obtuvo de la siguiente información:

- ✓ Pago sueldo al vendedor, es decir, el pago del empleado
- ✓ Pago publicidad, es decir de los volantes, tarjetas, demás

5.02.05 Costos Financieros

“Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento” (García, 2008, pág.12).

Para determinar el mejor costo financiero se presenta a continuación la tabla de las entidades financieras con las mejores intereses:

Tabla 60
Instituciones con Tasa de Interés

INSTITUCIONES	TASA DE INTERÉS
Cooperativa 23 de julio	23,60%
Cooperativa de ahorro y créditos COOPCCP	36,50%
Banco bolivariano	44,70%
Banco pacifico	44,40%
Banco Guayaquil	54,10%

Fuente: Investigación de propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Luego de haber analizado las instituciones financieras se procede a escoger la Cooperativa 23 de julio por tener un interes bajo de 23.60% por lo que es conveniente para el proyecto.

5.02.06 Costos Fijos y Variables

❖ Costos Fijos

“Los costos fijos son algunas veces referenciados como costos de capacidad, puesto que ellos se originan en desembolsos hechos, para instalaciones en planta, equipos y otros ítem, necesarios para proporcionar la capacidad básica que apoya las operaciones” (Cuevas, 2001, pág.41).

Tabla 61
Costos fijos

COSTO FIJOS	VALOR
Gasto Administrativo	9055,20
Gasto de Ventas (Parte Fija)	6008,65
Total	15063,85

Fuente: Investigación de propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

❖ Costos Variables

“Se llaman variables a aquellos costos que dependen de la producción. Estos costos aumentan o disminuyen con la producción” (Mulleady, 1986, pág.4).

Tabla 62
Costos Variables

	AZUL			NEGRO			BLANCOS			OTROS		
	35	39	41	35	39	41	35	39	41	35	39	41
Materia prima	22,74	27,99	31,575	22,74	27,99	31,58	22,74	27,99	31,58	22,74	27,99	31,58
Mano obra	1,40	2,00	2,60	1,40	2,00	2,60	1,40	2,00	2,60	1,40	2,00	2,60
Cif	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06
Total costo	24,2	30,0	34,2									

Fuente: Investigación de propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Los costos variable se obtienen de la sumatoria de materia prima, mano de obra y costos de indirectos de fabricacion.

5.03 Inversiones

5.03.01 Invesion Fija

“Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un años y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades” (Bautista, 2011).

5.03.02 Activos Fijos

“Los activos fijos tienen en esencia dos características básicas. Son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio; es decir, con la razón de ser del ente económico estudiado” (Guzmán, Guzmán, & Romero, 2005, pág.68).

Tabla 63
Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	COSTO
Maquinaria	6954
Equipo de Oficina	1059
Equipo de Computación	950
Muebles y Enseres	1567
Total	10530

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

En los activos fijos cada uno de ellos al pasar el tiempo pierden su valor por lo que se deprecian .

5.03.03 Activos Nominales

“Integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos” (Hernández, 2006, pág.14)

Tabla 64
Activos Nominales

ACTIVOS	VALORES
Gasto De Contribución	550
Activos Nominales	550

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Los activos nominales se consideran con aquellos que se distribuyen con pagos de permisos para el funcionamiento de la microempresa.

5.03.04 Capital de Trabajo

“El capital de trabajo debe de incluirse como partes de la inversión inicial y como partes de los flujos anuales, pero después de impuestos. Se asume que se recupera al final del proyecto” (Fernández, 2007, pág.117).

Tabla 65
Capital de Trabajo

ITEM	VALOR
Costo de Producción	58921
Gasto de Administrativo	9055,20
Gasto de Ventas	6008,65
Sumatoria 1er Año	73985
Días del Año	360,00
Capital de Trabajo	205,5
Días de Desfase	30
Capital de Trabajo	6.165

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Para el cálculo de capital de trabajo se utilizó el método de desfase el cual consiste en 30 días de ciclo productivo, es decir, tiempo en el cual se fabricara el producto y generará ingresos para cubrir aquella inversión que se utilizó para comenzar la producción.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento

“Las fuentes de financiamiento de la empresa son de carácter interno o externo, las cuales, a su vez, se subdividen en recursos provenientes del sistema financiero nacional y externo a la economía” (Levy, 1994, pág.167)

Tabla 66
Fuentes de Financiamiento

FUENTES	APORTE	PARTICIPACION
Recursos propios	11241,41	65%
Deuda	6000,	35%
Total	17241,4	100%

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Para el funcionamiento de la microempresa se determinara que los recursos propios estan para el aporte con una participacion del 65% de la inversion

5.03.06 Amortización de Financiamiento

❖ Metodo Alemán

“Su utilización no es frecuente a pesar de que permita pagar menos interés. Con este método la cantidad amortizada siempre es la misma, de suerte que el pasivo va disminuyendo de forma acelerada mes a mes y con él, los intereses que se generan”

(Guarino, 2016, pág. 15).

❖ Metodo francés

Lo más importante es que con esta amortización terminamos pagando siempre la misma cuota. El dinero a devolver se distribuye por períodos entre los intereses se calculan sobre el valor pendiente que va quedando por cancelar. Así, la parte de la cuota que corresponde a los intereses se va reduciendo en proporción a la amortización del capital (Guarino, 2016, pág. 15).

Tabla 67
Financiamiento del Proyecto

CONDICIONES FINANCIAMIENTO	VALOR	DATOS
Capital	6000,000	6000
Plazo	5 años	60 meses
Tasa	23,60%	1,97%

Fuente: Investigación de propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Luego de haber analizado las condiciones iniciales de adquisición del préstamo se procede a escoger el Método Alemà

Tabla 68
Método Alemán

Periodo	Saldo Inicial	Interes	Cuota	Amortizacion	Saldo Final
0					6000,00
1	6000,00	118	218,00	100	5900,00
2	5900,00	116	216,03	100	5800,00
3	5800,00	114	214,07	100	5700,00
4	5700,00	112	212,10	100	5600,00
5	5600,00	110	210,13	100	5500,00
6	5500,00	108	208,17	100	5400,00
7	5400,00	106	206,20	100	5300,00
8	5300,00	104	204,23	100	5200,00
9	5200,00	102	202,27	100	5100,00
10	5100,00	100	200,30	100	5000,00
11	5000,00	98	198,33	100	4900,00
12	4900,00	96	196,37	100	4800,00
13	4800,00	94	194,40	100	4700,00
14	4700,00	92	192,43	100	4600,00
15	4600,00	90	190,47	100	4500,00
16	4500,00	89	188,50	100	4400,00
17	4400,00	87	186,53	100	4300,00
18	4300,00	85	184,57	100	4200,00
19	4200,00	83	182,60	100	4100,00
20	4100,00	81	180,63	100	4000,00
21	4000,00	79	178,67	100	3900,00
22	3900,00	77	176,70	100	3800,00
23	3800,00	75	174,73	100	3700,00
24	3700,00	73	172,77	100	3600,00
25	3600,00	71	170,80	100	3500,00
26	3500,00	69	168,83	100	3400,00
27	3400,00	67	166,87	100	3300,00
28	3300,00	65	164,90	100	3200,00
29	3200,00	63	162,93	100	3100,00
30	3100,00	61	160,97	100	3000,00
31	3000,00	59	159,00	100	2900,00
32	2900,00	57	157,03	100	2800,00

33	2800,00	55	155,07	100	2700,00
34	2700,00	53	153,10	100	2600,00
35	2600,00	51	151,13	100	2500,00
36	2500,00	49	149,17	100	2400,00
37	2400,00	47	147,20	100	2300,00
38	2300,00	45	145,23	100	2200,00
39	2200,00	43	143,27	100	2100,00
40	2100,00	41	141,30	100	2000,00
41	2000,00	39	139,33	100	1900,00
42	1900,00	37	137,37	100	1800,00
43	1800,00	35	135,40	100	1700,00
44	1700,00	33	133,43	100	1600,00
45	1600,00	31	131,47	100	1500,00
46	1500,00	30	129,50	100	1400,00
47	1400,00	28	127,53	100	1300,00
48	1300,00	26	125,57	100	1200,00
49	1200,00	24	123,60	100	1100,00
50	1100,00	22	121,63	100	1000,00
51	1000,00	20	119,67	100	900,00
52	900,00	18	117,70	100	800,00
53	800,00	16	115,73	100	700,00
54	700,00	14	113,77	100	600,00
55	600,00	12	111,80	100	500,00
56	500,00	10	109,83	100	400,00
57	400,00	8	107,87	100	300,00
58	300,00	6	105,90	100	200,00
59	200,00	4	103,93	100	100,00
60	100,00	2	101,97	100	0,00

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

El Método de amortización Frances, se muestra en el ANEXO.

5.03.07 Depreciaciones

“Dado que la depreciación es un gasto que se causa pero no se paga, en otras palabras, el gobierno permite que restemos la depreciación de la utilidad, porque no nos cobran ese monto a través de los impuestos, y como lo restamos de la utilidad, se lo sumamos al flujo de caja”. (Gallego, 2011, pág.105)

*Tabla 69
Depreciaciones*

ACTIVOS FIJOS	COSTO	VIDA UTIL	2020	2021	2022	2023	2024	VALORES LIBROS
Maquinaria	6954	10	695,400	695,400	695,400	695,400	695,400	3477
Equipo de oficina	1059	10	105,900	105,900	105,900	105,900	105,900	530
Equipo de computación	950	3	316,667	316,667	316,667	0,000	0,000	0
Muebles y enseres	1567	10	156,700	156,700	156,700	156,700	156,700	784
Total	10530		1274,667	1274,667	1274,667	958,000	958,000	4790

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Para la depreciaciones de los activos fijos se utilizò el mètodo de linea recta.

5.03.08 Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado” (Flores, 2013).

*Tabla 70
Estado de Situación Inicial*

EMPRESA “ USHUTA” ESTADO DE SITUACION INICIAL	
Activos	2019
Activos corrientes	
Caja	6161,41
Total activos corrientes	6161,41
Activos fijos	
Maquinaria	6954
Depreciación acumulada maquinaria	0,0
Equipo de oficina	1059
Depreciación acumulada equipo de oficina	0
Equipos de computación	950
Depreciación acumulada equipo de computo	0
Muebles y enseres	1567
Depreciación muebles y enseres	0
Total activos fijos	10530,0
Activos nominales	550
Amortización	0
Total activo nominales	550
Total activos	17.241,4
Pasivos	

Pasivos no corrientes	0
Documentos por pagar	6000
Total pasivos	6000
Patrimonio	
Capital	11241,4
Utilidad retenida	0,0
Total patrimonio	11241,4
Total pasivos + total patrimonio	17.241,4

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

El estado de situación inicial representa lo que la microempresa tiene de activos y las deudas que posee con terceras personas.

5.03.09 Estado de Resultados Projectado

Este estado condensa las condiciones presupuestarias que se han realizado, dando una visión integral acerca de cuáles serán los posibles resultados de la empresa para los próximos doce meses, y para los siguientes cuatro años. Ahora se está ante el resultado final de todos los presupuestos operativos que se han venido preparando, ingresos, producción, mercadeo y ventas, administración y financieros. Se tiene ahora el resultado neto de las operaciones de los periodos que ha presupuestado (Leiva, 2007, pág.102).

*Tabla 71
Estados de Resultados*

EMPRESA " USHUTA "					
ESTADO DE RESULTADOS					
Cuentas	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	77461	79467	81525	83637	85803
Costo de producción	58873	60397,88111	61962,18623	63567,00685	65213,39233
Utilidad bruta	18588	19069	19563	20070	20590
Gasto administrativo	9055,20	9165	9316	9470	9626
Gasto de venta	6008,65	6107,79	6208,57	6311,01	6415,14
Gasto depreciaciones	1274,67	1274,67	1274,67	958,00	958,00
Gasto amortizaciones	110,00	110	110	110	110
Utilidad operacional	2139,47	2411,9	2653,8	3221,0	3480,5
Gasto financiero	1286,2	1003	720	437	153
Utilidad antes de parti.	853	1408,9	1934,0	2784,4	3327,1
15% participa trabajador	128,0	211,3	290,1	417,7	499,1
Utilidad antes de ir	725,3	1197,6	1643,9	2366,8	2828,0
Impuesto a la renta	0,0	0	0	0	0
Utilidad neta	725,3	1197,6	1643,9	2366,8	2828,0

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Calcula todos los ingresos y gastos proyectados que se genera durante todo un periodo y finalmente presenta la utilidad.

5.03.10 Flujo de Caja

“El flujo de efectivo se refiere al propósito diario, semanal, mensual o anual de todos los cobros y pagos en efectivos, en función de la diferencia de estos dos últimos términos, se determina el excedente o déficit de caja para un período determinado”

(Leiva, 2007, pág.103).

Tabla 72
Estado de Flujo de Caja

EMPRESA " USHUTA "						
FLUJO DE CAJA						
Cuentas	2019	2020	2021	2022	2023	2024
(=) Utilidad operacional	0	2139	2412	2654	3221	3480
(+) Gasto depreciaciones	0	1274,67	1274,67	1274,67	958,00	958,00
(+)Gasto amortizaciones	0	110	110	110	110	110
(-) 15% partic trabajo	0	127,99	211,34	290,11	417,67	499,06
(-) Impuesto a la renta	0	0	0	0	0	0
(=) F.e.o	0	3396,14	3585,27	3748,40	3871,37	4049,40
(-) Inversión activos fijos	10530	0	0	0	0	
(+) Recuperación activos fijos		0	0	0	0	5393,5
(-) Inversión capital de trabajo	-6161	0	0	0	0	
(+) Recuperación de capital		0	0	0	0	6161
(-) Inversión activos nominales	-550					
(=) Flujo de caja del proyecto	17241	3396,14	3585,27	3748,40	3871,37	15604,31
(+) Préstamo	6000	0	0	0	0	0
(-) Gasto financiero	0	1286	1003	720	437	153
(-) Devolución del préstamo	0	1200	1200	1200	1200	1200
(=) Flujo de caja de inversionista	11241	909,9	1382,3	1828,6	2234,8	14250,9

Fuente: Investigación de Propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

En el presente estado financiero se da conocer una liquidez que presenta la microempresa anualmente mediante los 5 años.

5.03.11 Balance General Proyectado

“La proyección del balance general consiste en mostrar la posición financiera de una organización en un periodo contable (un mes, un semestre, un año u otro lapso) después del último corte contable” (Ramírez & Cajigas, 2004, pág.235).

Tabla 73
Estado de Resultado Proyectado

	EMPRESA					
	"					
	USHUTA"					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Activos						
Activos corrientes						
Caja	6161,41	7071,35	8453,62	10282,22	12516,99	26767,90
Total activos corrientes	6161,41	7071,35	8453,62	10282,22	12516,99	26767,90
Activos fijos						
Maquinaria	6954	6954	6954	6954	6954	0
Depreciación acumulada maquinaria	0,0	695,4	1390,8	2086,2	2781,6	0
Equipo de oficina	1059	1059	1059	1059	1059	0
Depreciación acumulada equipo de oficina	0	105,9	211,8	317,7	423,6	0
Equipos de computación	950	950	950	0		
Depreciación acumulada equipo de computo	0	316,67	633,33	0,00		
Muebles y enseres	1567	1567	1567	1567	1567	0
Depreciación muebles y enseres	0	156,7	313,4	470,1	626,8	0
Total activos fijos	10530,0	9255,3	7980,7	6706,0	5748,0	0,0
Activos nominales	550	550	550	550	550	550
Amortización	0	110	220	330	440	550
Total activo nominales	550	440	330	220	110	0
Total activos	17.241,4	16.767	16.764	17.208	18.375	26.768
Pasivos						
Pasivos no corrientes	0					
Documentos por pagar	6000	4800	3600	2400	1200	0
Total pasivos	6000	4800	3600	2400	1200	0
Patrimonio						
Capital	11241,4	11241,4	11241,4	11241,4	11241,4	11241,4
Utilidad retenida	0,0	725,3	1922,9	3566,8	5933,6	15526,5
Total patrimonio	11241,4	11966,7	13164,3	14808,2	17175,0	26767,9
Total pasivos + total patrimonio	17.241,4	16.767	16.764	17.208	18.375	26.768

Fuente: Investigación de Propio.

Elaborado por: Nathaly Cadena

El estado de resultados proyectado de la microempresa “USHUTA” refleja la situación económica, es decir las ganancias mediante un período de tiempo que está proyectado a los 5 años .

5.04 Evaluación

5.04.01 Tasa de Descuento

La tasa de descuento no debe confundirse con el porcentaje de descuento que puede recibir quien compra un producto o quien compra un título valor (bonos, por ejemplo) a descuento. La tasa de descuento se determina considerando el costo del dinero para el que decide; esto es, lo que paga por recibir dinero prestado, o lo que deja de ganar por el dinero que tiene (Vélez, 2003, pág.57).

Tabla 74

Tasa de Descuento

ELEMENTO	VALOR
Inflación Promedio	1,65%
Tasa Riesgo País	6,51%
Prima De Riesgo	2%
Total	10,16%

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Nathaly Cadena

El cálculo de los indicadores de evaluación y aceptación del proyecto que representa la tabla del resumen de flujos que va evaluar :

Tabla 75

Periodo de Recuperación de Inversión

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO DESCONTADOS	FLUJO ACUMULADO
0	-17241,4	-17241,4	-17241,4
1	3396,1	3055,2	-14186,2
2	3585,3	2901,5	-11284,7
3	3748,4	2729,0	-8555,7
4	3871,4	2535,5	-6020,2
5	15604,3	9193,9	3173,8

Fuente: Investigación de Propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Se obtiene del TMAR de 10.16%, por lo cual representa una tasa mínima que es aceptable de rendimiento de la inversión.

5.04.02 Valor Actual Neto(VAN)

“El VAN mide la rentabilidad absoluta neta de un proyecto, lo que está en la línea con la definición del valor de la empresa en términos absolutos” (Aguilar, 2009, pág.89).

$$0 = \frac{FF}{(1 + TIR)^n} + \dots (\text{Inversión})$$

$$VAN = \frac{3600,65}{(1+0,1016)^1} + \frac{3411,14}{(1+0,1016)^2} + \frac{3887,56}{(1+0,1016)^3} + \frac{3764,18}{(1+0,1016)^4} + \frac{1562,94}{(1+0,1016)^5}$$

$$VAN = 3096.53.2 + 2967.1059 + 2908.073 + 2556.0813 + 9631.606 = 21159.3982$$

$$VAN = 21159.3982 - 17245$$

$$VAN = 3917.39$$

Como se puede apreciar que el VAN es mayor que cero entonces el proyecto es viable.

5.04.03 Tasa Interna de Retorno(TIR)

“La TIR se define como aquel tipo de interés que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización que iguala a cero el valor actual neto” (Aguilar, 2009, pág.88).

$$VAN = \sum \frac{FF}{(1 + Tmar)^n} + \dots + (\text{Inversión})$$

$$TIR = VAN = 0$$

$$TIR = \frac{3764,18}{(1+TIR)^1} + \frac{3600,65}{(1+TIR)^2} + \frac{3411,14}{(1+TIR)^3} + \frac{3887,56}{(1+TIR)^4} + \frac{1562,94}{(1+TIR)^5} - 17245.42$$

$$TIR = 40.82\%$$

Con la tasa interna de retorno se obtiene un 40,82%, por lo tanto indica que el proyecto es rentable porque es mayor que el TMAR.

5.04.04 Periodo de Recueperacion de la Invesion (PRI)

“El payback indica el número de años necesarios para recuperar el desembolso inicial de una inversión” (Montoro, Martín, & Díez, 2014, pág.311).

$$PRI = (\text{Año último acumulado}) + \frac{(\text{Total ultimo acumulado})}{\text{Siguiete flujo descontado}}$$

$$4 + \frac{5976}{9206.09935}$$

$$= 4.65$$

$$= 4 \text{ años}, 13 \text{ meses}, 181 \text{ dias.}$$

Una vez analizado el PRI, se obtuvo que el tiempo de recuepraciones de 4 años, 13 mese y 181 dias que se recuperará en largo plazo.

5.04.05 Relaciòn Costo Beneficio (RBC)

Compara los beneficios y los costos de un proyecto particular y si los primeros exceden a los segundos entrega un elemento de juicio inicial que indica su aceptabilidad. Si, por el contrario, los costos superan a los beneficios, el proyecto debe ser en principio rechazado (Cohen & Franco, 2006, pág.171)

$$RBC = \sum \frac{FF}{(1 + Tmar)^n} + \dots / \text{Inversión}$$

$$RBC = \frac{3764,18}{(1+0,1016)^1} + \frac{3600,65}{(1+0,1016)^2} + \frac{3411,14}{(1+0,1016)^3} + \frac{3887,56}{(1+0,1016)^4} + \frac{15629,94}{(1+0,1016)^5} / 17245,42$$

$$RBC = 21207,24 / 17245,42$$

$$RBC = 1.23$$

Por cada dólar invertido se recupera ese dólar y se obtiene 0,23ctvs.

5.04.06 Punto de Equilibrio

El punto en el que el margen de contribución es igual al costo al costo fijo total de producir un producto o servicio. En este punto, los ingresos totales son iguales a los costos totales y las utilidades son cero (Emery, Finnerty & Stowe, 2000, pág.387).

*Tabla 76
Factores de Punto de Equilibrio*

PRODUCTOS	AZUL			NEGRO		BLANCOS			OTROS		TOTAL		
	35	39	41	35	39	41	35	39	41	35	39	41	
Cantidad	154	154	154	254	254	254	218	218	218	141	141	141	2304
Porcentaje	10%	5%	10%	10%	10%	10%	10%	5%	10%	5%	5%	10%	100%
Precio de venta	25	31	35	25	31	35	25	31	35	25	31	35	
Costo unitario	24,2	30,0	34,2	24,2	30,0	34,2	24,2	30,0	34,2	24,2	30,0	34,2	
Margen de contribución	1,3	1,4	1,3	1,3	1,4	1,3	1,3	1,4	1,3	1,3	1,4	1,3	
Margen de contribución %	0,13	0,07	0,13	0,13	0,14	0,13	0,13	0,07	0,13	0,06	0,07	0,13	1,30
Costo fijos	15063,85												
Punto de equilibrio general	11560												
Punto de equilibrio específico	1156	578	1156	1156	1156	1156	1156	578	1156	578	578	1156	11560

*Fuente: Investigación de Propia.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

*Tabla 77
Punto de Equilibrio*

CANTIDAD	TOTAL INGRESO	COSTO UNITARIO	COSTO FIJOS	COSTO TOTAL	UTIL/PERDI
500	15489,25	14837,71	15063,85	29901,56	-14412,31
2000	61956,99	59350,83	15063,85	74414,68	-12457,69
7000	216849,45	207727,92	15063,85	222791,76	-5942,31
11560	358118,16	343054,32	15063,85	358118,16	0,00
14000	433698,90	415455,83	15063,85	430519,68	3179,22
19000	588591,37	563832,92	15063,85	578896,76	9694,60
21500	666037,60	638021,46	15063,85	653085,31	12952,29

*Fuente: Investigación de Propia.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

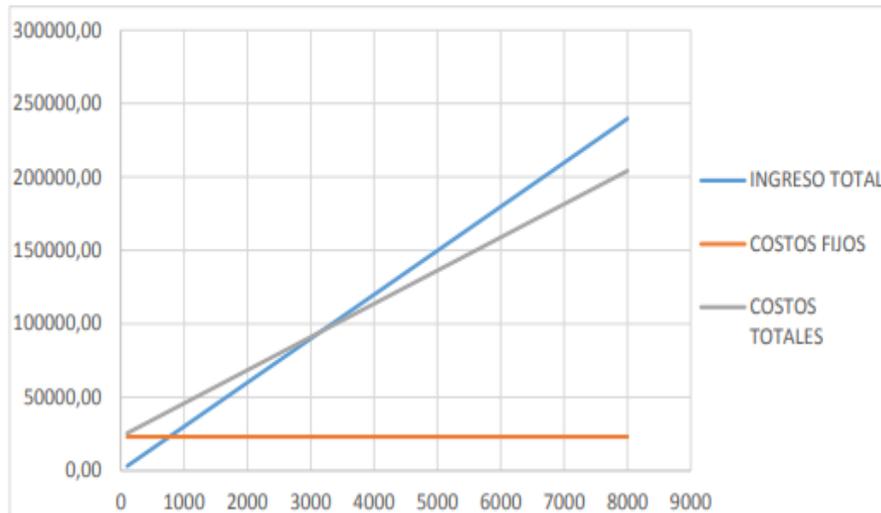


Figura 35 Punto de Equilibrio
Fuente: investigación propio
Elaborado por: Nathaly Cadena

Para la microempresa caiga en punto de equilibrio se deberá vender 11560 zapatos con suelas desmontables para a su vez si llegase a vender mas de 11560 pares se puede decir que generará utilidades, pero por otra parte si en el caso que se llegase a vender menos de 11560 pares, quiere decir que empezará a tener pérdidas.

5.04.07 Análisis de Índice Financiero

❖ Rendimiento sobre activos

“El rendimiento sobre activos mide la eficiencia de la administración de la empresa para generar utilidades a partir de los activos operativos promedio. Cuanto más grande sea el porcentaje del rendimiento sobre activos operativos, tanto mejor” (Guevara, 2015, pág. 26).

❖ Rendimiento sobre capital

El Rendimiento sobre el capital mide la eficiencia con que la administración de la empresa genera utilidades a partir de la cantidad de dinero invertida por los accionistas. En la medida en que el porcentaje que se genere de rendimiento sobre el capital sea mayor, será mucho mejor. (Guevara, 2015, pág. 30).

❖ **Margen bruto.**

“El margen bruto, también llamado utilidad bruta, es el excedente de las ventas por arriba del costo de los bienes vendidos” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

❖ **Margen operativo.**

Es aquella que mide la rentabilidad de la empresa y se obtiene de la relación de ingresos menos los gastos operacionales para sus ventas, en si es el margen antes de descontar intereses, impuestos entre otros y su medición es en porcentajes midiendo el beneficio por cada unidad monetaria. (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

❖ **Margen neto.**

“Esta mide el porcentaje de utilidad neta que está quedando a los propietarios por cada unidad monetaria, esta es el resultado después de deducir los gastos como son impuestos sobre la renta” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62)

❖ **Relación pasivo activo**

“Este indicador es la que mide que proporción de la empresa se encuentra financiada con recursos de terceros (endeudamiento) y se acostumbra medirla con porcentajes” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

❖ **Relación patrimonio activo**

“La relación del patrimonio y el activo determinan cuantas unidades monetarias invertidas provenientes de recursos de terceros (endeudamiento) están endeudado por cada unidad monetaria prevista por el inversionista” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62)

Tabla 78 Ratios Financieros

RATIO FINANCIERO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Relación pasivo activo	34,80%	28,63%	21,47%	13,95%	6,53%	0,00%
Relación patrimonio activo	65,20%	71,37%	78,53%	86,05%	93,47%	100,00%
Margen bruto	N/A	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24
Margen operativa	N/A	0,03	0,03	0,03	0,04	0,04
Margen neto	N/A	0,01	0,02	0,02	0,03	0,03
R.o.e	N/A	6,45%	10,65%	14,62%	21,05%	25,16%
R.o.a	N/A	2312%	1400%	10%	13%	11%

Fuente: Investigación de Propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

Una vez analizado el resultado del cálculo de los indicadores financieros se procede a interpretar cada uno de ellos de la siguiente manera:

Mediante el cálculo de la relación de pasivo activo se llega a definir un resultado 34.80% indica la proporción del activo que se encuentra financiado.

La relación patrimonio activo plantea, por cada dólar invertido en el proyecto 65,20% centavos de dólar.

El margen bruto es de 0.24% indica que por cada dólar que el proyecto, vende 0.24 centavos de utilidad bruta para los 5 años.

En el margen operativo se formula que se obtiene 0.03% por lo tanto significa que cada centavo vendido con eso cubre los gastos financieros.

En el margen neto tiene en el primer año 0.01% que va sumando los siguientes años de 0.03% para la distribución de cada propietario del proyecto.

La rentabilidad sobre patrimonio (ROE), de 6.45% eso significa que el primer año tendremos una rentabilidad aceptable para el proyecto en los siguientes años se tendrá una rentabilidad mayor que el costo de oportunidad inicial.

La rentabilidad sobre activo (ROA), 2312% que nos da con un positivo del primer año lo que indica que tendremos más un dólar vendido, que se genera recuperación del anterior año con positivo con un rendimiento aproximadamente 11 centavos.

CAPÍTULO VI

6. Análisis Impactos

El análisis de impacto es aquella evaluación donde se procede a validar aquella información de cada factor ya sea positivo o negativo para determinar si afectará el presente proyecto.

Los impactos que se formularán son los siguientes:

- ✓ Impacto ambiental
- ✓ Impacto económico
- ✓ Impacto productivo
- ✓ Impacto social

Para evaluar cada matriz se utilizarán las siguientes calificaciones:

Tabla 79
Matriz de Calificaciones

Calificación	Significado
-3	Alto
-2	Medio
-1	Bajo
0	Nulo
1	Bajo
2	Medio
3	Alto

*Fuente: Investigación de Propia.
Elaborado por: Nathaly Cadena*

6.01 Impacto Ambiental

“ El impacto ambiental es un cambio o una alteración en el medio ambiente, siendo una causa o un efecto debido a la actividad y a la intervención humana.” (Bolea, 2003, pág. 56)

Tabla 80
Impacto Ambiental

Indicadores	Calificaciones						Total	
	3	-2	-1	0	1	2		3
Contaminación del agua							X	3
Contaminación x ruido			X					-2
Contaminación x emisión de gases							X	3
Generan desechos								-3
Política de manejo de desechos							X	3
Contaminación visual				X				-1
Total	3	-2	-1	0	0	0	9	3

Fuente: Investigación de Propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total Consolidado}}{\text{Número. Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{3}{6}$$

$$\text{Promedio} = 0.5 = 1$$

Una vez realizado la matriz para el presente proyecto se obtuvo con una puntuación de 1 que es bajo positivo

En el presente proyecto generará contaminación por ruido, genera desechos por el sobrante de caucho y cuerina del zapato, pero se equilibra con que no contamina el agua, no contaminación de emisión de gases, contaminación visual y se tendrá políticas de manejo de desechos para reutilizarlos.

6.02. Impacto Económico

“Diversos indicadores de funcionamiento de la economía muestra señales de amenazas y oportunidades: empleo y desempleo, dimisiones y admisiones, tasa de interés, mercado, movimiento de los negocios, endeudamiento e incumplimiento, entre otros.” (Amaru, 2009, pág. 189)

Tabla 81
Impacto Económico

Indicadores	Calificaciones						Total	
	-3	2	-1	0	1	2		3
Potencial de exportaciones							X	3
Beneficio para el producto ecuatoriano					X			2
Potencial de crecimiento						X		2
Ganancias para los inversionistas					X			1
Generador de ingresos al país		X						-2
Rentabilidad del proyecto					X			1
Total	0	2	0	0	2	4	3	7

Fuente: Investigación de Propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total Consolidado}}{\text{Número. Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{7}{6}$$

$$\text{Promedio} = 1.1667 = 2$$

Una vez realizado la matriz para el presente proyecto se obtuvo un porcentaje de 2 que es medio positivo

Con este promedio que obtuvimos en la matriz anterior se ve reflejada que para generar ingresos al país, no se podrá equilibrar pero con la potencial de exportaciones, beneficio para el producto ecuatoriano, potencial de

crecimiento, ganancias para los inversionistas y la rentabilidad del proyecto se puede general una oportunidad de que los negocios y los consumidores vean satisfechos con la nueva innovación emprendedora habrá cambios para el país.

6.03 Impacto Productivo

“Los procesos organizacionales son consecuencias de actividades que transforman insumos en productos o resultados el principal proceso es el productivo, que transforma materias primas y componentes en productos terminados.” (Amaru, 2009, pág. 248)

*Tabla 82
Impacto Productivo*

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Aporte al PIB					X			1
Uso de materia prima ecuatoriana							X	3
Beneficio de los proveedores						X		2
Aporte a la matriz productiva						X		2
Dinamización de la economía					X			1
Total	0	0	0	0	2	4	3	9

Fuente: Investigación de Propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total Consolidado}}{\text{Número. Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{9}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1.80 = 2$$

Una vez que se realizó la matriz con un porcentaje de 2, que es medio positivo.

En la tabla anterior se recopila, que para el buen manejo de la materia prima se usara productos ecuatorianos, el aporte a la matriz productiva, beneficio de los proveedores, al

aporte al PIB, y a la dinamización de la economía, con la buena tecnología que se encuentra en el mercado.

6.04 Impacto Social

“El papel y el impacto social de las organizaciones en la sociedad se traduce en tendencias como responsabilidad social de la empresa, la gobernanza y la ciudadanía corporativa.” (Amaru, 2009, pág. 285)

*Tabla 83
Impacto Social*

INDICADORES	CALIFICACIONES								TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
Aporte al plan nacional de desarrollo							X		3
Generación de empleo						X			2
Precios justo al consumidor				X					1
Responsabilidad social							X		3
Cambios en los hábitos de consumo				X					1
Total	0	0	0	0	2	2	9		10

Fuente: Investigación de Propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total consolidado}}{\text{Número. Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{10}{5}$$

$$\text{Promedio} = 2.00 = 2$$

Una vez realizado la matriz se ilustra un porcentaje de 2 con medio positivo. Con la última matriz no se tendrían aspectos negativos con esto se puede incentivar para la generación de empleo, responsabilidad social, cambios en los ámbitos de consumo, aporte de plan nacional de desarrollo y con precios justos al consumidor para el crecimiento.

6.05 Matriz General

Tabla 84
Impacto General

INDICADORES	CALIFICACIONES							TOTAL	
	-3	2	-1	0	1	2	3		
Impacto ambiental						X		1	
Impacto social							X	2	
Impacto productivo							X	2	
Impacto económico							X	2	
Total		(0	0	(1	2	0	3

Fuente: Investigación de Propia.

Elaborado por: Nathaly Cadena

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total consolidado}}{\text{Número. Indicadores}}$$

$$\text{promedio} = \frac{3}{4}$$

$$\text{Promedio} = 0.75 = 1$$

Con el criterio de cada uno de los impactos se estimula que el proyecto tiene un promedio de 2 medio positivo y sólo el impacto ambiental está con 1 bajo con positivo.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusión

- ✓ El presente proyecto se observó que el producto tendrá facilidades en los factores económicos y sociales para dar empleo.
- ✓ Reconocer que el proyecto tendrá competencias muy altas, pero con la diferencia que se está ofreciendo de cambiar el ámbito de elegir lo ecuatoriano, a base de estrategias.
- ✓ Con el estudio financiero se puede concluir que el proyecto presente será viable, rentable, factible ya que eso determina mediante los flujos de caja y proyecciones.
- ✓ Para recopilar lo anunciado es necesario recalcar que este proyecto se lo hizo con el propósito de innovar para que millones de ideas que hay en el mundo pueden mejorar la vida personal y del país.

7.02 Recomendación

- ✓ Con los conocimientos que no transmiten personas con tanta experiencia es bueno dar un paso más de ellos y así sacar muchos emprendimientos.
- ✓ Para la implementación de un producto o servicio siempre se debe estudiar el mercado para ver si tu negocio es bueno.
- ✓ Una vez establecido el estudio se debe ver que el lugar sea visible para todos y se tenga una buena publicidad y eso atraerá a consumidores.

- ✓ Trabajar y producir con materia prima de calidad , para obtener satisfacción al cliente.
- ✓ Tener control continuo del procedimiento del producto para que no afecte al rendimiento de cada uno y sobre todo mantener un buen ambiente para que los empleados no se sientan presionados.

BIBLIOGRAFIA

- Alvarado. (2011). *Gestion Administrativa*. Recuperado el 26 de Noviembre del 2017
<http://www.abc.com.py/articulos/principios-de-la-gestion-administrativa-1154671.html>
- Castillo. (2012). *Proceso administrativo*. Recuperado el 23 de Enero de 2018.
<http://procesoadmon1.blogspot.com/2012/10/filosofia-organizacional.html>
- Coraje. (2013). *Mision*. <https://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>
- Doria. (14 de Enero de 2012). *Un siglo de la primera fábrica de zapatos. VALVERDE, 1912 – 2012*. Recuperado el 16 de Enero de 2018 <https://de-valverde.com/2012/01/03/un-siglo-de-la-primera-fabrica-de-zapatos-valverde-1912-2012/>
- Fernandes, M. (06 de Junio de 2018). *Factores que afectan al entorno económico de una empresa*. Recuperado el 16 de Enero de 2018
<https://www.cuidatudinero.com/13119137/factores-que-afectan-al-entorno-economico-de-una-empresa>
- Ferreira. (2015). *Definivion de desempleo*. Recueprado el 14 de Febrero del 2018
<https://definicion.mx/subempleo/>
- Garcia, R. (15 de Octubre de 2013). *Historia de los Zapatos*. Recuperado el 29 de Diciembre de 2017 <https://en.calameo.com/books/00233814327a94e46b31b>

- Herrera. (2001). *Gestión comercial*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Imontero. (2016). *El entorno político y legal en la función financiera*. Recuperado el 23 de Febrero de 2018 <https://www.eoi.es/blogs/mastercepsa/2016/12/19/el-entorno-politico-y-legal-en-la-funcion-financiera/>
- Luna, D. (15 de Junio de 2018). *Tasa de interés ¿Qué es y cómo se calcula?*. Recuperado de 15 de Marzo de 2018 <https://www.entrepreneur.com/article/307240>
- Neffa. (2014). *Resolución sobre estadísticas de la población económicamente activa, del empleo*. Recuperado de 23 de Marzo 2018 https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/normativeinstrument/wcms_087483.pdf
- Paniagua. (2012). *Marketing Mix*. Recuperado 29 de Marzo 2018 <https://www.eoi.es/blogs/josefinapaniagua/2012/01/25/marketing-mix-las-4-ps-de-marketing/>
- Penalver. (Noviembre de 2012). *ENTORNO TECNOLÓGICO* . Recuperado el 30 de Marzo 2018 <https://pablopenalver.com/entorno-tecnologico/>
- Pérez. (2009). *Definición de desempleo* . Recupero el 10 de Diciembre de 2017 <https://definicion.de/desempleo/>
- Pérez, & Gardey. (2008). *Competencia*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017 <https://definicion.de/competencia/>

Rondal. (2018). *Proveedor importante*. recuperado el 23 de Febrero de 2018

<https://economipedia.com/definiciones/proveedor-importante.html>

Sanchez, L. (15 de Septiembre de 2017). *Un Poco De La Historia Del Zapato A Través*

De Los Continentes. Recuperado el 26 de Octubre de 2017

<https://www.drsanchezmejia.com/un-poco-de-historia-del-zapato-a-traves-de-los-continentes/>

Thompson. (2010). *Que es una encuesta*. Recupero el 6 de Diciembre de 2017

<https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>

Thompson. (2012). Recuperado el 23 de Octubre de 2017

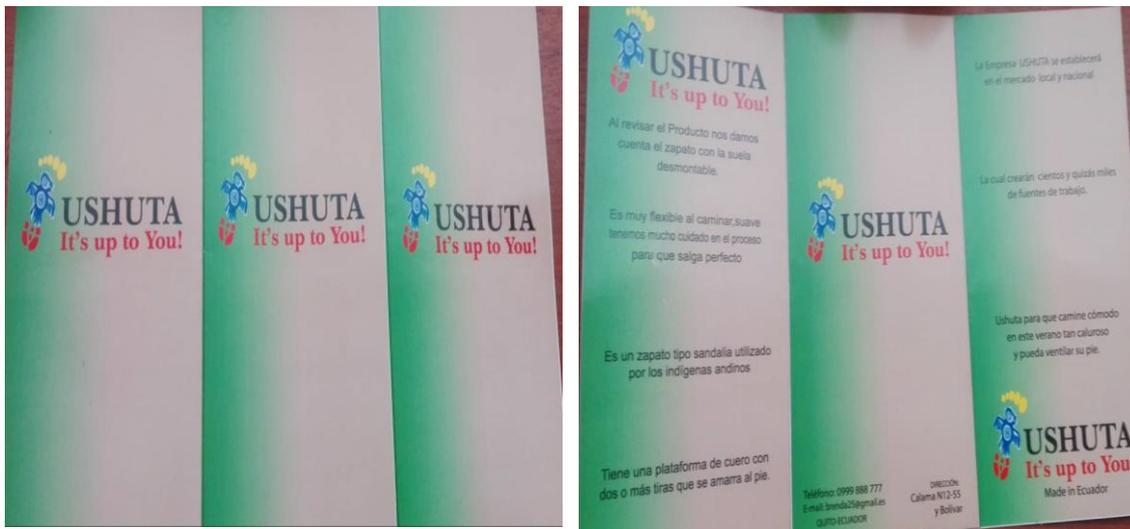
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8632/1/229%20MKT.pdf>

ANEXOS

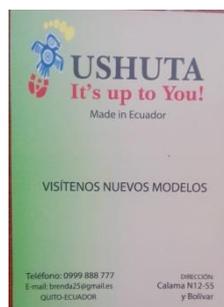
✓ Tarjetas



✓ Tripticos



✓ volantes



Anexo 1 Papelería corporativa
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Nathaly Cadena

Esta encuesta, se realizara con el objetivo de saber si el producto lanzado tendrá aceptación en el Mercado con un calzado ecuatoriana.

Marque con una x, según su respuesta:

HOMBRE

MUJER

1. **¿Usa usted zapatos deportivos?**

• Si

• No

❖ Si su respuesta fue no, por favor pase a la pregunta n. 5

2. **¿Con qué frecuencia compra usted zapatos deportivos?**

• Trimestralmente

• Cuatrimestralmente

• Semestralmente

• Anualmente

3. **¿Cuánto gasta usted en la compra de zapatos deportivos?**

• 25 \$ A 40 \$

• 40 \$ A 55 \$

• 65\$ A 70 \$

• Más de 70 \$

4. **¿Se siente usted satisfecho con la oferta actual de zapatos deportivos?**

• Si

• No

5. **Estaría dispuesto a comprar zapatos deportivos nacionales con suelas desmontables?**

• Si

• No

❖ Si su respuesta fue no, la encuesta ha terminado. Gracias.

6. **¿Qué color de suela le gustaría ponerse?**

• Azul Marino

• Negro

• Blanco

• Otros

7. **¿En qué talla o medida compra usted los zapatos?**

• 35

• 36

• 37

• 38

• 39

• 40

• 41

• 42

8. **¿Desde su perspectiva cree que la marca ecuatoriana es de buena calidad?**

• Si

• No

9. **¿Usted que más se fija de los zapatos deportivos?**

• Calidad

- Diseño
- Precio

Muchas gracias por la colaboración y de su tiempo para contesta la encuesta

Anexo 2: Encuesta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nathaly Cadena


GAFAS

CASCO

GUANTES

MASCARILLA

UNIFORME DE SEGURIDAD

✓ KARDEX

KARDEX				
 <p>USHUTA AV. LA PRENSA Y LIZARDO RUIZ</p>				
ARTICULO METODO			EXISTENCIA MINIMA EXISTENCIA MAXIMA	
FECHA	DETALLE	ENTRADAS	SALIDAS	EXISTENCIAS
		CANTIDAD/V. UNI/V.TOTAL	CANTIDAD/ V.UNI/V.TOTAL	CANTIDAD/V.UNI/V.TOTAL

Anexo 3: Fichas y Lineamientos de Control

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nathaly Cadena

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	CUOTA	AMORTIZACION	SALDO FINAL
0					6000,00
1	6000,00	118,00	171,22	53,22	5946,78
2	5946,78	116,95	171,22	54,26	5892,52
3	5892,52	115,89	171,22	55,33	5837,19
4	5837,19	114,80	171,22	56,42	5780,77
5	5780,77	113,69	171,22	57,53	5723,24
6	5723,24	112,56	171,22	58,66	5664,58
7	5664,58	111,40	171,22	59,81	5604,76
8	5604,76	110,23	171,22	60,99	5543,77
9	5543,77	109,03	171,22	62,19	5481,58
10	5481,58	107,80	171,22	63,41	5418,17
11	5418,17	106,56	171,22	64,66	5353,51
12	5353,51	105,29	171,22	65,93	5287,58
13	5287,58	103,99	171,22	67,23	5220,35
14	5220,35	102,67	171,22	68,55	5151,80
15	5151,80	101,32	171,22	69,90	5081,90
16	5081,90	99,94	171,22	71,27	5010,63
17	5010,63	98,54	171,22	72,68	4937,95
18	4937,95	97,11	171,22	74,10	4863,85
19	4863,85	95,66	171,22	75,56	4788,28
20	4788,28	94,17	171,22	77,05	4711,24
21	4711,24	92,65	171,22	78,56	4632,67
22	4632,67	91,11	171,22	80,11	4552,56
23	4552,56	89,53	171,22	81,68	4470,88
24	4470,88	87,93	171,22	83,29	4387,59
25	4387,59	86,29	171,22	84,93	4302,66
26	4302,66	84,62	171,22	86,60	4216,06
27	4216,06	82,92	171,22	88,30	4127,76
28	4127,76	81,18	171,22	90,04	4037,72
29	4037,72	79,41	171,22	91,81	3945,92
30	3945,92	77,60	171,22	93,61	3852,30
31	3852,30	75,76	171,22	95,46	3756,84
32	3756,84	73,88	171,22	97,33	3659,51
33	3659,51	71,97	171,22	99,25	3560,26
34	3560,26	70,02	171,22	101,20	3459,07
35	3459,07	68,03	171,22	103,19	3355,88
36	3355,88	66,00	171,22	105,22	3250,66
37	3250,66	63,93	171,22	107,29	3143,37
38	3143,37	61,82	171,22	109,40	3033,97
39	3033,97	59,67	171,22	111,55	2922,42
40	2922,42	57,47	171,22	113,74	2808,68
41	2808,68	55,24	171,22	115,98	2692,70
42	2692,70	52,96	171,22	118,26	2574,44
43	2574,44	50,63	171,22	120,59	2453,85
44	2453,85	48,26	171,22	122,96	2330,89

45	2330,89	45,84	171,22	125,38	2205,52
46	2205,52	43,38	171,22	127,84	2077,67
47	2077,67	40,86	171,22	130,36	1947,32
48	1947,32	38,30	171,22	132,92	1814,40
49	1814,40	35,68	171,22	135,53	1678,86
50	1678,86	33,02	171,22	138,20	1540,66
51	1540,66	30,30	171,22	140,92	1399,74
52	1399,74	27,53	171,22	143,69	1256,05
53	1256,05	24,70	171,22	146,52	1109,54
54	1109,54	21,82	171,22	149,40	960,14
55	960,14	18,88	171,22	152,33	807,81
56	807,81	15,89	171,22	155,33	652,48
57	652,48	12,83	171,22	158,39	494,09
58	494,09	9,72	171,22	161,50	332,59
59	332,59	6,54	171,22	164,68	167,92
60	167,92	3,30	171,22	167,92	0,00

Anexo 4: Tabla de Amortización Método Francés

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nathaly Cadena

URKUND

Urkund Analysis Result

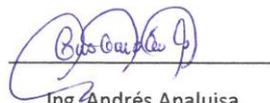
Analysed Document: urkun nathaly cadena.docx (D51193890)
Submitted: 4/28/2019 6:33:00 PM
Submitted By: nathalycadena69@hotmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

Escrito Tesis Catalina Valencia.docx (D51135368)
SAAVEDRA RODRIGUEZ PATRICIA SILVANA.docx (D51172289)
TRABAJO DE TITULACIÓN ARTESANÍAS DE YERBA MATE.docx (D38729075)
Mera_Kevin_Incubadora.docx (D51155047)
Sandra Vanessa Quintanilla.docx (D51140870)
Pamela Vannessa Cevallos Ramos.pdf (D37116402)

Instances where selected sources appear:

15



Ing. Andrés Analuisa

Director de Tesis

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
ANÁLISIS AGUIAR ARMANDO ANDRÉS CADENA BARRERO NATHALY LIZBETH ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS CON SUELAS DESMONTABLES, UBICADO EN COTACOLLAO, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019 Chico, 32 de mayo del 2019 17:40:50									
ACUMULATIVO									
MODALIDAD: INCUBADORA EMPRESARIAL									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	PERIODO:	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC
1	155489	2019-01-07	2019-01-07 19:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-07 20:00:00		1.00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO
2	155492	2019-01-12	2019-01-12 12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-12 22:00:00		10.00	DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO	PROCESADO
3	155490	2019-01-07	2019-01-07 20:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-07 21:00:00		1.00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
4	155943	2019-01-13	2019-01-13 12:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-13 22:00:00		10.00	DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
5	155491	2019-01-14	2019-01-14 19:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-14 20:00:00		1.00	SE APRUEBA LA JUSTIFICACION INCLUIDAS EN LAS NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS INTERNO.	PROCESADO
6	155944	2019-01-19	2019-01-19 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 22:00:00		10.00	CORRECCIONES DEL AMBIENTE EXTERNO Y AVANCES DEL ANALISIS INTERNO	PROCESADO
7	155492	2019-01-14	2019-01-14 20:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-14 21:00:00		1.00	SE APRUEBA EL ANTECEDENTE INCLUIDAS EN LAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ENTORNO LOCAL, SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS INTERNO Y SE ENVIAN AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
8	155945	2019-01-20	2019-01-20 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-20 22:00:00		10.00	AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO
9	155493	2019-01-21	2019-01-21 19:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-21 20:00:00		1.00	SE APRUEBA EL AMBIENTE EXTERNO INCLUIDAS EN LAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS INTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO
10	155946	2019-01-26	2019-01-26 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-26 22:00:00		10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS INTERNO Y AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO
11	155494	2019-01-21	2019-01-21 20:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-21 21:00:00		1.00	SE APRUEBA EL ENTORNO LOCAL INCLUIDAS EN LAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS FODA Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO
12	155947	2019-01-27	2019-01-27 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-27 22:00:00		10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS FODA Y AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO
13	155495	2019-01-28	2019-01-28 19:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-01-28 20:00:00		1.00	SE APRUEBA EL ANALISIS INTERNO INCLUIDAS EN LAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO
14	155948	2019-02-02	2019-02-02 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-02 22:00:00		10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROCESADO
15	155496	2019-01-28	2019-01-28 20:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-01-28 21:00:00		1.00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS EN LAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO
16	155949	2019-02-03	2019-02-03 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-03 22:00:00		10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y AVANCES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA	PROCESADO
17	155497	2019-02-04	2019-02-04 19:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-04 20:00:00		1.00	SE APRUEBA EL ANALISIS DEL CONSUMIDOR INCLUIDAS EN LAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA	PROCESADO
18	155951	2019-02-09	2019-02-09 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-09 22:00:00		10.00	CORRECCIONES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y AVANCES DEL BALANCE OFERTA - DEMANDA	PROCESADO

19	155498	2019-02-04	INSITU	2019-02-04 20:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-04 21:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DE LA OFERTA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVÍAN CORRECCIONES; SE SOLICITA AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.	PROCESADO
20	155932	2019-02-10	AUTONOMA	2019-02-10 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-10 22:00:00	10.00	SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVÍAN CORRECCIONES; SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACIÓN.	PROCESADO
21	155499	2019-02-11	INSITU	2019-02-11 19:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-11 20:00:00	1.00	SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA - DEMANDA Y AVANCES DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.	PROCESADO
22	155933	2019-02-16	AUTONOMA	2019-02-16 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-16 22:00:00	10.00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE LA DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE TAMAÑO DEL PROYECTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES; SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACIÓN.	PROCESADO
23	155500	2019-02-11	INSITU	2019-02-11 20:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-11 21:00:00	1.00	SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA - DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE TAMAÑO DEL PROYECTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES; SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO Y AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO.	PROCESADO
24	155934	2019-02-17	AUTONOMA	2019-02-17 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-17 22:00:00	10.00	SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA - DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOCALIZACIÓN Y SE ENVÍAN CORRECCIONES.	PROCESADO
25	155501	2019-02-18	INSITU	2019-02-18 19:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-18 20:00:00	1.00	SE APRUEBA ANÁLISIS DEL TAMAÑO DEL PRODUCTO Y AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES; SE SOLICITA AVANCES INGRESOS.	PROCESADO
26	155935	2019-02-23	AUTONOMA	2019-02-23 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-23 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO Y AVANCES DE CÁLCULO DE INGRESOS.	PROCESADO
27	155502	2019-02-18	INSITU	2019-02-18 20:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-18 21:00:00	1.00	SE APRUEBA ANÁLISIS DEL TAMAÑO DEL PRODUCTO Y AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES; SE SOLICITA AVANCES INGRESOS.	PROCESADO
28	155937	2019-02-24	AUTONOMA	2019-02-24 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-24 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y AVANCES DE CÁLCULO DE INGRESOS.	PROCESADO
29	166800	2019-02-25	INSITU	2019-02-25 19:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-02-25 21:00:00	2.00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN Y DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVÍAN CORRECCIONES OPERACIONALES Y SE ENVÍAN CORRECCIONES; SE SOLICITA AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS; CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES.	PROCESADO
30	166809	2019-03-03	AUTONOMA	2019-03-03 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-03 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL CÁLCULO DE INGRESOS Y AVANCES DE CUADRO DE INVERSIONES	PROCESADO
31	166801	2019-03-04	INSITU	2019-03-04 19:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-04 21:00:00	2.00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES Y SE ENVÍAN CORRECCIONES; SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN: VAN, TIR, PRI, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
32	166810	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-10 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL CUADRO DE INVERSIONES Y AVANCES DEL PUNTO DE EQUILIBRIO Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
33	166802	2019-03-11	INSITU	2019-03-11 19:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-11 21:00:00	2.00	SE APRUEBA EL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS; CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN VAN, TIR, PRI, RCB, PUNTO DE EQUILIBRIO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES; SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO AMBIENTAL.	PROCESADO
34	166811	2019-03-17	AUTONOMA	2019-03-17 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-17 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO Y AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL.	PROCESADO

35	166803	2019-03-18	INSITU	2019-03-18 19:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS/ IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-18 21:00:00	2.00	SE APRUEBAN LOS CÁLCULOS DE LOS INDICADORES DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS VAN, TIR, PVI, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO DEL PROYECTO.	PROCESADO
36	166812	2019-03-24	AUTONOMA	2019-03-24 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS/ IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-24 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO AMBIENTAL Y AVANCES DEL IMPACTO ECONÓMICO SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO.	PROCESADO
37	166804	2019-03-25	INSITU	2019-03-25 19:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS/ IMPACTO ECONÓMICO	2019-03-25 21:00:00	2.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO ECONÓMICO Y AVANCES DEL IMPACTO PRODUCTIVO SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASÍ COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.	PROCESADO
38	166813	2019-03-31	AUTONOMA	2019-03-31 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS/ IMPACTO ECONÓMICO	2019-03-31 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASÍ COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CORRECCIONES DE MEJORA EN LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO	PROCESADO
39	166805	2019-04-01	INSITU	2019-04-01 19:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS/ IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-01 21:00:00	2.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASÍ COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CORRECCIONES DE MEJORA EN LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO	PROCESADO
40	166814	2019-04-07	AUTONOMA	2019-04-07 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS/ IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-07 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASÍ COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CORRECCIONES DE MEJORA EN LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO	PROCESADO
41	166806	2019-04-08	INSITU	2019-04-08 19:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS/ IMPACTO SOCIAL	2019-04-08 21:00:00	2.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASÍ COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CORRECCIONES DE MEJORA EN LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO	PROCESADO
42	166815	2019-04-14	AUTONOMA	2019-04-14 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS/ IMPACTO SOCIAL	2019-04-14 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO SOCIAL ASÍ COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE APRUEBA TAMBIÉN EL PROYECTO	PROCESADO
43	166807	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 19:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES/ CONCLUSIONES	2019-04-15 20:00:00	1.00	SE REVISAN Y APRUEBA LAS RECOMENDACIONES DEL PROYECTO. TRABAJO LISTO PARA PRESENTACIÓN DEL PRIMER BORRADOR FÍSICO.	PROCESADO
44	166808	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 20:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES/ RECOMENDACIONES	2019-04-15 21:00:00	1.00		PROCESADO
							TOTAL HORAS:	240	
		 ANACRISA ARRIAGA ARMANDO ANDRES TUTOR CI: 1728917218		 CADENA BARRENO NATHALY LIZBETH ALUMNO CI: 1751419951		 SALAS AMBRÓS FRANCISCO VINICIO DELEGADO CI: 1712480670		FECHA: 22/05/2019	

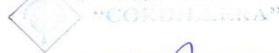
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) CADENA BARRENO NATHALY LIZBETH, portador de la cédula de identidad N° 1751419951, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 22 de mayo del 2019



23 MAY 2019
Mariela Balseca

Sra. Mariela Balseca
CAJA



Ing. Francisco Salas
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



28 MAY 2019

9.09 JBS
COORDINACIÓN

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA



Sra. Cristina Chuqui
SECRETARÍA ACADÉMICA

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales
derechos, deberes y obligaciones*