



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN ADMINISTRACION FINANCIERA**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
CALZADO EN LA PARROQUIA SAN CARLOS AÑO 2014.”**

AUTORA:

GLORIA MARIANA AGUILAR ORELLANA

DIRECTOR:

ING. ÁNGEL CHAMORRO PALACIOS M.Sc.

QUEVEDO-ECUADOR

2014-2015



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN ADMINISTRACION FINANCIERA**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
CALZADO EN LA PARROQUIA SAN CARLOS AÑO 2014.”**

AUTORA:

GLORIA MARIANA AGUILAR ORELLANA

DIRECTOR:

ING. ÁNGEL CHAMORRO PALACIOS M.Sc.

QUEVEDO-ECUADOR

2014-2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo **GLORIA MARIANA AGUILAR ORELLANA**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

GLORIA MARIANA AGUILAR ORELLANA

C.I. 1204619546

AUTOR

CERTIFICACIÓN

Que el egresado GLORIA MARIANA AGUILAR ORELLANA, bajo mi dirección realizó el proyecto de investigación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO EN LA PARROQUIA SAN CARLOS AÑO 2014”**, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

ING. ÁNGEL CHAMORRO PALACIOS M.Sc.

DIRECTOR



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN ADMINISTRACION FINANCIERA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
CALZADO EN LA PARROQUIA SAN CARLOS AÑO 2014.”**

APROBADO:

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS
ING.DENNIS AGUIRRE VALVERDE, MSc**

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ING.ENRIQUE VASQUEZ AGUIRRE, MSc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ING. LUGARDA RECALDE AGUILAR, MSc

**Quevedo - Ecuador
2015**

AGRADECIMIENTO

A mi señor Jesucristo hijo de mi Dios eterno que me fortaleció dándome esperanza, consuelo y animo a seguir adelante con su infinito amor y paciencia.

A mi esposo Ernesto que estuvo a mi lado en el trayecto de mi culminación estudiantil gracias por darme tú apoyo, tu amor por cuidar de nuestros hijos Jorge y Jenny nuestro mayor tesoro y bendición.

A mi padre el sr. Jorge Aguilar que ya no está conmigo que me diste fuerzas para salir adelante que me enseñaste que con la ayuda de Dios no hay imposibles, a mi madre amada Cecilia Orellana con tu amor infinito me has cuidado con tus oraciones en cada paso que doy.

A mis hermanos a cada uno de ellos por ser parte de mi vida que me motivaron a seguir, en particular a mi hermana Jessenia que me apoyo de forma incondicional en este largo proceso.

Y de manera exclusiva agradeciendo eternamente al Ing. Ángel Chamorro Palacios Mg.Sc. director de tesis por su paciencia y colaboración en la elaboración del proyecto de investigación.

DEDICATORIA

Esta tesis es dedicada a mi señor Jesucristo hijo de mi Padre celestial que me cuida en cada paso que doy, que me ha ayudado a seguir adelante motivándome a no detenerme cuando obstáculos se me presentaron, todo se lo debo a él por darme a mis padres, hijos y hermanos mi mayor tesoro y bendición por su amor misericordioso que dan alegría a mi vida en seguir adelante.

Mariana

(DUBLINCORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES			
1	Titulo / Tittle	M	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO EN LA PARROQUIA SAN CARLOS AÑO 2014.”
2	CREADOR / SUBJECT	M	GLORIA MARIANA AGUILAR ORELLANA
3	MATERIA / SUBJECT	M	CIENCIAS EMPRESARIALES, CARRERA DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
4	DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION	M	LA PRESENTE INVESTIGACIÓN SE REALIZÓ EN LA PARROQUIA SAN CARLOS DEL CANTÓN QUEVEDO, CON EL OBJETIVO DE REALIZAR UN “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO EN LA PARROQUIA SAN CARLOS AÑO 2014” REALIZANDO UN SONDEO DE MERCADO DE MANERA ECUÁNIME PARA PARA PROYECTA SU SITUACIÓN EMPRESARIAL.
5	EDITOR / PUBLISHER	M	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES. CARRERA, INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
6	COLABORADOR / CONTRIBUTOR	O	NINGUNO.
7	FECHA / DATE	M	
8	TIPO / TYPE	M	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
9	FORMATO / FORMAT	R	. PROGRAMAS: WORD 2010; PDF;
10	IDENTIFICADOR / IDENTIFIER	M	HTTP://BIBLIOTECA.UTEQ.EC
11	FUENTE / SOURCE	O	INVESTIGACIÓN EMPRESARIAL, PROYECTO DE FACTIBILIDAD.
12	IDIOMA / LENGUAJE	M	ESPAÑOL
13	RELACIÓN / RELATION	O	NINGUNO

14	COBERTURA / COVERAGE	M	PARROQUIA SAN CARLOS, CANTÓN QUEVEDO.
15	DERECHOS / RIGHTS	O	NINGUNO
16	AUDIENCIA / AUDIENCE	O	TRABAJO DE INVESTIGACIÓN (RESEARCH PROJECT).

INDICE GENERAL

Caratula 1.....	i
Hoja en blanco.....	ii
Caratula 2.....	iii
Declaración de autoría y cesión de derecho.....	iv
Certificación del director de tesis.....	v
Tribunal de tesis.....	iv
Agradecimiento.....	vii
Dedicatoria.....	viii
Corel Doublin.....	ix
Índice General.....	xi
Índice de cuadros.....	xix
Índice de Gráficos.....	xxi
Resumen Ejecutivo	xxii
Abstract.....	xxiii
Resumen Ejecutivo.....	xxii
CAPITULO I.....	1
MARCO CONTEXTUAL.....	1
1.1 Introducción.....	2
1.1.2 Problematización.....	4
1.1.2.1 Planteamiento del Problema	5
1.1.2.1.1 Diagnóstico	5
1.1.2.1.2 Prónstico	6
1.1.2.1.3 Control de Pronóstico	7
1.1.2.2 Formulación del problema.....	8

1.1.2.2.1 Sistematización de la Problematización.....	8
1.1.3 Justificación.....	9
1.2 Objetivos	10
1.2.1 General.....	10
1.2.2 Específicos	10
1.3 Hipótesis.....	11
1.3.1 General.....	11
1.3.2 Especificas.....	11
1.4 Variables	12
1.4.1 Dependiente	12
1.4.2 Independiente.....	12
CAPITULO II	13
MARCO TEORICO	13
2.1 Fundamentación Teórica.....	14
2.1.1 Estudio de Factibilidad	14
2.1.1.1 Factibilidad Operacional	15
2.1.1.2 Factibilidad Técnica	15
2.1.1.3 Factibilidad Económica Financiera.....	16
2.1.2 Tipos de Viabilidad	16
2.1.2.1 Viabilidad Técnica	17
2.1.2.2 Viabilidad Operacional.....	17
2.1.2.3 Viabilidad Fechas	17
2.1.3 Empresas de calzado en Ecuador.....	18
2.1.4 Estudio de Mercado	18

2.1.5 Técnica de las 4 P	19
2.1.6 Análisis de la demanda.....	21
2.1.7 Análisis de la Oferta.....	23
2.1.8 Herramienta De Planificación Estratégica DAFO.....	23
2.1.9 Métodos del análisis financiero	24
2.2 Fundamentación Conceptual	24
2.2.1 Objetivo del Estudio de Factibilidad	24
2.2.1.2 Estructura del Estudio de Factibilidad.....	25
2.2.2 Análisis pestel.....	25
2.2.3 Objetivos de las Empresas de Calzado en Ecuador.....	26
2.2.3.1 Costes	27
2.2.3.2 Clientes Potenciales	27
2.2.4 Definición de Estudio de Mercado	28
2.2.4.1 Obejetivos del Estudio de Mercado	28
2.2.4.2 Etapas del estudio de mercado.....	29
2.2.5 Estudio Técnico	30
2.2.5.1 Análisis De Comercialización.....	30
2.2.6 Objetivo de las 4 P del Marketing	31
2.2.7 Estudio Financiero	32
2.2.8 Definición de los Objetivos Estratégicos de FODA	32
2.2.9 Estudio Económico	33
2.2.9.1 Estimar los flujos de caja futuros_	33
2.2.9.2 Periodo de recupero de la inversión - PRI	34
2.2.9.3 valor actual neto (VAN)	34
2.2.9.4 Tasa Interna de Rentabilidad (TIR).....	34

2.2.9.5 Beneficio – Costo	35
2.3 Fundamentación legal.....	36
2.3.1 Requisitos para la creación de una empresa	36
2.3.2 Democratización de los factores de producción.....	37
2.3.2.1 Carta Magna.	37
2.3.3 Intercambios económicos y comercio justo.....	38
CAPITULOIII.....	39
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	39
3.1 Localización de la Investigación.....	40
3.1.1 Métodos	40
3.1.1.1 Método Inductivo.....	40
3.1.1.2 Método deductivo.....	40
3.1.1.3 Método Analítico	18
3.2 Fuentes	41
3.2.1 Primarias.	41
3.2.2 Secundaria.	41
3.3 Tipos de Investigación.....	41
3.3.1 Investigación exploratoria.	41
3.3.1.1 Investigación descriptiva.....	42
3.3.1.2 Investigación exploratoria	42
3.4 Técnicas de la Investigación.....	42
3.4.1. Observación Directa	42
3.4.2 Encuestas	42
3.5 Población y Muestra	43

3.5.1. Población	43
3.5.2 La Muestra	43
CAPITULO IV	44
RESULTADOS Y DISCUSION	44
4.1.1 Estudio de Mercado	62
4.1.1.1 Productos.....	62
4.1.1.2 Servicios.	62
4.1.2 Estudio de Comercialización.....	63
4.1.2.1 Segmento de Mercado, Tamaño y Crecimiento.....	63
4.1.3 Análisis de la Demanda.	64
4.1.3.1 Demanda Actual.	64
4.1.3.2 Demanda Futura	65
4.1.5 Análisis de la Oferta.....	65
4.1.5.1 Factores que la afectan la oferta.....	66
4.1.5.2 Oferta Actual.	66
4.1.5.3 Oferta Futura.....	66
4.1.5.4 Balance de la Oferta y la Demanda	67
4.1.6.5. Demanda Insatisfecha Proyecta	67
4.1.5.6 Descripción del cliente y sus necesidades.....	68
4.1.6 Mix de Comercialización	68
4.1.6.1 Estrategia de Precio.....	68
4.1.6.2 Estrategia de Producto.....	67
4.1.6.3 Estrategia de Distribución	69
4.1.7 Desarrollo de la campaña publicitaria	69

4.1.7.1 Publicidad	69
4.1.7.2 Disfunción de TV.....	69
4.1.7.3 Prensa escrita	70
4.1.7.4 Redes sociales.....	70
4.1.7.5 Presupuesto a invertir en campaña publicitaria	70
4.1.7.6 Plan de medios	70
4.1.8 Estudio Técnico	71
4.1.8.4 Localización del Proyecto.	71
4.1.9 Análisis FODA del Proyecto.....	71
4.1.9.1 Fortalezas	71
4.1.9.2 Oportunidades	72
4.1.9.3 Debilidades.	72
4.1.9.4 Amenazas.....	72
4.1.10 Ingeniería de Proyecto.....	72
4.1.11 Estimación de los costos de inversión	73
4.1.12 La Empresa y su Organización	74
4.1.13 Base Filosófica de la Empresa.....	74
4.1.13.1 Visión	74
4.1.13.2 Misión.....	75
4.1.14 Organigrama Estructural	75
4.1.15. Estudio Económico Financiero.....	76
4.1.15.1 Activos Diferidos	78
4.1.15.2 Depreciaciones	78
4.1.15.3 Cálculo del capital de trabajo	79
4.1.16 Estructura del Financiamiento.....	79

4.1.17 Análisis de Costos y Gastos	80
4.1.17.1 Costo de Producción.....	80
4.1.17.2 Gastos Administrativos	80
4.1.18 Proyección de ingresos y egresos.	82
4.1.18.1 Proyección de ingresos.....	82
4.1.18.2 Proyección de egresos	83
4.1.19 Punto de Equilibrio.....	84
4.1.20 valuación Económica Financiera	86
4.1.20.1 Estado de Resultado.....	86
4.1.20.2 Flujo de caja.....	86
4.1.21 Valor Presente Neto.....	89
4.1.22 Periodo de recuperacion de la inversion	89
4.1.23 Tasa Interna de Retorno (Tir).....	90
4.1.24 Beneficio costo	91
4.1.25 Resultado del Objetivo 1	92
4.1.26 Resultado del Objetivo 2.....	92
4.1.27 Resultado Objetivo 3.....	92
4.1.28 Resultado Objetivo 4.....	92
4.2 Impacto Económico	93
CAPITULO V	94
CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES	94
5.1 Conclusiones	95
5.2 Recomendaciones	97
CAPITULO VI	98
BIBLIOGRAFÍA	98

6.1 Literatura Citada	99
6.26.2. Linografía.....	101
CAPITULO VII.....	102
ANEXOS.....	102

INDICE DE CUADROS

N°		
1	Proyecto de factibilidad	46
2	Investigación de mercado	47
3	Elaboración de proyecto	48
4	Obstáculos de desarrollo de la empresa	49
5	Frecuencia que compra de calzado	50
6	Escasa tecnología para Producir	51
7	Cumplimiento de normas ambientales	52
8	Crecimiento económico de la parroquia	53
9	Amenazas en el desarrollo empresa	54
10	Mayores fortalezas de la empresa	55
11	Decisiones administrativas	56
12	Toma de decisiones en base a investigación	57
13	Publicidad para la empresa	58
14	Producción de acuerdo a temporadas	59
15	Característica del producto	60
16	Precio del calzado	61
17	Demanda Actual	64
18	Demanda Futura	65
19	Oferta Actual	66
20	Oferta Futura	67
21	Demanda Insatisfecha Proyecta	67
22	Presupuesto publicitario	70
23	Plan de medios	70
24	Mueble y enseres	73
25	Equipo de cómputo y oficina	73
26	Vehículo	74
27	Infraestructura física	74
28	Presupuesto de inversión de activos fijos	77
29	Inversiones diferidas	78
30	Depreciaciones de Activos	78

31	Capital de trabajo	79
32	Financiamiento	79
33	Costos de fabricación	80
34	Sueldo personal administrativo	81
35	Suministros y materiales de oficina	81
36	Tabla de amortización	82
37	Presupuesto de ingresos	83
38	Costo de producción	83
39	Imprevistos	84
40	Proyección del punto de equilibrio	85
41	Estado de Resultado	87
42	Flujo de caja proyectado	88
43	Periodos de recuperación de inversión	90

INDICE DE GRÁFICOS

N°		
1	Factibilidad de proyecto	46
2	Investigación de mercado	47
3	Información estadística del proyecto	48
4	Obstáculos que se pueden presentar en la empresa	49
5	Análisis en la compra de calzado	50
6	Escasa tecnología para Producir	51
7	Normas ambientales	52
8	Crecimiento económico y laboral	53
9	Amenazas en el desarrollo empresa	54
10	Fortalezas de la empresa	55
11	Decisiones administrativas	56
12	Toma de decisiones	57
12	Medios publicitarios	58
11	Análisis de producción	59
11	Preferencias del consumidor	60
11	Valor a pagar por calzado	61
28	Organigrama	75

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto es un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO EN LA PARROQUIA SAN CARLOS AÑO 2014.” Su desarrollo busca satisfacer la demanda actual debido a la inexistencia de fábricas de calzado en la Provincia de los Ríos.

Los estudios realizados mostraron resultados positivos en cuanto a la puesta en marcha del proyecto, con un porcentaje del 69% de aceptación, en una población de 30.000 habitantes con un auge de crecimiento del 5%.

El análisis de estudio técnico y económico efectuado al proyecto, dio a conocer la inversión necesaria para su desarrollo con una inversión de \$189.860 que incluye activos fijos, costos de producción, publicidad, materia prima, capacitación y estudio de investigación. Para el primer año el proyecto refleja ingreso en sus ventas que van desde los \$ 210.000.

Se tomarán decisiones base al estudio DAFO donde se contempla la estructura organizativa para un apropiado funcionamiento, identificado las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; en la producción y comercialización del calzado.

Aplicando los métodos de evaluación financiera se examinó los movimientos económicos dando como resultados un VAN de \$ 55.703.46. Encontrando que es mayor que cero, seguido por una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 43% que es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, así mismo el Costo Beneficio (B/C) mostro un valor de \$1.81 lo que quiere decir que por cada dólar invertido se recibirá ochenta y un centavos de dólar dando como resultado una utilidad neta de \$13.976.69 para el primer año demostrando así que el proyecto a ejecutar tiene una alta rentabilidad.

ABSTRACT

This project is a "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMPANY PRODUCER AND DISTRIBUTOR OF SHOES IN THE PARISH SAN CARLOS YEAR 2014." The development seeks to meet current demand due to the lack of shoe factories in the Province of Rivers.

Studies showed positive results regarding the implementation of the project, with a percentage of 69% acceptances, in a population of 30,000 inhabitants with a rise of 5% growth.

Analysis of technical and economic study conducted for the project, unveiled lot of investment needed for development with an investment of \$ 189,860, including fixed assets, production costs, advertising, raw materials, training and research study. For the first year the project reflects income in sales ranging from \$ 210,000

Decisions based on the SWOT studio where the organizational structure for proper operation is contemplated be taken, identified the strengths, weaknesses, opportunities and threats; in the production and marketing of footwear.

The financial evaluation, applying the methods examine the economic movements giving as a result a NPV of \$ 63.255.11 finding that is greater than zero, followed by an Internal Rate of Return (IRR) of 51% which is the geometric mean of future returns expected from such investment, also the Cost Benefit (B / C) showed a value of \$ 1.81 which means that for every dollar invested eighty cents resulting in a net profit of \$ 15.327.77 for the first year will receive demonstrating so the project has run high profitability.

CAPITULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

La formulación de un estudio de factibilidad para crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de calzado, es un reto y sus resultados se anticipan como beneficiosos, toda vez estar operando con una efectiva administración.

En la actualidad la constitución de nuevas empresas es un elemento importante en economía del país, razón por la cual el gobierno está apoyando a los sectores de la pequeña y mediana industria como el calzado, esto para mejorar los índices económicos del sector productivo, aprovechando las ventajas competitivas, basadas en los siguientes factores: recursos humanos calificados, innovación tecnológica y estrategias de cooperación inter empresariales

Las salvaguardas arancelarias Impuestas por el gobierno para la importación del calzado, ha permitido un incremento razonable en la venta del producto nacional.

El elemento de innovación y creatividad, de incorporar conocimientos son esenciales para el cambio de matriz productiva, por eso el apoyo de parte del gobierno ayudarían al microempresario ecuatoriano a emprender proyectos a futuro.

El planteamiento de un estudio de factibilidad para crear una planta procesadora y comercializadora de calzado, en la parroquia San Carlos es una buena opción que permitirá el desarrollo de la organización.

El proyecto de investigación presentado posee el siguiente desarrollo:

Capítulo I. Exhibe los informes, de problematización su planteamiento justificando la realización del proyecto abordando objetivos e hipótesis para el estudio de factibilidad en la creación de una planta procesadora de calzados.

Capítulo II. Comprende el marco teórico con sus correspondientes antecedentes y fundamentación teórica donde se dejan sentadas las teorías que permiten dar paso a un trabajo científico.

Capítulo III. Informa los diferentes métodos y técnicas analíticas empleadas para el desarrollo de la elaboración de la investigación.

Capítulo IV. Examina las deducciones del sondeo a través de la información estadística obtenida por medio de encuestas, y el estudio financiero realizado.

Capítulo V. Proyecta conclusiones y recomendaciones del proyecto para su análisis.

Capítulo VI. Muestra el contenido bibliográfico que ha colaborado en la elaboración del estudio de factibilidad indicando sus fuentes y años de publicación.

Capítulo VII. Establece agregar una unidad en la estructura del trabajo que amplía proporcionar información extra acerca del proyecto, se detallan anexos encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia san Carlos del cantón Quevedo.

1.1.2 Problematización

Uno de los principales aspectos para justificar el planteamiento del presente estudio de factibilidad, es que en la Provincia de los Ríos no existe fábrica alguna que se dedique a la elaboración de calzado, Siendo así, se plantea un estudio de mercado para conocer la oferta y demanda de calzado y la oportunidad de desarrollo en la creación de una planta productora y comercializadora en la parroquia San Carlos dado su alto índice de crecimiento económico, y el apoyo al producto nacional que hoy se está dando.

Considerando el contrabando del calzado que es alto en el país, la industria ecuatoriana tiene que prepararse para enfrentar el problema de importaciones, que perjudican a los comerciantes sin la menor oportunidad de poder competir en el mercado. Algunas fábricas de la industria china o colombianas han llegado al país a fabricar calzados, y se encuentran a unos cuantos escalones en el aspecto tecnológico que muchos fabricantes nuestros, teniendo en cuenta este problema se plantea un estudio técnico y económico que brinde información necesaria en cuanto a costos y localización del proyecto.

En la actualidad la situación de la industria del calzado sobrelleva a los empresarios a tomar decisiones administrativas donde se resalta la adopción de métodos de trabajo como la inversión, políticas de calidad, y planeación que principalmente han ayudado a algunas empresas a sobrevivir en el mercado, mientras que otras no avanza a hacerlo.

La falta de control en el ámbito económico han hecho que muchas empresas fracasen por esto se considera un análisis de evaluación financiera con el objetivo de presentar toda información pertinente y concisa, relativa a los movimientos económicos examinando la capacidad financiera de la entidad observando así los niveles de rentabilidad, manteniendo así la productividad con el compromiso de excelencia en precio, calidad y servicio.

Planteamiento del Problema

1.1.2.1.1 Diagnóstico

La presente investigación está enfocada en la aplicación de un **estudio de mercado** que permitiría conocer la **oferta y demanda en la producción y comercialización de calzado**, una vez analizado se pondría en marcha su desarrollo, cabe mencionar que esta parte de la industria ha sido olvidada debido a los diversos factores que la afectan ya sea importación o por falta de apoyo gubernamental a la industria ecuatoriana.

La falta de información aprobaría la realización de un **estudio técnico y económico** que podría brindar información necesaria en cuanto a **costos así como la localización** de la empresa por los elementos económicos que intervienen cuidando el presupuesto establecido observando que la empresa cumpla en el ámbito local y ambiental que establece la ley.

La utilización de la **matriz DAFO** aportaría en la diferente **toma de decisiones**, administrativas ya que se analizarían donde se encuentran situadas las fortalezas oportunidades y debilidades y amenazas de la futura empresa.

Otro de los factores fundamentales es la **evaluación financiera** obteniendo información necesaria para tomar una decisión fundada sobre los alcances y riesgos del proyecto.

Causas

- La casi nula existencia de fábricas nacionales de calzado plantea la necesidad de un **estudio de mercado**.

- Escasa información para proyectar un **estudio técnico y económico**.

- Toma de decisiones incorrectas en la empresa por falta de análisis con la matriz DAFO
- Falta de evaluación financiera de la actividad.

Efectos

- Desconocimiento de la oferta y la demanda para la producción y comercialización de calzado
- Resultado de la ausencia de información se desconocen sus costo y su ubicación dado los elementos económicos y administrativos que intervienen.
- Fracaso de proyectos al tomar decisiones no adecuadas en momentos determinados.
- Desconocimiento de la rentabilidad de la actividad.

1.1.2.1.2 Pronóstico

- El estudio de mercado aportaría a conocer la oferta y demanda de este sector del mercado olvidado.
- Conocer si es viable el proyecto en el ámbito económico y su localización en la parroquia San Carlos.
- Los riesgos y ventajas serian analizados al utilizar la matriz DAFO que aportaría a la toma de decisiones.
- Análisis mediante evaluación financiera enfocadas a la capacidad económica de la empresa.

1.1.2.1.3 Control de Pronóstico

- Diseñar un estudio de mercado que permita conocer la oferta y la demanda, para una fábrica de calzado fortaleciendo la industria ecuatoriana.
- Elaboración de un estudio técnico y económico que ayude a determinar costos y ubicación para la producción y comercialización de calzado.
- La aplicación de la matriz DAFO facilitaría la toma de decisiones acertadas en la actividad.
- Operación, inversión y financiamiento calculados a través de VAN, TIR brindan información necesaria para conocer la rentabilidad de la empresa.

1.1.2.2 Formulación del problema

¿De qué manera **estudio de factibilidad** **influye** en la **creación de una empresa productora y comercializadora de calzado** en la parroquia San Carlos año 2014?

1.1.2.3 Sistematización de la Problematización

- ¿Cómo un **estudio del mercado** **proyecta** la oferta y demanda en la **producción y comercialización de calzado**?
- ¿De qué manera un **estudio técnico y económico** **define** los **costos y localización** para la creación de la empresa de calzado?
- ¿Cómo la **matriz estratégica DAFO** **incide** en la **toma de decisiones** de la empresa?
- ¿De qué manera el análisis de **evaluación financiera** **valora** la **rentabilidad del proyecto**?

1.1.3 Justificación

Se justifica la creación de una empresa dedicada a producir y comercializar calzado debido a la demanda existente, en la Provincia de los Ríos no existe empresa que se dedique a esta labor y en el país son muy pocas la que explotan este mercado por ello se formula un estudio de mercado que determine la oferta y demanda en la producción y comercialización de calzado.

También es necesario puntualizar que la parroquia San Carlos cuenta con una población de 30.000 habitantes esto brindara la información necesaria. Debido al enfoque del proyecto, la metodología que se utilizara para su desarrollo será un análisis global, estudio de mercado que incluya un estudio técnico y económico que demuestre los costos así como la localización de la empresa ubicada en la parroquia San Carlos.

La matriz estratégica DAFO va a ser de gran ayuda en la toma de decisiones del proyecto investigativo ya que podremos analizar donde estas sus oportunidades, fortalezas para el desarrollo así como sus debilidades y amenazas que podrían afectar a la futura empresa

La evaluación financiera será muy necesaria para obtener información midiendo sus índices de rentabilidad y riesgo financiero para la empresa manteniendo el compromiso de cumplir con responsabilidad sus obligaciones

El impacto económico en la elaboración de este proyecto será positivo, para la fabricación de calzado, se beneficiaran los habitantes ya que se necesitará de personal el cual recibirá un salario justo enmarcado en la ley, a su vez ayudara a impulsar el comercio de la parroquia.

Al producir calzado directamente en San Carlos, se evitará los intermediarios, generando como resultado que los costos disminuyan y sean accesibles al consumidor.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Desarrollar un estudio de factibilidad que justifique la creación de una empresa productora y comercializadora de calzados en la parroquia San Carlos año 2014.

1.2.2 Específicos

- Realizar un estudio de mercado que justifique la oferta y demanda en la producción y comercialización de calzado
- Determinar un estudio técnico y económico que defina los costos así como la localización para la creación de la empresa de calzado.
- Aplicar la matriz estratégica DAFO que permita la toma de decisiones de la empresa.
- Analizar mediante evaluación financiera que indique los índices de rentabilidad del proyecto.

1.3 Hipótesis

1.3.1 General

La elaboración de un estudio de factibilidad optimizará la creación de una empresa dedicada a producir y comercializar de calzados en la parroquia San Carlos año 2014.

1.3.2 Especificas

- Realizando un estudio de mercado proyectará la oferta y demanda en la producción de calzado.
- La información de un estudio técnico y económico minimizará los costos y localización de la empresa de calzado.
- La utilización de la matriz estratégica DAFO agilizará el proceso de toma de decisiones de la empresa
- El análisis de evaluación financiera definirá los índices de rentabilidad del proyecto.

1.4 Variables

1.4.1 Dependiente

- Oferta y demanda
- Costos y localización
- Toma de decisiones
- Rentabilidad del proyecto.

1.4.2 Independiente

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Matriz DAFO
- Evaluación financiera

CAPITULO II
MARCO TEORICO

2.1 Fundamentación Teórica

2.1.1 Estudio de Factibilidad

Según Bianco Arístides (2010), el principal objetivo del estudio de factibilidad es determinar la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de herramientas contables y económicas como lo son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas Financieras tales como el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VAN).

Según Miranda Juan (2012), cuando persisten dudas en torno a la viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación. La decisión de pasar de la etapa anterior al estudio de factibilidad debe ser tomada por las altas jerarquías, pues siempre implica su elaboración altos gastos financieros y consumo de tiempo y puede en muchos casos, acarrear considerables costos políticos.

Según Alegsa Álvaro (2010), se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar.

Podríamos concluir que el estudio de factibilidad se refiere a la investigación que nos proporcionara las herramientas financieras necesarias para poner en marcha un proyecto ayudándonos a tomar decisiones administrativas que ayuden al desarrollo.

2.1.1.1 Factibilidad Operacional

Según Herrera Danilo (2012), se relaciona con los compromisos ofrecidos a los participantes no basta con acuerdos informales; se deben establecer claramente responsabilidades y metas, y lograr un fuerte respaldo de los participantes mediante la constitución de un grupo de apoyo integrado por los directivos de las instituciones implicadas.

La factibilidad operacional ayuda a resolver los problemas en la empresa que en muchas ocasiones pasan desapercibidos todo esto genera que se lleve un mejor control y dirección de la empresa obteniendo acceso en las áreas en las cuales les era difícil revisar.

2.1.1.2 Factibilidad Técnica

Según Ramírez Michele (2012), toda aquella información que permita establecer la infraestructura necesaria para atender su mercado objetivo, así como cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación de la entidad en formación.

La factibilidad técnica se centra más en el área tecnológica con el objetivo de un mejor desarrollo a la empresa ya que hoy en día la tecnología es lo primordial en una empresa con un mercado competitivo y exigente es necesario para el progreso. Por estos las empresas deben contar con un personal capacitado que brinde la información en cuanto sea solicitada por el personal administrativo.

2.1.1.3 Factibilidad Económica Financiera

Según Ramírez Michele (2012), la evaluación económico-financiera de un proyecto permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio, además de brindar elementos para decidir el tamaño

de planta más adecuado. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

Los estudios de mercado, así como los técnicos y los económicos, brindan la información necesaria para estimar los flujos esperados de ingresos y costos que se producirán durante la vida útil de un proyecto en cada una de las alternativas posibles. La comparación de estos flujos de beneficios y costos tiene que ser atribuibles al proyecto. Al decidir sobre la ejecución del mismo no deben tomarse en cuenta los flujos pasados ni las inversiones existente.

Se refiere específicamente al estudio económico en lo que tiene que ver con los costos a invertir en un proyecto o al elaborar un producto y los beneficios que podríamos obtener en su venta la factibilidad económica es de gran importancia porque ayuda a tomar las decisiones más convenientes para la empresa en determinados momento.

2.1.2 Tipos de Viabilidad

Según Varela Edwin (2010), la viabilidad está conformada por aspectos técnicos, socioeconómicos, ambientales e institucionales.

2.1.2.1 Viabilidad Técnica

Según Fernández Walter (2010), tiene como objetivo estudiar si la organización es capaz de construir el sistema de información propuesto, por lo tanto. Solo se podrá realizar un estudio de viabilidad técnica cuando se tenga que resolver o evaluar cuestiones técnicas.

Determina la situación económica de las todas las actividades que tiene que ver con los costos para dar solución a cualquier inconveniente que se presente dependiendo el problema de la compañía tomando las decisiones adecuadas

2.1.2.2 Viabilidad Operacional

Según Fernández Walter (2010), la viabilidad operacional u operativa es el proceso de examinar la concordancia de los resultados del proyecto y los objetivos marcados. Es decir la viabilidad operacional estudia si las necesidades de los usuarios finales han sido satisfechas al nuevo sistema de información.

Es de gran importancia porque permite identificar lo positivo y los contras del proyecto de una manera general en el ámbito económico y social informando para que se tomen decisiones adecuadas con la información que brinda.

2.1.2.3 Viabilidad Fechas

Según Fernández Walter (2010), tiene como objetivo estudiar si las previsiones iniciales en relación al calendario de las tareas a realizar se mantienen o han sufrido un retraso en su avance, en el caso de haberse producido un retraso en su avance, es necesario estudiar los motivos para no incurrir en sus nuevas variaciones durante el resto del proyecto. En estos caso. El responsable del proyecto debe actualizar el nuevo calendario del proyecto.

Son todos los mecanismos con lo que se va a poner en marcha el proyecto analizando las consecuencias de llevar a cabo objetivo y su impacto tanto negativo como positivo.

2.1.3 Empresas de calzado en Ecuador

Según Villavicencio Lidia (2013), el desarrollo de la producción y comercialización de la industria de calzado y del cuero en Ecuador en los últimos tres años genero hasta hoy más de 10000 mil empleos esto gracias a la política arancelaria impuestas por el gobierno para defender la producción nacional el objetivo es mejorar la competitividad de los sectores productivos y

fomentar su internalización, con lo cual se espera obtener mayores divisas y equilibrar la balanza de pago.

La empresa de calzado en Ecuador es una gran oportunidad de negocio debido a que tiene un gran índice de desarrollo y aceptación en el mercado actual a más de estos es una oportunidad de poder brindar empleos capacitando al personal trabajando en equipo se puede lograr los objetivos deseados.

2.1.4 Estudio de Mercado

Según Chaquilla Samuel (2013), un aspecto central de cualquier plan de negocios es la estrategia de comercialización, por lo que se deberá analizar el mercado y los clientes potenciales. Así mismo, el producto, la oferta, el precio y la comercialización. En suma debemos aprender a escuchar la voz del mercado antes de emprender un negocio.

Según Cáceres Néstor (2014), es el proceso un mercado o un grupo uniformes más pequeños que tengas características y necesidades semejantes.

Según Villavicencio Lidia (2013), el estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados el estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos también están la herramientas conocidas las P del Mercadeo.

El estudio de mercado es esencial para toda empresa porque de ello depende la empresa y su desarrollo saber hacia dónde va dirigido el producto que parte del mercado está insatisfecho como la competencia podría afectarnos todo ello depende mucho del estudio de mercado.

2.1.5 Técnica de las 4 P

Según Espinoza Roberto (2014), el marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Estas cuatro variables también son conocidas como. Las 4Ps del pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí.

- a. **Precio:** El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. En última instancia es el consumidor quien dictaminará si hemos fijado correctamente el precio, puesto que comparará el valor recibido del producto adquirido, frente al precio que ha desembolsado por él. La variable del precio nos ayuda a posicionar nuestro producto, es por ello que si comercializamos un producto de calidad, fijar un precio alto nos ayudará a reforzar su imagen.
- b. **Plaza:** Este punto hace referencia a cómo haremos llegar el producto hasta el cliente, si lo haremos a través de un espacio físico o digital, al por mayor o al por menor o en los métodos de la distribución con el fin de conseguir ventajas competitivas.
- c. **Promoción:** La promoción hace referencia a cómo nuestros clientes van a conocer nuestro producto. Dentro de este elemento se incluyen factores como la comunicación, la fuerza de ventas o las relaciones públicas.

d. **Producto:** El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás. Dentro del producto encontramos aspectos tan importantes a trabajar como la imagen, la marca, el packaging o los servicios posventa. El director de marketing también debe tomar decisiones acerca de la cartera de productos, de su estrategia de diferenciación de productos, del ciclo de vida o incluso de lanzamiento de nuevos productos.

La mercadotecnia es fundamental para toda empresa analizando las herramientas de mercado que nos brinda podemos enfocarnos hacia donde se dirige la empresa con sus productos o servicios para satisfacer y permanecer en el mercado.

2.1.6 Análisis de la Demanda

Según Fisher Laura (2012), la demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado es el valor global que expresa la intención de compra colectiva la curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o sociedad están dispuestos a adquirir.

Según García Javier (2012), recoge la relación existente entre el precio de un bien y la cantidad comprada del mismo suponiendo que todos los demás factores determinantes de la cantidad demandada se mantienen constantemente analíticamente.

Según Chaquilla Samuel (2013), un buen estudio de la demanda ayuda a tomar buenas decisiones en el futuro respecto al producto o servicio que se piensa ofrecer al mercado. Es necesario cuantificar la demanda potencial y efectiva de

bienes o servicios que el segmento identificado está dispuesto a adquirir a un precio determinado

La demanda es línea que mide al consumidor y la cual es estudiada por las empresas con el afán de cubrir las necesidades que se presentan si existe mucha demanda de algún producto o servicio las empresas competirán para conseguir un mayor volumen de consumidores.

2.1.7 Análisis de la Oferta

Según García Javier (2012), se denomina por la relación existente entre los distintos precios posibles de un cierto bien, y la cantidad producida del mismo, manteniendo constantes el resto de factores determinantes de la decisión de oferta a corto plazo Analíticamente.

Según Chaquilla Samuel (2013), la oferta mide la cantidad de bienes o servicios puestos a disposición del mercado.

Según García Javier (2012), el análisis de la oferta deberá considerar ampliamente las condiciones bajo las que se competirá en el mercado financiero, tomando en cuenta los productos y servicios financieros ya existentes en el mercado en que se pretende posicionar.

El análisis de la oferta se refiere a la investigación por parte de los productores a la competencia en precios de productos o servicios también se encuesta al consumidor por qué prefiere la competencia este tipo de información es celosamente guardada por las empresa para tomar decisiones en el área comercial de la empresa.

2.1.8 Herramienta De Planificación Estratégica DAFO

Según Parada Pascual (2013), es una herramienta o técnica de planificación estratégica utilizada por empresas y emprendedores, que busca literalmente identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el negocio. El DAFO es un elemento fundamental para establecer la base de un buen plan de marketing estratégico.

- Fortaleza.
 - Oportunidad.
 - Debilidades.
 - Amenazas.
- a. **Fortaleza:** También llamados punto fuerte. Son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades.
 - b. **Oportunidades:** se define como toda fuerza del entorno que pueden ser aprovechadas como nuevos nichos de mercados o sectores con altos niveles de crecimientos que afectan positivamente a los objetivos de la empresa.
 - c. **Debilidades:** También llamados puntos débiles. son aquellos que reducen o limitan la capacidad de desarrollo efectivo, de la estrategia de la empresa constituyen una amenaza para la organización y deben, por lo tanto, ser controladas y superadas.

El análisis DAFO se refiere a todas las herramientas claves para el desarrollo o mejora de una empresa desde ahí se analiza cada estructura de la empresa su organización, solides comercial también se analizan las amenazas como la

competencia falta de tecnología o financiamiento que puede perjudicar a la empresa estos e lo puede elaborar en cualquier momento en la empresa no necesariamente cuando una entidad inicia.

2.1.9 Métodos del análisis financiero

Según Sapag Eddu (2011), existen términos cuyo significado deben conocerse antes de realizar un análisis financiero. Estos términos son. Rentabilidad rendimiento que generan los activos puestos en operación, liquidez capacidad que tiene una empresa para pagar sus deudas oportunamente y tasa de rendimiento porcentaje de utilidad en un periodo determinado como los balances general, estados de resultados, estados de variación de capital contable entre otros ayudan a obtener información.

Por medio de los documentos financieros podemos saber la salud financiera de la empresa y poder medir su rendimiento su capacidad de pago su nivel de endeudamiento en todas las operaciones económicas que se realicen.

2.2 Fundamentación Conceptual

2.2.1 Objetivo del Estudio de Factibilidad

Según Rivadeneira Milton (2014), en general el estudio de factibilidad debe proporcionar la base comercial, técnica, económica y financiera para la decisión de invertir en una propuesta determinada.

El objetivo del estudio de factibilidad es investigar cada una de las necesidades de la empresa encontrando soluciones técnicas que ayuden a mejorar la empresa una vez recopilado los se tomaran decisiones correctas para el desarrollo del proyecto.

2.2.1.1 Estructura del Estudio de Factibilidad

Según Ramírez Michele (2012), el modelo propuesto para la realización de estudios de factibilidad es una combinación de elementos técnicos y económicos, donde aparecen como aspectos fundamentales la creación de un grupo de expertos para la realización de la tarea y la posibilidad de analizar la inversión, desde el punto de vista de criterios cualitativos y cuantitativos, entre otros elementos.

La principal función es la investigación para entregar toda la información estructuralmente necesaria que requiera el proyecto a través de todos los procesos necesarios una vez culminado el diagnóstico se procede a la elaboración de una propuesta.

2.2.2 Análisis PESTEL

Según Parada Pascual (2013), es una herramienta de análisis PESTEL es una técnica de análisis estratégico para definir el contexto de una compañía a través del análisis de una serie de factores externos. El análisis PESTEL es igual que el DAFO, forman parte del Marketing estratégico, que es el encargado de analizar los factores internos y externos a nuestra compañía, y cuyos resultados debemos incluir en nuestro plan de negocios.

- **Políticos:** las diferentes políticas del gobierno, las subvenciones la política fiscal de los diferentes países, las modificaciones de los tratados comerciales
- **Económicos:** los ciclos económicos, la política económica del gobierno, el tipo de interés, los factores macroeconómicos propios de cada país, los tipos de cambio a nivel de inflación, han de ser tenidos en cuenta para la definición de los objetivos económicos de cada empresa.

- **Socio-Culturales:** Cambios en los gustos o en la moda que repercutan el nivel de consumo, cambio en el nivel de ingreso, cambio en el nivel poblacional.
- **Tecnológico:** Un entorno que promulgue la innovación, la promoción de desarrollo tecnológico que lleve a la empresa integrar dichas variables dentro de su estrategia competitiva, cambios tecnológicos futuros.
- **Ecológicos:** **Leyes** de protección medioambiental regulación sobre el consumo de energía y el reciclaje de residuos, preocupación por el calentamiento global.
- **Legales:** licencias, leyes sobre empleos, derecho de propiedad intelectual, leyes de salud y seguridad laboral, sectores protegidos y regulados.

Los objetivos del estudio de factibilidad es un control que se realiza a todas las necesidades de la empresa y a los problemas que surgen y sean económicas u operativas con el fin de encontrar soluciones con estrategias que ayuden a l desarrollo de la organización.

2.2.3 Objetivos de las Empresas de Calzado en Ecuador

Según Daffus Daniel (2007), incrementar la participación y posicionamiento en el mercado del calzado ecuatoriano mejorando la rentabilidad de la empresa gestionando óptimamente el talento humano a través de procesos transparentes y de calidad amparados en los valores empresariales Fomentar la cultura del servicio en la empresa.

Las empresas de hoy se enfocan en brindar servicios de calidad en un mercado exigente para poderse mantener como competidores deben tener en cuenta todos los ámbito económico comercial que aporten información para la

toma de decisiones que ayuden a la empresa contribuyendo a disminuir riesgos que puedan afectar.

2.2.3.1 Costes

Según Parada Pascual (2013), visto como el coste oportunidad, coste de adquisición y coste de uso. El precio ya no es la variable determinante, sino lo que nuestro cliente deja de hacer o comprar por adquirir nuestro producto o las dificultades que encuentra para adquirirlo y usarlo.

Es de gran importancia para la empresa ya que de ello depende su la existencia de la misma por eso son analizados que cumplan las expectativas del consumidor también sus formas tamaños y envases tiene mucho que ver a la hora de la preferencia versus la competencia.

2.2.3.2 Clientes Potenciales

Según Parada Pascual (2013), un producto no es bueno o malo en sí mismo, es necesaria la óptica del cliente para conocer la idoneidad del mismo. Lo importante ya no es fabricar, si no vender lo fabricado, para ello es fundamental conocer las necesidades de nuestro cliente, elemento central de nuestra estrategia.

Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades.

2.2.4 Definición de Estudio de Mercado

Según Rivadeneira Milton (2014), cualquier expansión de las instalaciones productivas debe basarse en el potencial del mercado. Con este fin, la propuesta de inversión debe incluir el estudio de mercado de los bienes que se espera producir y vender, La justificación de mercado debe mostrar el aumento

en el volumen de ventas previsto y los ingresos que se espera serán producidos por la expansión propuesta. Debe demostrarse que estas proyecciones tienen como base investigaciones y juicios referentes a la demanda en el futuro.

Es una actividad de mercadotecnia que tiene la finalidad de ayudarle a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas. Por ejemplo, para elaborar un pronóstico de ventas.

2.2.4.1 Objetivo del estudio de mercado

Según Ramírez Michele (2012), el objetivo del estudio del mercado en un proyecto consiste, en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un período convencional un mes, un año u otro dado que la magnitud de la demanda variará en general con los precios, interesa hacer la estimación para distintos precios y tener presente la necesidad de que el empresario pueda cubrir los costos de producción con un margen razonable de utilidad.

Se refiere a la investigación estadística que se le hace al consumidor sobre un determinado bien o servicio para saber su opinión y satisfacción sobre el mismo para saber que necesita el consumidor o mejorar el producto ya instalado en el mercado.

2.2.4.2 Etapas del estudio de mercado

Según Ramírez Michele (2012), con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos, pero en la práctica se aplican en campos bien definidos. Los pasos a seguir para llevar a cabo un análisis comercial, según bibliografía especializada los objetivos específicos son.

- Definir claramente la demanda
- Conocer la oferta actual y potencial
- Conocer gustos y preferencia de nuestros clientes.
- Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos
- Evaluar los resultados de estrategias de comercialización
- Conocer los precios a los que se venden los servicios

Proyectan a una población más amplia para saber su preferencia de su producto o porque eligen a la competencia con el objetivo de mejorar.

2.2.5 Estudio Técnico

Según Rivadeneira Milton (2014), el personal técnico de la empresa debe desarrollar las propuestas específicas de adquisición de maquinaria, distribución de espacio, flujo de materiales.

El valor de la maquinaria y equipo, nuevas construcciones y terrenos debe presentarse correctamente. Especial cuidado se debe poner en la estimación de fletes, seguros, derechos de aduana y costos de instalación. Además, el responsable técnico debe determinar el número y nivel de preparación del personal requerido para operar la nueva maquinaria, de manera general, el informe debe estar en condiciones de responder a cualquier inquietud de carácter operativo y técnico.

Hacer referencia al proyecto a ejecutar y de los aspectos a considerar tomando en cuenta la adquisición de maquinaria y todos los costos de instalación, técnicos cuidando el presupuesto establecido.

2.2.5.1 Análisis De Comercialización

Chaquilla Samuel (2013), no todas las empresas suelen entregar su producto o servicio directamente a sus clientes es muy frecuente que contraten a otras empresas especializadas en la distribución y venta de esos productos. Ellos son los intermediarios y que constituyen los canales de comercialización de nuestro producto.

Es importante analizar el mercado actualizando permanentemente diseños colores para poder satisfacer la demanda del consumidor llegando con estrategias de mercado dando a conocer el producto que ofrecemos.

2.2.6 Objetivo de las 4 P del Marketing

Según Kotler Philip (2010), el objetivo principal de la mercadotecnia es llevar al cliente hasta el límite de la decisión de compra. Además la mercadotecnia tiene también como objetivo favorecer el intercambio de valor entre dos partes (comprador y vendedor), de manera que ambas resulten beneficiadas para que se produzca, es necesario que se den cinco condiciones.

- Debe haber al menos dos partes.
- Cada parte debe tener algo que supone valor para la otra.
- Cada parte debe ser capaz de comunicar y entregar.
- Cada parte debe ser libre de aceptar o rechazar la oferta.
- Cada parte debe creer que es apropiado.

Es el conjunto de acciones cuyo objetivo es prever la demanda de bienes y servicios para obtener la máxima eficacia en su comercialización cabe destacar que la mercadotecnia en nuestros días se ocupa más que cubrir necesidades del ser humano, ofrecerle bienes y servicios que le hagan sentir bien.

2.2.7 Estudio Financiero

Según Sapag Eddu (2011), el análisis financiero es un proceso mediante el cual se aplican diversos métodos a los estados financieros e información complementaria para hacer una medición adecuada de los resultados obtenidos por la administración y tener una base apropiada para emitir una opinión correcta acerca de las condiciones financieras de la empresa y sobre la eficiencia de su administración; así como para el descubrimiento de hechos económicos referentes a la misma y la detección de deficiencias que deban ser corregidas mediante recomendaciones.

El análisis financiero nos ayuda a obtener información necesaria de carácter económico para saber la capacidad de la empresa por medio de métodos.

2.2.8 Definición de los Objetivos Estratégicos de FODA

Parada Pascual (2013), el objetivo principal del análisis DAFO es identificar las líneas de acción y planes estratégicos que son necesarios para alcanzar los objetivos de la empresa. A través de una metodología basada en.

- La identificación de los elementos internos y externos que afectan a nuestra empresa.
- La agrupación por pares de dichos elementos para establecer las líneas de acción, para terminar.
- Desarrollo de dichas estrategias o planes

El análisis FODA logra anticipar oportunamente las acciones que será necesario aplicar en cada posible escenario, permite desarrollar una estrategia efectiva que asegure el cumplimiento de la misión y la visión y, por tal razón constituye una herramienta efectiva que facilita la apreciación objetiva de la situación y la correcta toma de decisiones.

2.2.9 Estudio Económico

Según Rivadeneira Milton (2014), si los informes de mercado y técnico han sido preparados correctamente es posible determinar si la inversión propuesta. En la evaluación financiera de las propuestas de inversión se siguen básicamente los pasos siguientes.

Se evalúan las inversiones e intervienen varios métodos financieros que son muy necesarios para la toma de decisiones dentro de empresa minimizando cualquier tipo de riesgo que ponga en peligro la compañía.

2.2.9.1 Estimar los flujos de caja futuros

Según Rivadeneira Milton (2014), una vez definida la inversión requerida, se procede a calcular los flujos de caja del proyecto. Para esto, es necesario proyectar el estado de resultados, de preferencia aplicando el concepto de costeo variable.

Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales.

2.2.9.2 Periodo de recupero de la inversión - PRI

Según Chaquilla Samuel (2013), es el periodo de años en que debe recuperarse la inversión con los ingresos logrados. Para el efecto de va restando a la inversión inicial los ingresos netos actualizados hasta el año en que se igualan o se aproximan.

Son fundamentales para toda empresa este proceso contable por medio de ellos se sabe el tiempo de recuperación de la inversión en el proyecto brindando toda la información necesaria

2.2.9.3 valor actual neto (VAN)

Según Serrahina Diego (2010), el valor de esos flujos futuros descontados a la fecha actual recibe el nombre de Valor Actual Neto (VAN). En proyectos de inversión empresarial acostumbra a fijarse la tasa de descuento como el coste de capital promedio que está soportando la compañía. De esta forma, si el VAN del proyecto de inversión analizado es positivo (mayor que cero) nos indica que el proyecto generará riqueza para la empresa más allá del retorno del capital invertido en el proyecto y financiado totalmente con fondos ajenos.

$$VAN = -I + \frac{CF_1}{(1 + k_1)} + \frac{CF_2}{(1 + k_1) \cdot (1 + k_2)} + \dots + \frac{CF_n}{(1 + K_1) \dots (1 + K_n)}$$

El VAN representa la rentabilidad en términos absolutos de un proyecto de inversión. Según este criterio la decisión debe llevarse a cabo ya que es rentable para la empresa.

2.2.9.4 Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)

Denominamos Tasa de Rendimiento Interno (TIR) a aquella tasa de descuento en la que se iguala el valor de la inversión (pagos) con el valor de los flujos de tesorería futuros (cobros). Es decir, es el valor de la tasa descuento en la que

la realización del proyecto es indiferente bajo la perspectiva económica. O dicho de otra forma, expresa la tasa de descuento que iguala el valor actualizado de los flujos de fondos netos obtenidos de un proyecto con la inversión realizada para su consecución.

$$VAN = -I_0 + \sum_{n=1}^N \frac{FE}{(1+r)^n} = 0 \text{ donde } r \text{ sería la TIR del proyecto}$$

Es la rentabilidad obtenida sobre el capital mientras esté invertido, tras permitir el reembolso parcial de la inversión. La TIR surge del propio proyecto independientemente de las condiciones de quien lo evalúa.

2.2.9.5 Beneficio – Costo

Según Daffus Daniel (2007), el coeficiente (B/C) es el coeficiente obtenido al dividir el valor de la producción por los costos totales involucrados. Para el cálculo es necesario elaborar un cuadro que contenga los flujos de beneficios y costos totales actualizados por sus respectivos factores de descuento. Es otro de los indicadores de rentabilidad que indica en qué medida los beneficios futuros superan la inversión inicial.

$$B/C = \frac{INGRESOS}{EGRESOS}$$

2.2.9.6 Punto de Equilibrio

Según Contreras Juan (2008), determina la solidez de ventas del servicio con cual el ingreso total iguala a los costos y gastos totales que son la suma de los costos fijos más los costos variables.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{PV}}}$$

2.3 Fundamentación legal

2.3.1 Requisitos para la creación de una empresa

Según Futuro Cae (2014), la superintendencia de compañías decreta los siguientes reglamentos.

- Estructura de la empresa: Si tu idea es tener una empresa de tipo familiar o con personas allegadas, puedes crear una compañía limitada esta se conforma por mínimo 2 y máximo 15 socios y tiene “capital cerrado.
- Reservar nombre a la Superintendencia de Compañías
- Elaborar el estatuto social con abogados: contrato con el que se registrará la sociedad.
- Abrir una cuenta d integración el banco capital mínimo de \$ 400 y \$ 800 anónimos.
- Elevar a escritura pública el estatuto social con un notario.
- Aprueba el estatuto la superintendencia de compañías
- Publica la resolución aprobatoria en un diario nacional
- Obtener permisos municipales
- Inscribir la compañía en el registro mercantil.
- Realizar junta general con los accionistas.
- Inscribir el nombramiento del representante en el registro mercantil.

- Obtener el RUC del SRI.
- Obtener la carta del banco de la superintendencia de compañías.

2.3.2 Democratización de los factores de producción.

Según Constitución del Ecuador (2008), el Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá.

- Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
- Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
- Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
- Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
- Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

2.3.2.1 Carta Magna

Constitución del Ecuador (2008), el Artículo 319 de la Carta Magna reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas, en tal virtud alentará la producción

que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

2.3.3 Intercambios económicos y comercio justo

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización de la Investigación

Al realizar el estudio de factibilidad se utilizó el método de la investigación se lo ejecutó en la parroquia San Carlos perteneciente al cantón Quevedo de la Provincia de los Ríos de la región costa de la república del Ecuador a una altura de 74 metros sobre el nivel del mar a 260 km de la ciudad de Quito capital ecuatoriana con un número de 30000 habitantes según el último censo realizado su principal actividad económica es la agrícola – comercial.

3.1.1 Métodos

Según Rosas leo (2008), se utiliza para desarrollar una investigación a manera de un análisis completo para cada una de las aéreas que conforma.

3.1.1.1 Método Inductivo

Al realiza un estudio de escuetas y entrevistas a los habitantes de la parroquia San Carlos sobre el proyecto de factibilidad para crear una empresa de producción y comercialización de calzado, obtenemos buenos resultados con la conclusión que la realización del proyecto es buena, tal conclusión es posible mediante análisis a cada uno de los datos obtenidos al final del proceso investigativo.

3.1.1.2 Método deductivo

Se empleó este método con el plan de analizar la información obtenida del sector donde se va a realizar la instalación de la empresa de calzado, también se objeto con otras fuentes de consulta, con el fin de mejorar la investigación y determinar los respectivos análisis

3.1.1.2 Método Analítico

Se permitió realizar el análisis para determinar la viabilidad del proyecto las causas y efecto mediante la información recopilada, ya sea esta, primaria o secundaria.

3.2 Fuentes

3.2.1 Primarias

Por medio de la fuente primaria se permitió obtener la información necesaria mediante las encuestas y entrevistas realizadas a los habitantes de la parroquia San Carlos para conocer sus preferencias y necesidades con respecto a la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de calzado.

3.2.2 Secundaria

Un gran aporte para obtener mayor información se logró mediante libros, revistas especializadas y de internet.

3.3 Tipos de Investigación

3.3.1 Investigación exploratoria

Según Baptista Lucas (2011), la investigación exploratoria impulsa a determinar el mejor diseño de la investigación, el método de recogida de datos y la selección de temas. Debe sacar conclusiones definitivas sólo con extrema precaución. Dado su carácter fundamental, la investigación exploratoria a menudo llega a la conclusión de que un problema que se percibe en realidad no existe.

3.3.1.1 Investigación descriptiva

También conocida como la investigación estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. El objetivo de la investigación consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

3.3.1.2 Investigación exploratoria

Es usada para resolver un problema que no ha tenido claridad debe sacar conclusiones definitivas sólo con extrema precaución a menudo llega a la conclusión de que un problema que se percibe en realidad no existe.

3.4 Técnicas de la Investigación

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación.

3.4.1. Observación Directa

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno tomar información y registrarla. En este caso se tomó información de los habitantes de la parroquia San Carlos que luego fue analizada para proseguir con el desarrollo del proyecto.

3.4.2 Encuestas

Mediante la aplicación de la encuesta se permitió conocer las necesidades e insatisfacciones de los consumidores en el contorno del calzado ecuatoriano. Para la recolección de datos se utilizaron una encuesta que respaldó la formulación de los objetivos.

3.5 Población y Muestra

3.5.1. Población

Para el INEC (2010) la población de la parroquia San Carlos presenta una población de 30000 habitantes, de acuerdo al problema a investigar y de los objetivos de la investigación, se plantea la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra.

3.5.2 La muestra

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

n= ¿? muestra

N = Universo objetivo 30.000 habitantes

Z = Nivel de confianza 95 % 1.96

e = Margen de error 5%

q = Probabilidad de no ocurrencia 50%

p= Probabilidad de ocurrencia del evento 50%

Aplicación de la Encuesta.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 30.000}{0.05^2(30.000 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{3.841 \times 0.50 \times 0.50 \times 30.000}{0.0025(29.999) + 3.841 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{28.812}{74.99 + 0.96}$$

$$n = \frac{28.812}{75.95}$$

$$n = 379.35$$

Se realizaron 379 encuestas.

CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS
RESULTADOS

4.1. Resultados

Interpretación y análisis de los resultados de las encuestas a los habitantes de la parroquia San Carlos cantón Quevedo.

1.- ¿Considera usted factible la creación de una empresa para la Producción y comercialización de calzado?

TABLA 1. Proyecto de Factibilidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAGE
SI	269	69%
NO	39	10%
TAL VEZ	80	21%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

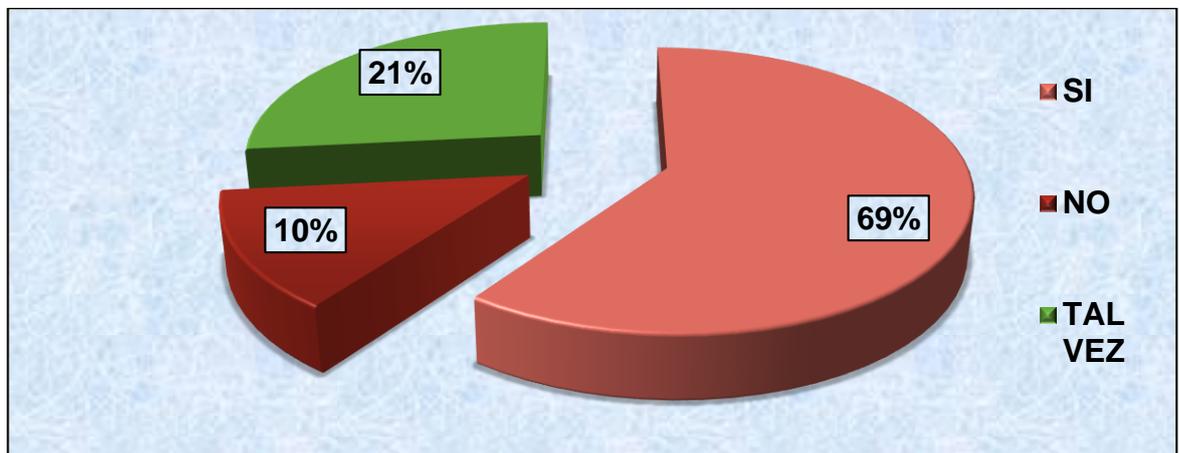


FIGURA 1. Proyecto de Factibilidad.

ANALISIS

De acuerdo con el análisis podemos concluir que el 69% de las personas encuestadas están de acuerdo que se realiza un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de calzado con un 10% cree que no es necesario mientras que un 21% está en dudas.

2.- ¿Adquiriría calzados de la fábrica “JORYEI” para usted y su familia?

TABLA 2. Investigación de mercado.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAGE
SI	368	58%
NO	8	32%
TAL VEZ	3	10%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos

Elaborado por: La Autora

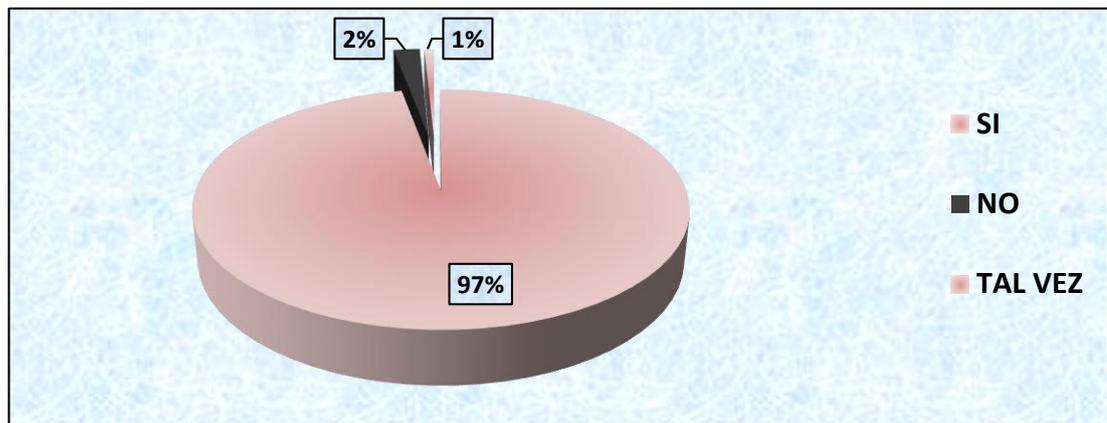


FIGURA 2. investigación de mercado

ANALISIS

Los datos de la encuesta realizada nos arrojan los siguientes porcentajes el 97% que representa a 368 personas dijo que estaría dispuesta a adquirir el nuevo calzado con el fin de apoyar la industria ecuatoriana, fomentando a su crecimiento.

3.- ¿Cuáles Son los principales problemas que tiene al comprar calzado?

TABLA 3. Elaboración de proyecto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MALA CALIDAD	190	50%
INCOMODIDAD	79	21%
OTROS	110	29%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos

Elaborado por: La Autora

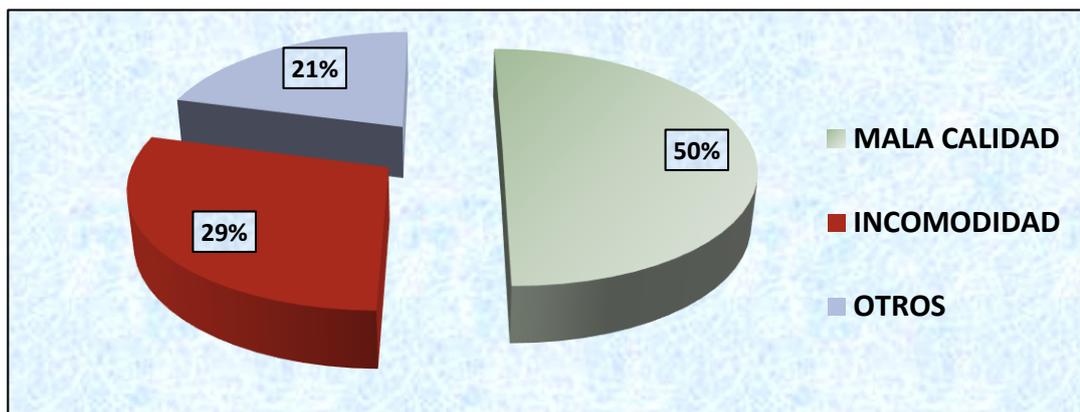


FIGURA 3. Información estadística del proyecto

ANALISIS

De acuerdo a los datos obtenidos mediante la investigación realizada podemos observar que el 50% de los encuestados están de acuerdo en QUE LA MALA CALIDAD de los calzados es uno de los principales problemas al momento adquirir algún tipo de calzado

4.- ¿Cuáles piensa usted que serían los mayores obstáculos de desarrollo para la nueva empresa de calzado “JORYEI”?

TABLA 4. Obstáculos de desarrollo de la empresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMPETENCIA	300	79%
FALTA DE EXPERIENCIA EN EL MERCADO	29	8%
SER POCO CONOSIDA	50	13%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

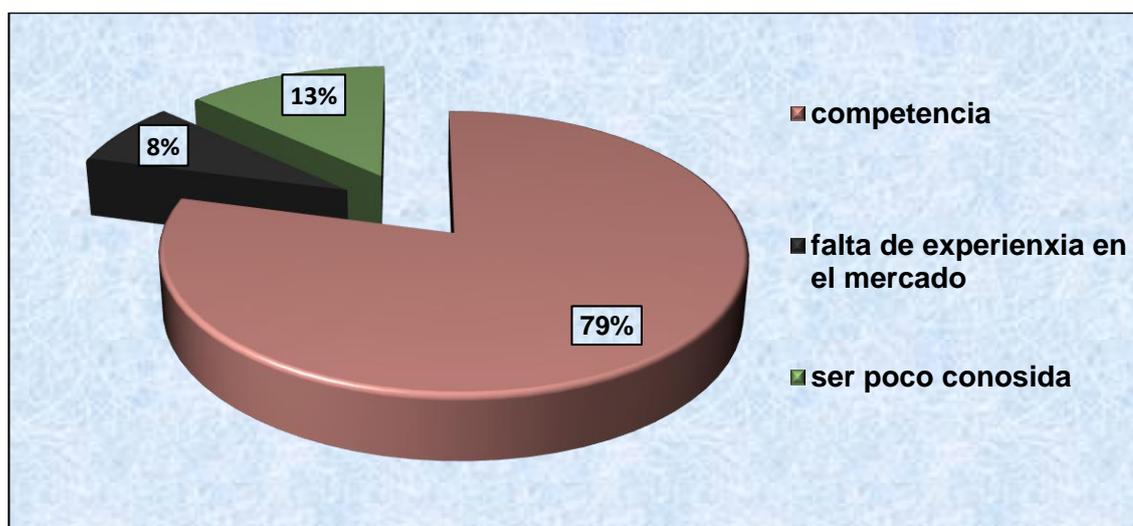


FIGURA 4. Obstáculos de desarrollo

ANALISIS

En estas preguntas las posiciones se encuentran divididas ya que el 79% cree que la competencia es el mayor obstáculo de desarrollo para la nueva empresa su falta de experiencia en el mercado está representado por un 8% que cree que será de mucha dificultad un 13% de los encuestados cree que ser poco conocida también podría perjudicarle en un mercado competitivo.

5.- ¿Con qué frecuencia compra calzado para sus familia y para usted?

TABLA 5. Frecuencia que compra de calzado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENSUAL	155	41%
TRIMESTRAL	215	57%
ANUAL	9	2%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

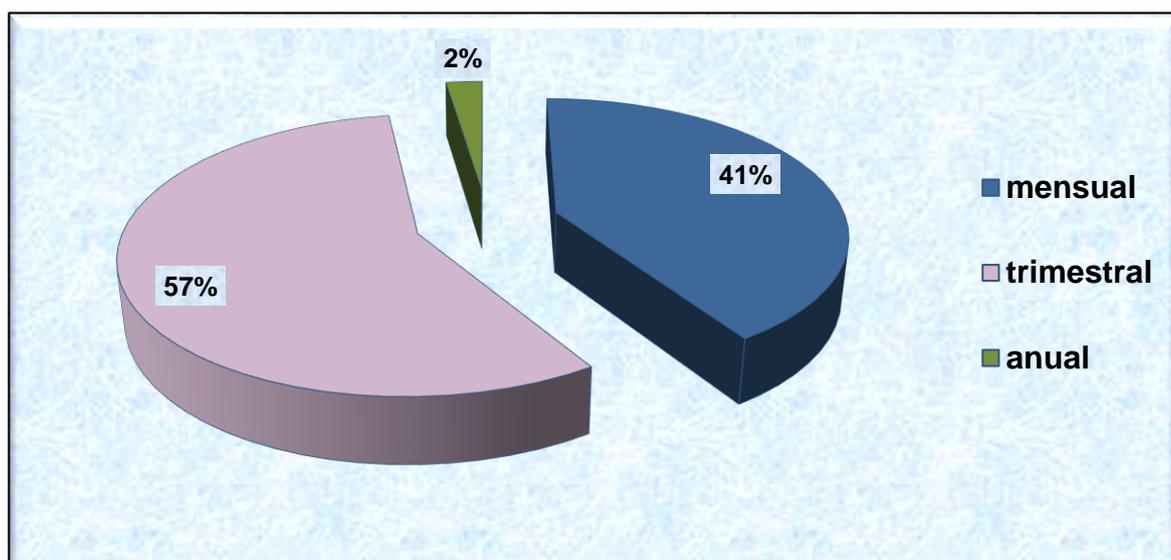


FIGURA 5. Análisis en la compra de calzado

ANALISIS

De acuerdo al análisis podemos interpretar los resultados de la pregunta planteada con un margen de un 57% dijo que sus compras las hacia trimestralmente mientras que un 41% objeto que las compras de calzado las realizaba de manera mensual mientras que con un porcentaje de solo el 2% dijo que lo realizaba anualmente.

6.- ¿Conteste cree usted que en nuestro país existe escasa tecnología industrial para la elaboración de un calzado con calidad?

TABLA 6. Escasa tecnología para Producir

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	180	48%
NO	115	30%
TAL VEZ	84	22%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

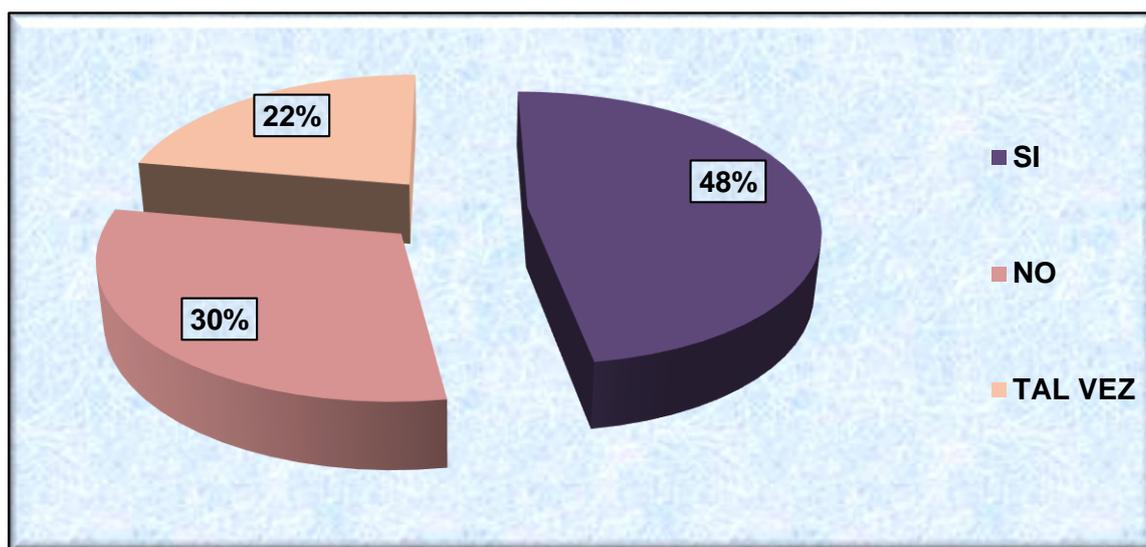


FIGURA 6. Escasa tecnología para Producir

ANALISIS

De los datos obtenidos podemos observar que 180 personas que conforman el 48% argumentan que el país no cuenta con maquinarias necesarias para producir un calzado de calidad que existen muchas falencias en la industria ecuatoriana del calzado mientras que un 30% de los encuestados dijo que si existía maquinaria de primera para la producción el 22% se mantenía en duda.

7.- ¿Cree usted que al ser una empresa que cumple un proceso industrial vaya a afectar el medio ambiente?

TABLA 7. Normas ambientales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	49	13%
NO	240	63%
TAL VEZ	90	24%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

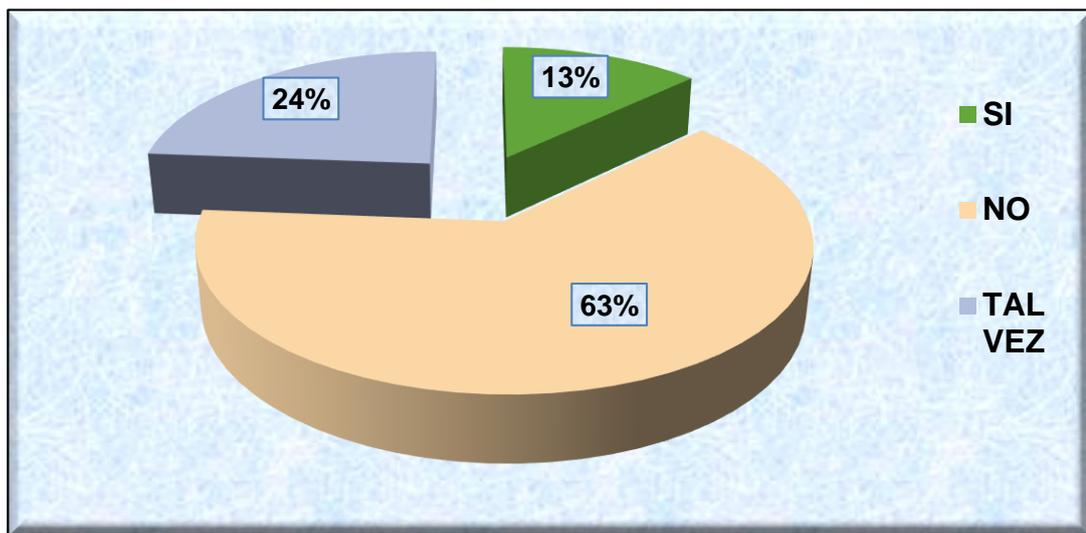


FIGURA 7. Normas ambientales

ANALISIS

El 63% de los encuestados respondió que no generaría daños al medio ambiente un 24% de los habitantes se mantenía escéptico al daño que podría causar mientras que una 13% argumento que al ser una empresa que cumple un proceso productivo ocasionaría algún daño a medio ambiente.

8.- Considera usted que ayudaría al crecimiento económico de la parroquia la instalación de empresa de calzado “JORYEI”.

TABLA 8. Crecimiento económico de la parroquia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	220	58%
NO	50	13%
TAL VEZ	109	29%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

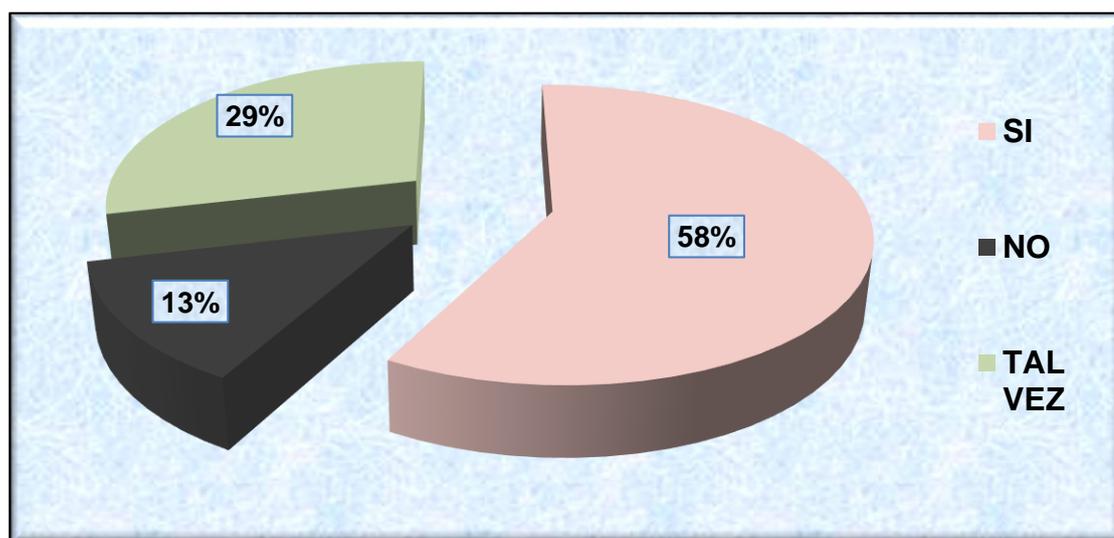


FIGURA 8. Crecimiento económico y laboral

ANALISIS

Según las encuestas se puede revelar que un 58% se mantiene optimista y cree que el proyecto asegurando que aportaría al desarrollo económico de la parroquia en diferentes campos un 13 % dijo que no aportaría nada y que el comercio seguirá de la misma manera que ha permanecido en años el 29% se encuentra en duda de que el proyecto a realizarse ayude de alguna forma al crecimiento económica de la parroquia San Carlos.

9.- ¿Cuáles cree usted que serían las mayores amenazas de la empresa “JORYEI”?

TABLA 9. Amenazas en el desarrollo empresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMPETENCIA	190	50%
FINANCIAMIENTO	130	34%
CAPACITACIÓN	59	16%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

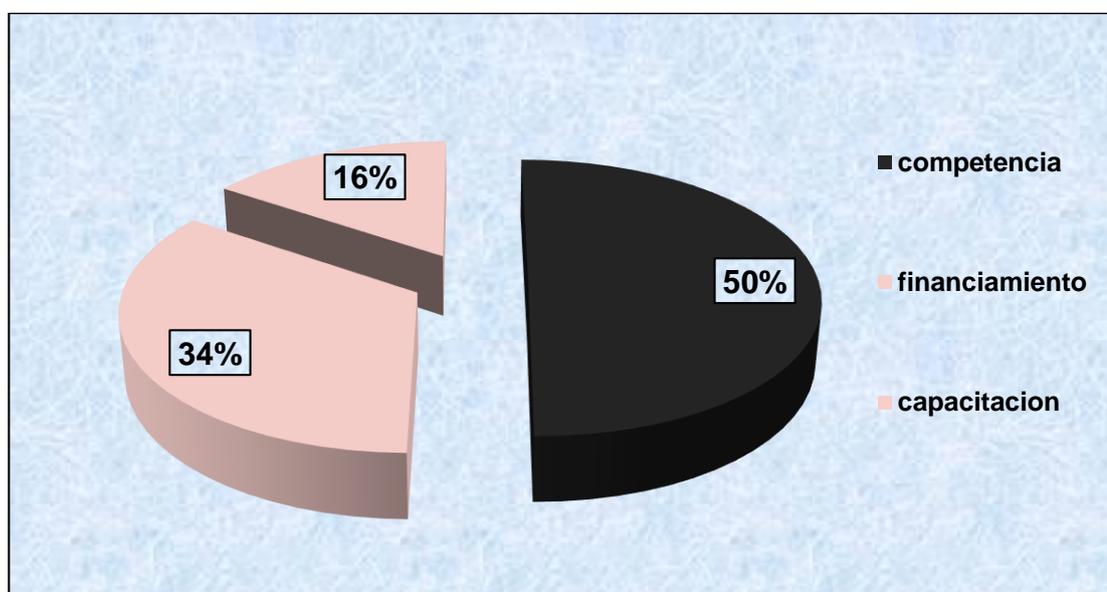


Figura 9. Amenazas en el desarrollo empresa

ANALISIS

De acuerdo con la encuesta realizada podemos observar que el 50% piensa que una de las mayores amenazas en la creación y estabilidad de la empresa es la competencia que se encuentra en el mercado un 34% respondió que es el financiamiento al querer invertir suele ser dificultoso por los obstáculos que se presentan un 16% cree que otra de las dificultades es la capacitación de personal que suele presentar un problema en cualquier empresa.

10.- ¿Cuáles cree usted que sería su mayor fortaleza de la empresa “JORYEI”?

TABLA 9. Mayores fortalezas de la empresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PERSONAL CREATIVO	220	66%
NUEVOS MERCADOS	111	22%
APOYO ESTATAL	48	12%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
 Elaborado por: La Autora

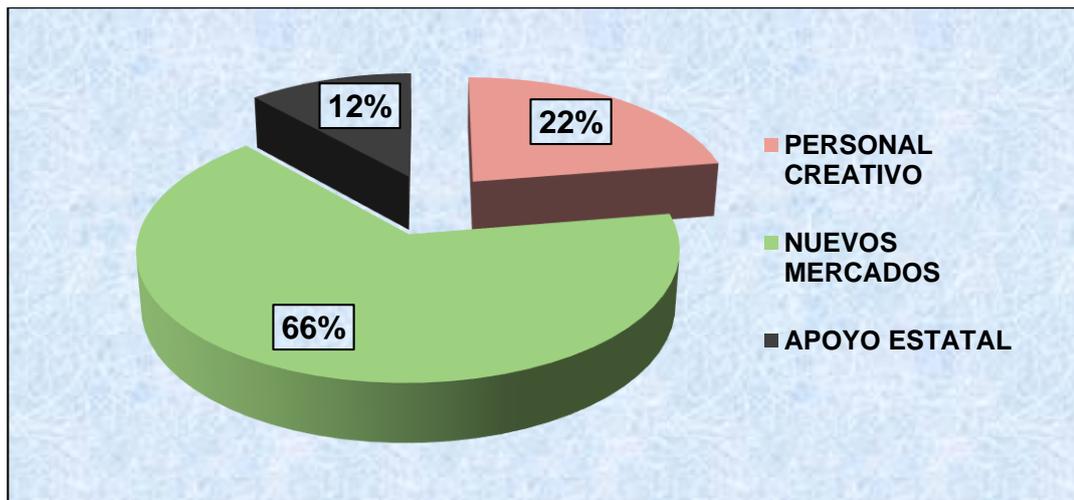


FIGURA 10. Fortalezas de la empresa

ANALISIS

Se ha podido establecer que el 66% ha respondido positivamente considerando que nuevos mercados y consumidores son una gran opción de crecimiento para la empresa el 22% d los encuestados cree que una de las mayores fortalezas para la empresa es un personal creativo capacitado con ideas innovadoras.

11.- ¿Considera usted que es necesario que los gerentes tomen en cuenta a todo el personal ante cualquier decisión administrativa en cualquier el área de la empresa?

TABLA 11. Decisiones administrativas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	269	69%
NO	30	8%
TAL VEZ	89	23%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

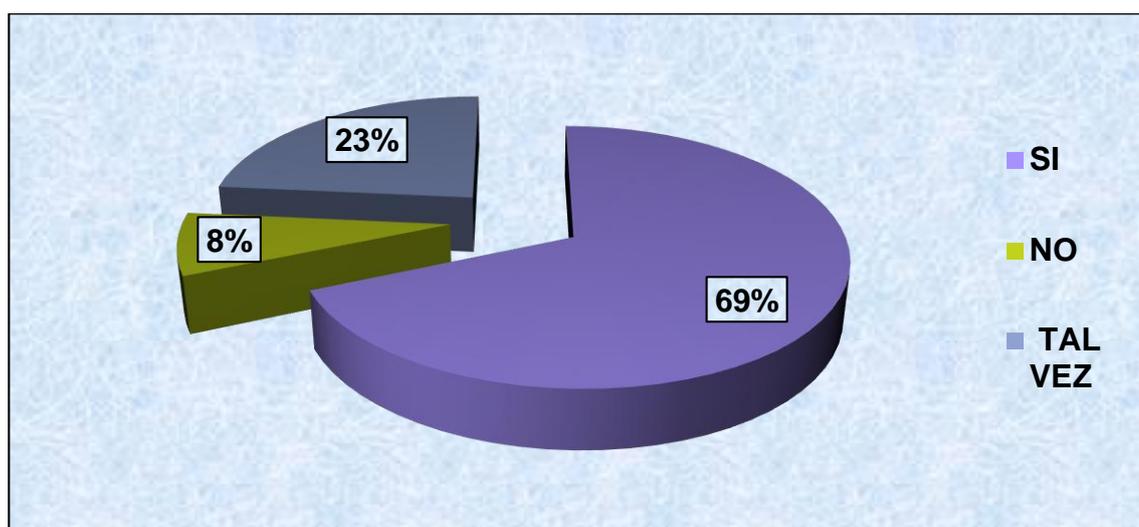


FIGURA 11. Decisiones administrativas

ANALISIS

Según las encuestas se puede revelar que un 69% está totalmente de acuerdo en que los gerentes tomen en cuenta ante cualquier decisión al personal que labora en cualquier área de la empresa con el objetivo de una mayor comunicación ante cualquier inconveniente el 23% dijo que estaba en dudas ya que por ser jefes suelen tomar decisiones acertadas que no es necesario ya que toma mucho tiempo en que se pongan de acuerdo ante cualquier decisión.

12.- ¿Cree usted que se debería investigar el mercado constantemente ante cualquier toma de decisiones en la empresa “JORYEI”?

TABLA 12. Toma de decisiones en base a investigación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	350	92%
NO	10	3%
TAL VEZ	19	5%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

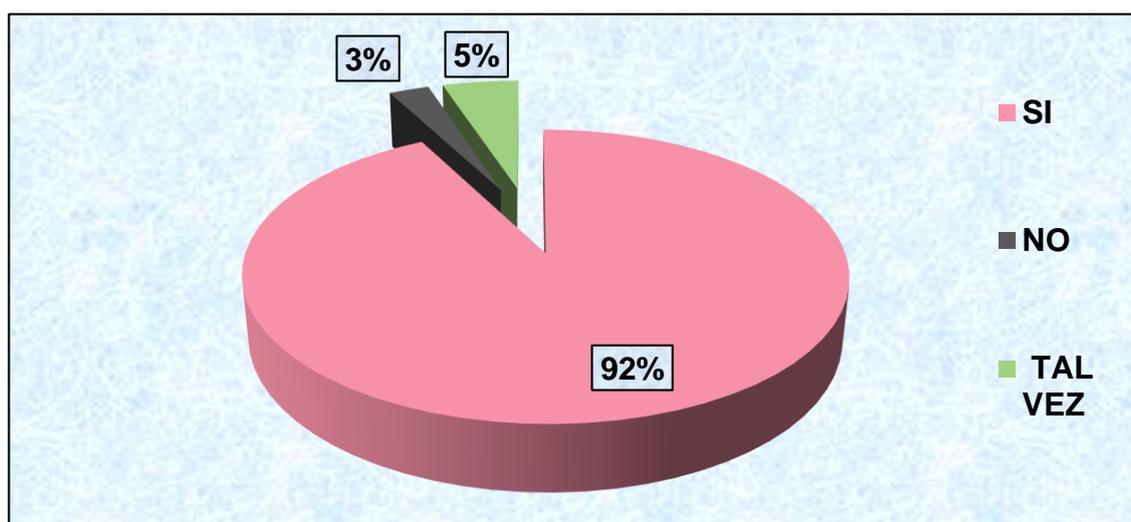


FIGURA 12. Toma de decisiones

ANALISIS

Según datos obtenidos podemos observar que un 92% dijo que es necesario investigar el mercado ante cualquier decisión ya que debemos estar alerta ante cualquier cambio que se de en cualquier índole el 5% se abstiene de opinar pues recalca que no siempre los cambios son buenos el 3% es enfático con un rotundo no pues cree que una planeación con tiempo nos ayuda a ahorrar gastos.

13.- ¿Mediantes que tipos de medios cree usted que obtendría una mayor publicidad la empresa?

TABLA 13. Publicidad para la empresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET	219	58%
TELEVISION	140	37%
PERIODICOS	20	5%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

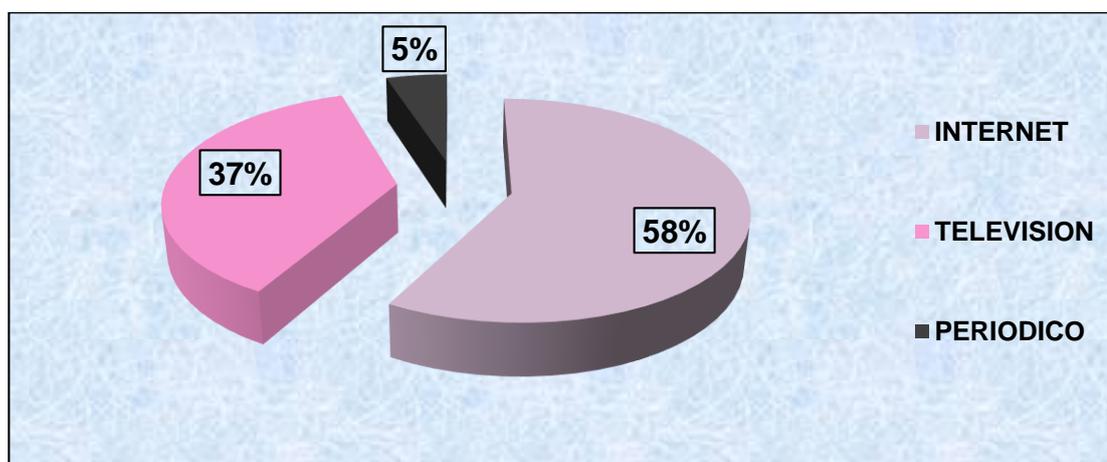


Figura 13. Medios publicitarios

ANALISIS

Los datos obtenidos de la encuestas nos revelan que un mejor manera de promocionar la empresa dándola a conocer en el mercado es a través del internet por ser uno de los medio más rápido económico y por ser un medio muy utilizado por todas las edades el 37% sugirió que podría aportar mucho el medio televisivo a diferencia 5% que recomendó los medios escrito dando una campaña de publicidad necesaria para sacar adelante la empresa.

14.- ¿Considera Ud. una buena idea de lanzar al mercado colecciones de calzado de acuerdo a la temporada?

TABLA 14.Produccion de acuerdo a temporadas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	210	55%
NO	49	49%
TAL VEZ	120	120%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

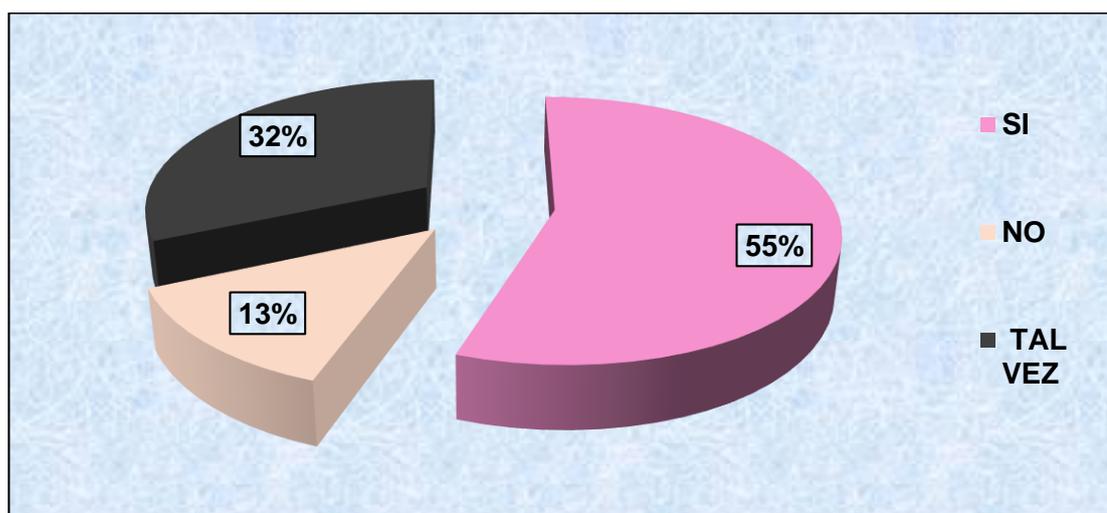


FIGURA 14. Análisis de producción

ANALISIS

Se ha podido establecer que el 55% ha respondido positivamente considerando que una vez instalada la fábrica se debería producir de acuerdo a temporada con el objetivo de que la empresa crezca y se mantenga en el mercado ya que para el consumidor es importante poder encontrar cualquier tipo de calzado que le de comodidad no obstante un 32% de los consultados argumenta que no es necesario que se altere la producción en ningún ámbito ya que podría alterar su margen de ventas y se podría fracasar por ser solo cuestión de temporadas.

15.- ¿Que tiene en cuenta al momento de comprar zapatos precio, diseño, marca comodidad, color?

TABLA 15. Característica del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DISEÑO	50	13%
COMODIDAD	80	21%
COLOR	69	18%
MARCA	40	11%
PRECIO	140	37%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

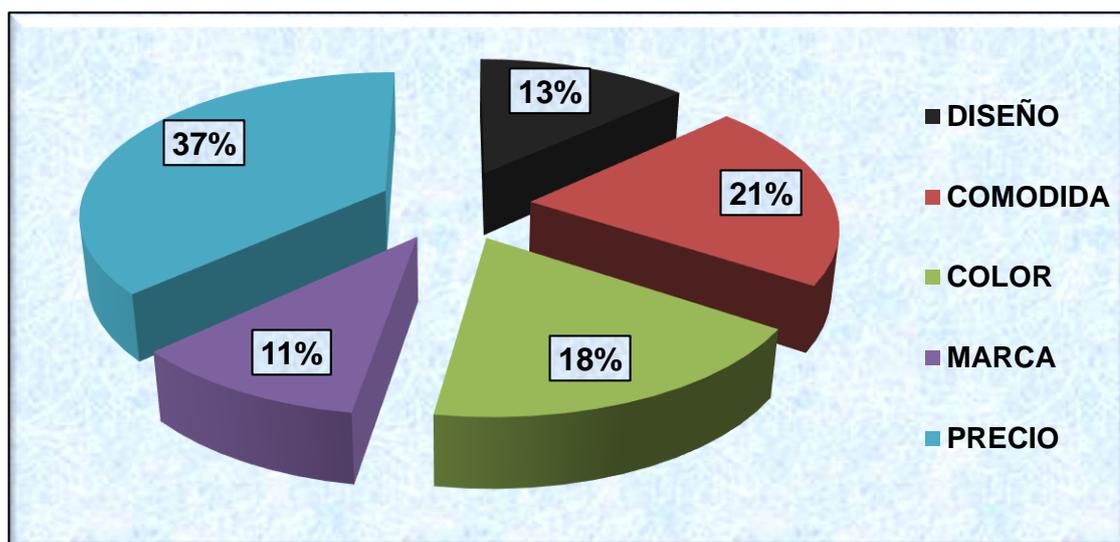


FIGURA 15. Preferencias del consumidor

ANALISIS

Después de ver realizado la tabulación podemos analizar porcentajes totalmente divididos en gustos y preferencias de los clientes, un 37% dijo que se fijan más en el precio mientras que el 21% de los encuestados manifestó que la comodidad es lo más importante, con 18% y 13% están los que toman en cuenta el diseño y color a la hora de adquirir un calzado.

16.- ¿Cuál es el precio promedio que estaría dispuesto a pagar por calzado?

TABLA16. Precio del calzado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-40 DOLARES	320	85%
50-60 DOLARES	50	13%
70-80 DOLARES	9	2%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta de habitantes de la parroquia San Carlos
Elaborado por: La Autora

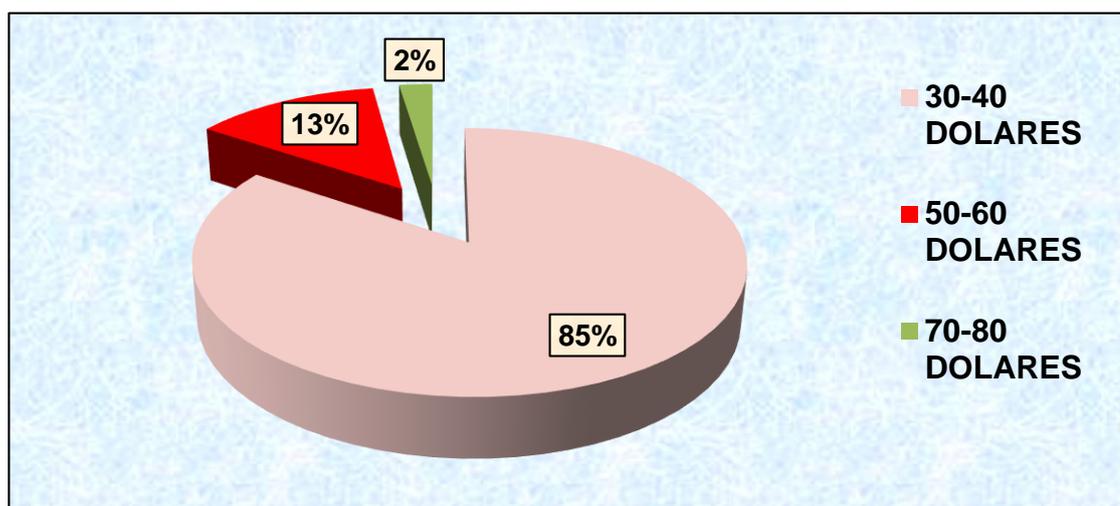


FIGURA 16. Valor a pagar por calzado

ANALISIS

Tomando en cuenta la encuesta podemos observar que el 85% de los encuestados optan por los primeros precios más económicos el 13% prefieren precios más elevados por diseños y colores y un 2% se considera de buen gusto y no le importa el precio si no la calidad del calzado.

4.1.1 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es fundamental para el desarrollo del proyecto en la empresa de calzado la cual estará ubicada en la parroquia San Carlos perteneciente al cantón Quevedo, con este proyecto se busca rescatar esta parte de la manufactura que ha sido olvidada. Partiendo desde cero ya que en la Provincia de los Ríos no existe empresa alguna que explote de esta parte del mercado.

Otro de los beneficios es el apoyo por parte del gobierno que hoy en día se le está dando a la industria ecuatoriana, incentivando su desarrollo lo cual la convierte en una buena oportunidad de crecimiento económico.

4.1.1.1 Productos

Será la producción y comercialización de calzado para todas las edades y géneros en diferentes diseños y colores como exige el consumidor actual que sabe de moda.

4.1.1.2 Servicios

Se contará con servicio de transporte para la distribución en los diferentes locales que requieran el producto.

4.1.2 Estudio de Comercialización

4.1.2.1 Segmento de Mercado, Tamaño y Crecimiento

La parroquia San Carlos del cantón Quevedo está ubicada en Ecuador Provincia de Los Ríos en la parte centro norte de la misma es una parroquia con una extensión territorial de 84, 60km², En la región costa de la República del Ecuador a una altura de 74 metros, cuenta con varios recintos: Pavón, Selvalegre, La Piragua, Peñafiel, Las tres Marías, Estero de Damas, Chipe Minuape.

San Carlos cuenta con una población de 30.000 habitantes su población se clasifica económicamente en clase hacia arriba con un 25% mientras que el 75% de la población es de clase baja su población comercial es bien activa y el 65% del comercio **se concentra en la parte central de la parroquia y también podemos decir que es** un sector que se dedica eminentemente a la agricultura como a la siembra de maíz, arroz, soya y al café.

Según Guzmán Jorge (2013) el crecimiento de la actividad comercial agrícola como en las principales ciudades de las provincias han sido importantes para la instalación de fábricas de balanceado, de maíz, maní, entre otras.

4.1.3 Análisis de la Demanda

Después del estudio realizado a los habitantes de la parroquia San Carlos se pudo establecer hay una gran aceptación para el calzado procedente de esta nueva fábrica.

El objetivo es poder llegar al mercado y mantenernos con un producto que cumpla las exigencias del consumidor en calidad y diseño lo cual es una ventaja competitiva que vamos a aprovechar al máximo para el desarrollo de la empresa.

4.1.3.1 Demanda Actual

Según el último censo oficial en el año 2010 la parroquia San Carlos contaba con un número de 30000 habitantes los cuales el 97% de los encuestados aceptan que adquirirían calzados de esta nueva fábrica. Tal como queda demostrado en la pregunta número 2. Considerándolos a todos como potenciales consumidores se expone la demanda actual.

Cuadro 17. Demanda Actual

DEMANDA ACTUAL
30000 Habitantes

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.3.2 Demanda Futura

Según datos estadísticos del INEC la tasa de población activa tendrá un crecimiento del 5% anual, el cual permitirá obtener las proyecciones del mercado en los siguientes años.

Cuadro 18. Demanda Futura

Nº AÑOS	PROYECCIÓN
2014	30.000,00
2015	31500.00
2016	33075.00
2017	34728.75
2018	36465.19

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.4 Análisis de la Oferta

Para implementar la fábrica de calzados en el mercado analizaremos a nuestros clientes y a la competencia, si bien es cierto hay otras empresas que brinde nuestro producto y sean así nuestra competencia directa, es por eso que debemos enfocarnos en la diferenciación en cuanto a precio diseño y calidad para abarcar mercado.

4.1.4.1 Factores que la afectan la oferta

Entre los factores que afectan a la oferta tenemos la existencia de diferentes marcas y modelos de calzado que ingresan al mercado, muchas de éstas de contrabando provenientes de otros países como: Colombia, Perú y los países asiáticos.

Otro de los factores que influyen la oferta interna es las medidas adoptadas por el gobierno central a través de los impuestos a las importaciones abriendo camino para la competencia en igualdad de condiciones.

4.1.4.2 Oferta Actual

El cuadro 3 demuestra el calculó el promedio de venta de la fábrica productora y comercializadora de calzado los cuales hacienden a un aproximado 7000 unidades.

Cuadro 19. Oferta Actual

OFERTA ACTUAL
7000

Fuente: Investigación de campo
Elaboración. Autora

4.1.4.3 Oferta Futura

Cuadro 20. Oferta Futura

Nº AÑOS	PROYECCIÓN
2014	7000
2015	7350
2016	7717.50
2017	8103.37
2018	8508.54

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.4.4 Balance de la Oferta y la Demanda

En el cuadro 5 se demuestra que el proyecto cuenta con la demanda insatisfecha necesaria que le permite participar en el mercado local. Se puede observar que año tras año escala significativamente, lo que justifica la implementación de la propuesta.

4.1.4.5. Demanda Insatisfecha Proyecto

Cuadro 21. Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	30000	7000	23.000
2015	31500	7350	24150
2016	33075	7717.50	25357.50
2017	34728.25	8103.37	26624.88
2018	36465.19	8508.54	27956.65

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.4.6 Descripción del cliente y sus necesidades

Los clientes de la productora de calzado serán las personas que demanden los diferentes tipos de calzado para damas y caballeros el cual no tiene un límite de edad.

4.1.5 Mix de Comercialización

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

4.1.5.1 Estrategia de Precio

En el mercado del calzado se elabora políticas de precios basadas especialmente en la cantidad de venta requerida con mayor demanda como se encuentra directamente relacionado con los costos de producción es importante un volumen aceptable y una producción continua para mantener los precios y poder establecer un grado de liderazgo en costos sobre la competencia.

4.1.5.2 Estrategia de Producto

EL producto tendrá una presentación en una caja que presente todas sus Características de fabricación en cuanto a materiales se refiere, con un acabado excelente en cada producto.

4.1.5.3 Estrategia de Distribución

Existen varias opciones para la distribución de este producto; pero tomando en cuenta la ubicación de la empresa y la comercialización del producto, la distribución del calzado se hará de forma directa al consumidor y de la empresa hacia las bodegas de abastecimiento de las diferentes empresas que adquieran el

producto, siendo entregado al responsable del área de compras y abastecimientos, bajo la supervisión del encargado de bodega.

4.1.6 Desarrollo de la campaña publicitaria

4.1.6.1 Publicidad

La publicidad de la campaña para la empresa se basará en los siguientes puntos:

- Disfunción de TV
- Prensa escrita
- Vallas publicitarias
- Redes sociales

4.1.6 2 Difusión de TV

Se realizara la producción en dos canales conocidos en la ciudad con mucha sintonía dentro y fuera de Quevedo como son:

- Canal OQ 35
- Canal Rey Tv 39

4.1.6.3 Prensa escrita

En lo concerniente a prensa escrita se contratara diario La Hora del cantón Quevedo durante la campaña, con un mensaje claro que nos permita atraer al cliente.

4.1.6.4 Redes sociales

En lo concerniente a las redes sociales se crearan cuentas en Facebook, para promocionar, para informar los productos a nuestros seguidores.

Estaremos también incluidos en la campaña MUCHO MEJOR SI ES HECHO EN ECUADOR ya que somos fabricantes nacionales



4.1.6.5 Presupuesto a invertir en campaña publicitaria

Cuadro 22. Presupuesto publicitario

PRESUPUESTO GENERAL	
TV	270.00
Redes sociales	00.00
Prensa	100.00
TOTAL INVERSIÓN	370.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.6.6 Plan de medios

Cuadro 23. Plan de medios

MEDIOS	TIEMPO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Canal OQ Tv	12 meses	130.00	1560.00
Canal Rey Tv	12 meses	140.00	1680.00
Diario La Hora	12 meses	100.00	1200.00
Redes Sociales	12 meses	00.00	0.00.00
TOTAL		370.00	4.440,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.7 Estudio Técnico

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad de la propia de la empresa.

El estudio técnico se enfocara en la parte técnica como son costo de instalación, maquinarias materia prima, transporte todo esto tomando mucho en cuenta y cuidando el presupuesto a invertir en el proyecto también se tomara en consideración la ubicación de la productora pues de ello depende parte de su éxito o fracaso.

4.1.8 Localización del Proyecto

El estudio de la localización comprende los asuntos relacionados con la expansión diversificación y descentralización de la planta el cual se desarrollara en la parroquia San Carlos perteneciente al cantón Quevedo de la provincia de los Ríos.

4.1.9 Análisis DAFO del Proyecto

4.1.9.1 Fortalezas

- Al ser producto fabricado nacionalmente tendríamos rapidez en entrega sobre los importadores.
- Trabajamos y fabricamos bajo un régimen de pedido en cuanto a cantidad calidad y diseños.
- Capacitación constante de personal

4.1.9.2 Oportunidades

- Extender nuestra participación en el mercado.
- Tomar ventajas de las innovaciones tecnológicas para mejorar los procesos.
- Satisfacer las necesidades del consumidor

4.1.9.3 Debilidades

- Carencia de recurso humano (artesanos) para el trabajo de fabricación.
- Falta de tecnología nacional en la fabricación del calzado.
- Falta de experiencia en el mercado.

4.1.9.4 Amenazas

- Empresas fabricantes de calzado con basto trayecto y conocimiento en la fabricación podrían lanzar productos similares y mejorados.

- Importaciones que invaden el mercado del calzado a un menor precio.
- No aceptación en el mercado.

4.1.10 Ingeniería de Proyecto

Al estudiar los diferentes niveles de producción, se debe analizar aspectos como los procesos, de operación, los recursos necesarios, identificando las actividades técnicas relacionadas con el equipo, la planta, dimensiones de las máquinas, capacidad, mantenimiento, materias primas, entre otras.

4.1.11 Estimación de los costos de inversión

La inversión requerida para la implementación de la productora de calzado necesita contar con los instrumentos necesarios para el negocio, tomando en cuenta que la empresa tiene como objetivo el mercado a través de la demanda basadas en un buen servicio de calidad con una amplia gama de productos.

Cuadro 24. Mueble y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA ÚTIL
Escritorio de gerente	1	140.00	140.00	6 años
Escritorio	2	80.00	160.00	6 años
Sillas	3	25.00	75.00	6 años
Sillas de metal	3	35.00	105.00	6 años
Archivador	2	90.00	180.00	6 años
TOTAL			660.00	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

Cuadro 25. Equipo de cómputo y oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA ÚTIL
Computadora	2	800.00	1600.00	6 años
Impresora	1	200.00	200.00	6 años
Teléfono	2	30.00	60.00	6 años
Registradora	1	300.00	300.00	6 años
TOTAL			2160.00	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

Cuadro 26. Vehículo

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Chevrolet Iuv Max	1	15000.00	15000.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

Infraestructura física

Es necesario tener claro el espacio físico donde se instalará el proyecto tomando en cuenta cada área, esto se lo hará con expertos que serán los encargados y responsables para la instalación de maquinaria, evitando futuros accidentes a su vez cumplen con las normas de seguridad que determina la ley.

Cuadro 27. Infraestructura física

Concepto	Cantidad m ²	Costo de mes	Costo total año
Oficinas	70	100.00	1200.00
Galpón industrial	280	150.00	1800.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.12 La Empresa y su Organización

La Empresa Productora y Comercializadora de Calzado "JORYEI" tendrá un esquema estructural definido dentro del cual basará sus actividades operativas y administrativas para su correcto funcionamiento en todas sus líneas.

4.1.13 Base Filosófica de la Empresa

4.1.13.1 Visión

Ser la empresa de producción y comercialización de calzado líder en el mercado, a través de un producto, de calidad con precios accesible, cumpliendo las exigencias establecidas llegando a ser el preferido por los consumidores creando confianza en él a través de un producto de garantía y calidad.

4.1.13.2 Misión

JORYE tiene como misión brindar al consumidor un calzado que preste todas las garantías que él requiere, de alta calidad con variedad en diseños y colores para poder mantener el prestigio y satisfacción de nuestros clientes.

4.1.14 Organigrama Estructural

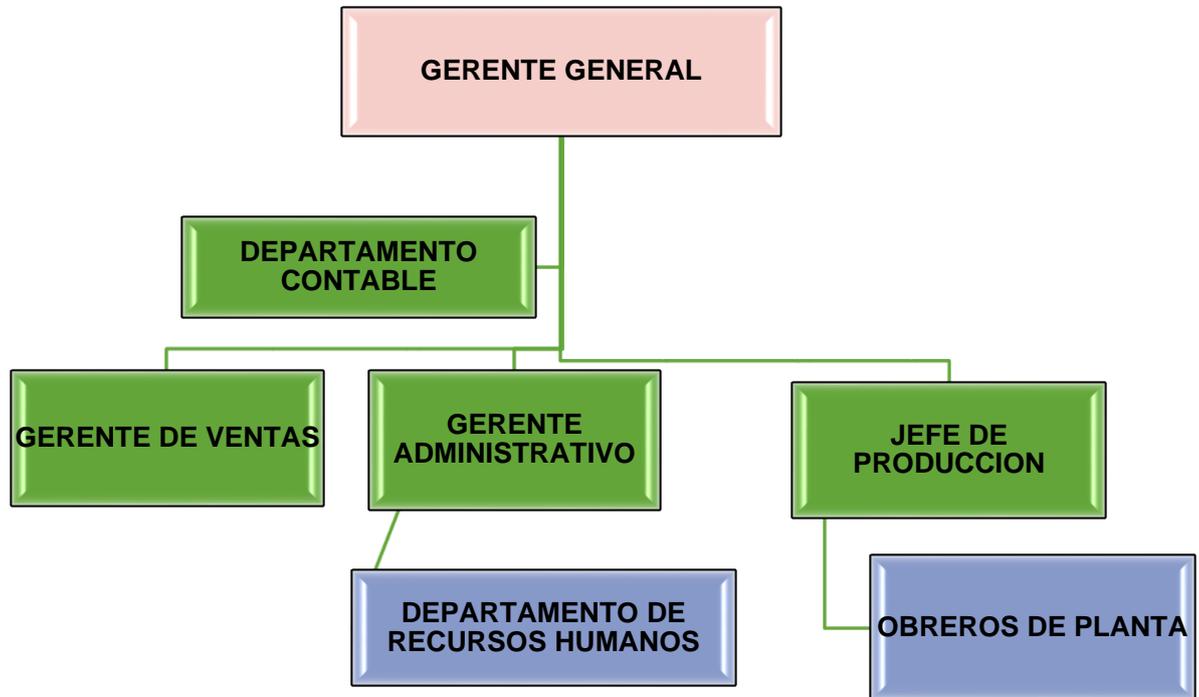


Grafico 28. Grafico estructural de la empresa de calzado "JORYEI"

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.15. Estudio Económico Financiero

Después de haber realizado el estudio de mercado y tomando como base a las encuestas realizadas en la parroquia San Carlos se determinó la aceptación

Cuadro 29. Presupuesto de inversión de activo fijos

INVERSIONES FIJAS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPO DE CÓMPUTO Y OFICINA			
Computadora	2	800.00	1600.00
Impresora	1	200.00	200.00
Telefono	2	30.00	60.00
Registradora	1	300.00	300.00
TOTAL EQUIPO DE CÓMPUTO Y OFICINA			\$ 2160.00
INFRAESTRUCTURA FÍSICA			
Arriendo de oficina	1	100.00	1200.00
Galpón industrial	1	150.00	1800.00
TOTAL DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA			\$ 3000.00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	3	100.00	300.00
Sillas	6	30.00	180.00
Archivador	1	180.00	180.00
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES			\$ 660.00
EQUIPO Y MAQUINARIA			
Equipo armador	1	11.500	11500.00
Activador de suelda	1	330.00	3300.00
Prosadoras	1	3.400.00	3400.00
TOTAL EQUIPO Y MAQUINARIA			\$ 18200.00
Vehículo	1	15.000.00	15000.00
TOTAL DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS			\$ 39.020.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.15.1 Activos Diferidos

Se detalla los diferentes rubros del Activo Diferido que son aquellos en los que se incurre anticipadamente como costos y gastos pre operacional.

Cuadro 30. Inversiones diferidas

DESCRIPCIÓN	VALOR
Publicidad	4.440.00
Estudio de investigación	1.500.00
Capacitación	1.000,00
TOTAL DE INVERSIONES DIFERIDAS	\$6.940,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.15.2 Depreciaciones

Las depreciaciones de los activos fijos se determinaron por el método de línea recta.

Cuadro 31. Depreciaciones de Activos

DESCRIPCION	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	MENSUAL	ANUAL
Mueble y enseres	660.00	10%	5.5	66.00
Equipo de cómputo y oficina	2160	0%	36	432.00
Equipo y maquinaria	18200	5%	75.83	910.00
Infraestructura física	3000	10%	25	300.00
Vehículo	15000	5%	62.5	750.00
TOTAL				\$2458.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.15.3 Cálculo del capital de trabajo

El capital de trabajo es el efectivo que se requiere para solventar, el valor que corresponde a los costos de producción, gastos administrativos sueldos, servicios básicos, mantenimiento, etc.

Cuadro 32. Capital de trabajo

DETALLE	VALOR UNITARIO	TOTAL
Costos de fabricación	8.500	
Servicios básicos	5400.00	
Estudio de investigación	1.500.00	
Publicidad	4.440,00	
Capacitación	1000	
Materia prima	70.000.00	
TOTAL CAPITAL TRABAJO	\$90.840.00	\$39.020.00
TOTAL INVERSIONES		\$129.860.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.16 Estructura del Financiamiento

Las inversiones son los recursos que cubrirán el valor de las inversiones, Para el presente proyecto se han combinado fuentes de financiamiento propio y ajeno de la siguiente manera.

Cuadro 33. Financiamiento

PRESTAMO	130.000,00
-----------------	-------------------

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.17 Análisis de Costos y Gastos

4.1.16.1 Costo de Producción

Son los costos que se incluyen en la producción de la elaboración calzado como la materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Cuadro 34. Costos de fabricación

Descripción	Costo de fabricación	MANO DE OBRA	TOTAL
Calzado	6000.00	2500.00	8500.00

Fuente: Investigación de campo
Elaboración. Autora

4.1.16.2 Gastos Administrativos

Son los gastos procedentes de la función administrativa dentro de la fábrica de calzado, los cuales comprenden los siguientes rubros: sueldos, mantenimiento, publicidad, servicios básicos, suministros y útiles de oficina, depreciación en activos fijos, mantenimientos.

Cuadro 35. Sueldo personal administrativo

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	\$ 850.00	\$ 892.5	\$ 937.13	\$ 983.99	\$ 1.033.19
Secretaria	\$ 490.00	\$ 514.50	\$ 540.23	\$ 567.24	\$ 595.60
Vendedores	\$ 460.00	\$ 483.00	\$ 507.15	\$ 532.51	\$ 559.14
Bodega	\$ 550.00	\$ 577.50	\$ 606.38	\$ 636.70	\$ 668.54
TOTAL MENSUAL	\$2.350.00	\$ 2.467.50	\$2.590.88	\$ 2.720.42	\$ 2.856.41
TOTAL ANUAL	28.200.00	29.604.00	31.090.56	32.645.04	34.726.92

Fuente: Investigación de campo
Elaboración. Autora

Los sueldos del personal son calculados de acuerdo a la ley que establece el Código de Trabajo con todos los beneficios de ley vigentes en nuestro país.

Cuadro 36. Suministros y materiales de oficina

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hojas	30.00	15.48	15.98	16.49	17.02
Lapiceros	25.00	25.80	26.63	27.48	28.36
Perforadoras	10.00	10.32	10.65	10.99	11.34
Grapadoras	15.00	15.48	15.98	16.49	17.02
Calculadoras	30.00	30.96	31.95	32.97	34.02
Sobres	5.00	5.16	5.33	5.50	5.68
TOTAL	100.00	103.20	106.50	109.91	113.44

Fuente: Investigación de campo
Elaboración. Autora

Cuadro 37. Tabla de amortización

Nº	SALDO	CAPITAL	INTERES	SEGURO	CUOTA ANUAL
1	130,000.00	25.506.72	1,557.48	47.61	27.111.81
2	114.526.14	25.750.52	1,262.03	40.16	27.104.35
3	93.234.68	25.997.14	1,313.68	32.62	27.096.82
4	71.696.58	26.246.63	765.92	24.99	27.089.19
5	49.909.01	26.499.00	565.20	17.28	27.081.48
	Total	130,000.00	5,464.31	162.66	135,483.65

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.17 Proyección de ingresos y egresos

El presupuesto de ingresos y egresos se refiere a la información de carácter monetario que resulta de la operación de una empresa en determinado periodo de tiempo. Proporcionan una evaluación de entrada y salida de efectivo

4.1.17.1 Proyección de ingresos

El presupuesto de ingresos está compuesto por todos los recursos que se estima captar durante un año financiero

Cuadro 38. Presupuesto de ingresos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Calzado casual	3.000	3.150	3.307.50	3.472.88	3.646.52
Calzado deportivo	2.500	2.625	2.756.25	2.894.06	3.038.76
Calzado de dama	1.500	1.575	1.653.75	1.735.75	1.822.53
TOTAL	7.000	7.350	7.717.50	8.103.37	8.508.54
Valor promedio del calzado \$30	210.000	220.500.00	231.525.00	243.101.10	255.256.2

Fuente: Investigación de campo
Elaboración. Autora

4.1.17.2 Proyección de egresos

Los egresos están basados en rubros como, servicios básicos, publicidad que es necesario para el funcionamiento del presente proyecto.

Cuadro 39. Costo de producción

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de Producción	\$129.860.00	\$136.353.00	\$143.170.65	\$150.329.18	\$157.845.64
TOTAL	\$129.860.00	\$136.353.00	\$143.170.65	\$150.329.18	157.845.64

Fuente: Investigación de campo
Elaboración. Autora

Cuadro 40. Imprevistos

COMPONENTES	VALOR (\$)
Imprevistos	500,00
Operación y mantenimiento de vehículo	1.500,00
TOTAL	2.000,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autor

Cuadro 41. Gastos financieros

COMPONENTES	VALOR (\$)
Otros Gastos Financieros	\$ 2.000.00
TOTAL	\$ 2.000.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autor

4.1.18 Punto de Equilibrio

El Punto de equilibrio determina la solidez de ventas del servicio con cual el ingreso total iguala a los costos y gastos totales que son la suma de los costos fijos más los costos variables.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{PV}}}$$

Cuadro 42. Proyección del punto de equilibrio en dólares

Gastos administrativos	\$ 28.300.00
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 29.569.81
TOTAL COSTO FIJO	\$ 57.869.81
Costos de producción	\$129.860.00
Imprevistos	\$ 2.000,00
Otros Gastos financieros	\$ 2.000,00
TOTAL DE COSTO VARIABLES	\$ 133.860.00
TOTAL INGRESOS	\$ 210.000,00

Fuente: Investigación de campo
Elaboración. Autora

FORMULA:

$$PE = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costo variable} / \text{venta})}$$

$$PE = \frac{\$ 57.869.81}{1 - \frac{\$ 133.860.00}{210.000,00}}$$

$$P = \frac{57.869.81}{1 - 0.6374}$$

$$P = \frac{57.869.81}{0.3626}$$

Punto de Equilibrio = 159.596.83 que se justifica con un margen del 31.58% para alcanzar los objetivos esperados

4.1.19 Evaluación Económica Financiera

La evaluación financiera tiene como objetivo definir la mejor opción de inversión pues una vez que se determina que el proyecto se conoce si es financieramente viable, la evaluación aplicada informa cada riesgo de financiamiento y si la empresa esta solvente su capacidad de pago brinda información necesaria para cualquier tipo de decisión a tomar

4.1.19.1 ESTADO DE RESULTADO

El estado de resultados calcula la utilidad y los flujos netos de efectivo del proyecto, el cual se obtiene restando a los ingresos de todos los gastos.

4.1.19.2 Flujo de Caja

Los datos para proyectar este flujo está contenido en los estudios de mercado y técnico, así como en el cálculo de las inversiones. Este flujo mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la empresa en un periodo determinado.

Cuadro 44. El Estado de Resultado

Cuentas	Años				
	2014	2015	2016	2016	2018
INGRESOS					
(+) Ingresos	210.000.00	220.500.00	231.525.00	243.101.10	255.256.20
(=) Total Ingresos Netos	210.000.00	220.500.00	231.525.00	243.101.10	255.256.20
(-) Gastos generales de producción	129.860.00	136.353.00	143.170.65	150.329.18	157.845.64
(=) Utilidad bruta	80.140.00	84.147.00	88.354.35	92.771.92	97.410.56
GASTOS					
(-) Remuneración	28.200.00	29.604.00	31.090.56	32.645.04	34.726.92
(-) Depreciación	2.458.00	2.458.00	2.458.00	2.458.00	2.458.00
(-) Pago por préstamo	27.111.81	27.104.35	27.096.82	27.089.19	27.081.48
Otros Gastos					
(-) Otros gastos	100.00	100.00	10.00	10.00	100.00
(-) Imprevistos	4.000.00	4.000.00	4.000.00	4.000.00	4.000.00
(=) Utilidad Operacional	18.270.19	20.880.65	23.608.97	26.479.69	29.044.16
(-) 15% Impuesto de Participación a trabajadores	2.740.53	3.132.10	3.541.35	3.971.95	4.356.62
(=) Utilidad antes de los impuestos	15.529.66	17.748.55	20.067.62	22.508.04	24.687.54
(-) I R	1.552.97	2.129.83	2.408.11	3.376.21	3.703.13
(=) Utilidades Netas	13.976.69	15.618.72	17.659.51	19.131.83	20.984.41

Fuente: Investigación de campo
Elaboración. La Autora

Cuadro 45. Flujo de caja

Cuentas	Inversión		Años			
	AÑO 0	2015	2016	2017	2018	2019
A INGRESOS						
(+) Ingresos		210.000.00	220.500.00	231.525.00	243.101.10	255.256.20
(+) Financiamiento	130.000.00		0,00	0,00	0,00	0,00
= Total ingresos		210.000.00	220.500.00	231.525.00	243.101.10	255.256.20
B EGRESOS						
Costo de Inversión inicial						
(-) Costos Operacionales (publicidad, y gastos generales)		129.860.00	136.353.00	143.170.65	150.329.18	157.845.64
(-) Gasto Administrativos (sueldos)		28.200.00	29.604.00	31.090.56	32.645.04	34.726.92
(-) Gastos de imprevistos		4.100.00	4.100.00	4.100.00	4.100.00	4.100
(-) Pago por préstamo		27.111.81	27.104.35	27.096.82	27.089.19	27.081.48
(=) Total egresos		189.271.81	197.161.35	205.458.03	214.163.32	223.754.04
C Impuestos						
(-) 15% impuesto de Participación a trabajadores		2.740.53	3.132.10	3.541.35	3.971.95	4.356.62
(-) Impuesto a la renta		1.552.97	2.129.83	2.408.11	3.376.21	3.703.13
(=) Total Impuestos	130.000.00	4.293.5	5.261.93	5.949.46	7.348.16	8.059.75
D Flujo de caja neto (A-B-C)		16.434.69	18.076.72	20.117.51	21.589.62	23.442.41

Fuente: investigación del autor

Elaboración: La autora

4.1.20 Valor Presente Neto

Se define como la suma actualizada de los flujos que se espera que se genere a largo de su vida cuando el **VAN** representa un valor negativo no es recomendable el proceso del proyecto caso contrario se lo puede desarrollar.

Formula

$$VAN = -I + \frac{CF_1}{(1 + k_1)} + \frac{CF_2}{(1 + k_1) \cdot (1 + k_2)} + \dots + \frac{CF_n}{(1 + K_1) \dots (1 + K_n)}$$

$$VAN = -130.000 + \frac{16.434.69}{(1+0.10)^1} + \frac{18.076.72}{(1+0,10)^2} + \frac{20.117.51}{(1+0,10)^3} + \frac{21.589.62}{(1+0,10)^4} + \frac{23.442.41}{(1+0,10)^5}$$

$$VAN = -130.000 + 14.940.63 + 14.939.44 + 15.114.58 + 14.746.00 + 14.555.89$$

$$VAN = -130.000 + 74.296.54$$

$$VAN = 55.703.46$$

Como se puede observar en la aplicación del VAN que se obtuvo un valor de 55.703.46 que quiere decir que el proyecto es factible financieramente.

4.1.21 Periodo de recuperación de la inversión

La recuperación real de una inversión es el tiempo que tarda en ser recuperada una inversión basándose en las cantidades que se generan en cada periodo.

Cuadro 46. Periodos de recuperación de inversión

AÑOS	FLUJO NETOS	FLUJOS ACOMULADOS	INVERSION
1	16.434.69	16.434.69	130.000,00
2	18.076.72	34.511.41	
3	20.117.51	54.628.92	
4	21.589.62	76.218.54	
5	23.442.41	99.660.95	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. La autora

34.511.41 **Σ 3 años**

130.000,00 **Inversión**

130.000 – 34.511.41 = 95.488.59

130.000,00 / 12 = 10833.33 por mes

10833.33 / 95.488.59 = 0.113

0.113 * 30 1 mes = 3.días

Mediante el análisis de caja proyectado el tiempo que tomaría recuperar la inversión es de 3 años 1 mes y 3 días esto sin tomar en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

4.1.22 Tasa Interna de Retorno (Tir)

$$TIR = TIR_1 + \left[\frac{VAN_1 \times TIR_{(\Delta=2-1)}}{VAN_{(\Delta=1-2)}} \right]$$

$$TIR = - 130.000 + \frac{16.434.69}{(1+0,10)^1} + \frac{18.076.72}{(1+0,10)^2} + \frac{20.117.51}{(1+0,10)^3} + \frac{21.589.62}{(1+0,10)^4} + \frac{23.442.41}{(1+0,10)^5}$$

$$TIR = 14.940.63 + 14.939.44+ 15.114.58+ 14.746.00+ 14.555.89/ 130.000$$

$$TIR = 55.703.46 / 130.000$$

$$TIR = 43\%$$

4.1.23 Beneficio costo

Para calcular se tomó los datos del flujo de efectivo y se aplicó la siguiente fórmula:

INGRESOS

$$\mathbf{B/C (I)} = -130.000 + \frac{210.000}{(1+0,10)} + \frac{220.500}{(1+0,10)^2} + \frac{231.525}{(1+0,10)^3} + \frac{243.101.10}{(1+0,10)^4} + \frac{255.256.2}{(1+0,10)^5}$$

$$\mathbf{B/C (I)} = - 130.000 + 190.909.09 + 182.231.41 + 173.948.16 + 166.041.32 + 158.494.02$$

$$\mathbf{B/C (I)} = - 130.000 + 871.624 = 741.624.00$$

EGRESOS

$$\mathbf{B/C (E)} = -130.000 + \frac{129860}{(1+0,1)} + \frac{136353}{(1+0,10)^2} + \frac{143170.65}{(1+0,10)^4} + \frac{150329.18}{(1+0,10)^5} + \frac{157845.64}{(1+0,10)^2}$$

$$\mathbf{B/C (E)} = 130.0000 + 118.054.55 + 112.688.43 + 107.566.23 + 102.676.85 + 98.009.72$$

$$\mathbf{B/C (E)} = - 130.000 + 538.995.78 = 408.995.78$$

$$\mathbf{B/C} = \frac{\mathbf{INGRESOS}}{\mathbf{EGRESOS}}$$

$$\mathbf{B/C} = \frac{\$ 741.624.00}{\$ 408.995.78} = \$ 1.81$$

De acuerdo a los resultados obtenidos, por cada dólar que se invierta en este proyecto se obtendrá \$ 1.81; lo que hace que el proyecto sea rentable.

4.1.24 Resultado del Objetivo 1

Realizar un estudio de mercado que justifique la oferta y demanda en la producción y comercialización de calzado.

La aplicación del estudio de mercado permitió conocer la oferta local y la demanda existente. Se determinó que existe un nivel de aceptación del 97% hacia el nuevo calzado que se elaborara, se analizó y comunicó información acerca de los clientes, producto, precio, tipo de distribución, promociones, competidores y proveedores con la finalidad de llegar y permanecer en el mercado.

4.1.25 Resultado Objetivo 2

Determinar un estudio técnico y económico que defina los costos así como la localización para la creación de la empresa de calzado.

Mediante la formulación del estudio técnico y económico se obtuvo información sobre la inversión requerida con un monto para el primer año de 189.860 que incluyen equipos de oficina, materias prima, maquinaria para la producción de calzado. El análisis efectuado en cuanto a su localización demostró que existe un nivel de aceptación del 90% hacia la nueva empresa.

4.1.26 Resultado Objetivo 3

Aplicar la matriz estratégica DAFO que permita la toma de decisiones de la empresa.

Conocer las características de la organización y del mercado en el cual se opera, es uno de los objetivos de la matriz DAFO mediante el cual se analizan las Fortalezas de la organización, las Oportunidades del mercado, las

Debilidades de la empresa y las Amenazas que se pueden presentar en el futuro, con el propósito de un mayor control a la hora de tomar decisiones.

4.1.27 Resultado Objetivo 4

Analizar mediante **evaluación financiera** que **indique** los índices de **rentabilidad del proyecto**.

Se conoció los resultados económicos de la empresa aplicando la evaluación financiera que controla la estructura financiera de la organización demostrando resultados con una utilidad neta de 13.976.69 para el primer año un van que se ubica con un valor de 55.703.46 un costo beneficio de 1.81 por cada dólar invertido. Y con un periodo de recuperación de la inversión de 3 años un mes y 4 días lo que hace favorable al proyecto con un corto periodo de recuperación de la inversión.

4.2 Discusión

Una vez concluida la investigación sobre el estudio de factibilidad para crear una empresa productora y comercializadora de calzado en la parroquia San Carlos se compararán y discutirán resultados con la tesis de **Isaías Cedeño. (2014) que plantea un Proyecto de inversión para la creación de una fábrica de calzado en la ciudad de Guayaquil.** Y con **Johanna Giraldo. (2014) que formula Plan De Negocios para crear una Empresa Calzado en la Ciudad de Machala,** si bien es cierto la uno es un estudio de factibilidad los otro son un plan de negocios y un proyecto de inversión los tres tienen mismo fin.

Discusión del objetivo específico 1

- Realizar un estudio de mercado que justifique la oferta y demanda en la producción y comercialización de calzado

La investigación realizada para crear la empresa “JORYEI” menciona en su primer objetivo realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y demanda existente que justifique la creación de la productora y comercializadora de calzado, analizando los clientes competencia con el fin de poder ganar mercado. Mientras que para **Isaías Cedeño. (2014),** menciona como primer objetivo aplicar un Plan de Marketing promocionando el producto con una intensa campaña publicitaria con bajos costos del producto con el fin de ganar mercado.

Aceptación o reprobación de la hipótesis 1

- Realizando un estudio de mercado proyectará la oferta y demanda en la producción de calzado.

Aunque ambas investigaciones concuerdan que el principal objetivo es poder llegar al mercado se acepta la hipótesis 1 del estudio de **factibilidad “JORYEI”** ya que cumple los parámetros propuestos conociendo la situación actual del mercado oferta y demanda.

Discusión del objetivo específico 2

- Determinar un **estudio técnico y económico** que **defina** los **costos así como la localización** para la creación de la empresa de calzado

Es importante para nuestro país, que los productores aprovechen la disminución de la importación de calzado, con la aplicación de la “Salvaguardia Arancelaria” que implico la elevación de impuestos, ha permitido reactivar parte de la industria del calzado, para ello **“JORYEI”** determinó la inversión mediante la investigación del estudio técnico y económico que examina los costos, gastos y localización del proyecto. Mientras que **Isaías Cedeño. (2014)** menciona que obtuvo su inversión aplicando un estudio de investigación en cuanto a precios para conocer el capital a invertir.

Aceptación o reprobación de la hipótesis 2

- La información de un **estudio técnico y económico** **minimizará** los **costos y localización** de la empresa de calzado.

El estudio efectuado en los aspectos cualitativos y cuantitativos resulto favorable en la aceptación de la de la hipótesis que plantea **“JORYEI”** ya que analiza cada factor que interviene.

Discusión del objetivo específico 3

- Aplicar la **matriz estratégica DAFO** que **permita** la **toma de decisiones** de la empresa.

“**JORYEI**” plantea tomar decisiones en base a la matriz DAFO que analiza el entorno de la empresa, el presente proyecto pretende generar un gran beneficio a la sociedad en cuanto a lo económico, social y cultural; siendo de menor incidencia los efectos ambientales los mismo que aplicaran medidas de protección. Para **Johanna Giraldo. (2014)**, el análisis del entorno se basara en Identificar el segmento de mercado al cual va dirigido para tomar correctivos necesarios.

Aceptación o reprobación de la hipótesis 3

- La utilización de la **matriz estratégica DAFO** agilizará el proceso de **toma de decisiones** de la empresa

Para un mejor funcionamiento interno y externo de la empresa. Se aprueba la hipótesis específica 3 porque cumple en ayudar a mejorar la toma de decisiones en base a la matriz DAFO.

Discusión del objetivo específico 4

- Analizar mediante **evaluación financiera** que **indique** los índices de **rentabilidad del proyecto**.

El planteamiento de evaluación financiera que propone “**JORYEI**” demuestra que la empresa es favorable económicamente, a su vez controla la estructura financiera cuidando la rentabilidad de la inversión por otro lado. **Johanna Giraldo. (2014)**, resalta que para un mayor control analizaran los riesgos económicos una vez hayan entrado al mercado identificando las oportunidades.

Aceptación o reprobación de la hipótesis 4

- El análisis de **evaluación financiera** definirá los índices de **rentabilidad del proyecto**.

Mediante la aplicación de la evaluación financiera se demostró que la empresa es rentable pronosticándole un excelente futuro por lo que se acepta la aprobación de la hipótesis 4.

Aceptación o desaprobación de la hipótesis general

- La elaboración de un estudio de factibilidad optimizará la creación de una empresa dedicada a producir y comercializar de calzados en la parroquia San Carlos año 2014.

Con el desarrollo de este proyecto la empresa de producción y comercialización de calzado " JORYEI " pretende convertirse en una entidad que ofrecerá un calzado de calidad y comodidad, de acuerdo a las exigencias de los consumidores abasteciendo el mercado local y regional implementado las estrategias de ventas. Generando confianza al mercado, de tal manera que la hipótesis general es aceptada.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Una vez realizado el desarrollo del proyecto sobre el estudio de factibilidad para la creación de una empresa para la producción y comercialización calzado. Se pudo concluir que presenta una buena alternativa económica y sociocultural proyectándose a futuro como empresa pionera en la fabricación de calzado en la provincia de los Ríos.

- Realizando la **investigación de mercado** se determinó que existe una aceptación del 97% del producto. El conocer la **oferta y demanda de la producción de calzado** brindara una oportunidad de negocio con una alta rentabilidad económica y con una breve recuperación de la inversión en un corto tiempo.
- El **estudio técnico económico** planteado demuestras los **costos de inversión** del proyecto se puede observar que se invirtió un valor de \$189.860 para el primer año dada la oferta actual que es de 7000 unidades de calzados de los cuales están divididos en 3.000 unidades de calzado de hombre 2.500 en calzado deportivo y 1.500 en calzado de dama con un ingresos en sus ventas de \$210.000 al año, también se observa el nivel de aceptación en cuanto a la localización de la empresa con un 52%
- Se tomara decisiones base al **estudio DAFO** donde se contempla la estructura organizativa para un apropiado funcionamiento, identificado las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; en la producción y comercialización del calzado.
- A través de la **evaluación financiera** aplicada se pudo concluir que los índices de rentabilidad del proyecto fueron positivos dando como rendimiento.

Un (VAN) Valor actual neto que es de \$55.703.46 que resulto mayor a cero, la (TIR) tasa interna de retorno se posicionó en un 43 % con un (C/B) costo beneficio que se ubicó en 1.81 lo que quiere decir que por cada dólar invertido se recibiría ochenta centavos de dólar, concluyendo como resultado una utilidad neta de \$13.976.69 para el primer año.

5.2 Recomendaciones

Siguiente a las conclusiones, citamos las recomendaciones que tenemos la certeza son necesarias para la puesta en marcha del proyecto.

- Se sugiere la aplicación del **estudio de mercado** mediante el cual se pudo conocer la **oferta y demanda en la producción y comercialización de calzado**, el análisis efectuado al proyecto demostró que es rentable ofreciendo una oportunidad de desarrollo en el ámbito económico y social.
- Para llegar a conservar una rentabilidad continua ya sea constante o en un mejor escenario creciente y afirmada, es recomendable tener en cuenta el **estudio técnico y económico** por el cual se pudo conocer el monto de inversión de esta manera se optimiza tiempo y recursos para un mayor rendimiento.
- Para una adecuada administración en cada área de la productora de calzado es recomendable aplicar el estudio **DAFO** la cual brindaría la información necesaria y adecuada dado todos los factores que intervienen a la hora de tomar decisiones.
- La **evaluación financiera** aplicada demostró resultados positivos con altos índices de rentabilidad pronosticando un excelente futuro para la empresa por lo que se recomienda su ejecución.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1 Literatura Citada

- Alegsa, Álvaro. (2010). Información Empresarial: modelos básicos: Luz Max: México.
- Bianco, Arístides. (2010). Proyectos Futuros. Madrid: ESIC Editorial.
- Miranda, Juan. (2012). Gestión de Proyectos. Chile: Blanca Lisa
- Herrera, Danilo. (2012). Enfoque Participativo para el desarrollo de competitividad: Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Ramirez, Michele.(2012). Etapas Del Analisis De Factibilidad. Vladimir Ilich Lenin: Cuba.
- Varela, Edwin. (2010). Estudio de Factibilidad: Panamá: Saber Panamá.
- Arboleda, Carlos (2011). El Producto De Las Pymes. Primera Edición: Limusa S.A. Lima – Perú. Pp. 123 -129 159.
- Cáceres, Néstor (2014), Segmentación De Mercado Y Marketing Definición Y Factores: Editorial calesa: Cuba.
- Varela, Edwin. (2010). Estudio De Factibilidad: Cárdenas: Universidad Técnica Del Norte: Cataluña.
- Chaquilla, Samuel (2013). Plan De Negocio Manual: Salamanca: Rio.
- Fernández, Walter (2010). Desarrollo de Sistemas de Información Económico Financiero. Medellín:Caliña.
- Úbeda, Humberto. (2012). Estudio De Factibilidad Técnica Y Económica De Servicios De Secretarias Virtuales: Generación

- Villavicencio, Lidia (2013), Cámara Del Calzado: Análisis: Empresas
- Espinoza, Roberto. (2014). Marketing Mix: Oratorio: España.
- Fisher, Laura. (2012). Mercadotecnia: Segunda Edicion: Barcelona: Profit.
- García, Javier. (2012). Análisis De Funciones Y Economías En La Empresa: Mundo. México.
- Parada, Pascual. (2013). Marketing Mix: 4ps Vs 4cs. Emprendedores Y Startups Tecnológicas Y Mobile. Apasionado De La Estrategia Y Los Nuevos Modelos De Negocios Que Surgen De La Nueva Economía Digital. España
- Rivadeneira, Milton. (2014). Elaboración De Presupuestos En Empresas Manufactureras; Andes- Ecuador.
- Serrahina, Diego. (2010). El Valor Del Dinero En El Tiempo: Van Y Tir: Formación De Empresas: México.
- Guzmán, Jorge. (2013). Tesis Plan de Negocios para una Farmacia de Genéricos en San Carlos. Páginas 118: Quevedo.
- Daffus, Daniel. (2007). Análisis De Factibilidad: Don Bosco: México
- Sapag, Eddu (2011), Evaluación Financiera: Universidad Polite. España.
- Constitución De La Republica Del Ecuador (2008): Pagina196, Articulo 335, 336,337: Ecuador.
- Fernández, José. (2010). Desarrollo De Sistemas De Información; Universidad Polite. España.

6.2 Linkografía

- <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/510/1/Tesis%20completa.pdf>
- Disponible en <http://www.cole.com.ar/Dic/factibilidad.php>.
- CARRASQUERO, D. (s/f) Estudio de Mercado. Guía de factibilidad. Disponible en <http://www.gestiopolis.com/>.
- <http://www.gestiopolis.com/>.

CAPITULO VII

ANEXOS



**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

Preguntas realizadas en las encuestas estadísticas a los habitantes de la parroquia San Carlos sobre el proyecto a ejecutarse de la fábrica de calzado.

1.- ¿Considera usted factible la creación de una empresa para la producción y comercialización de calzado?

Si no tal vez

2.- ¿Adquiriría calzados de la fábrica “JORYEI” para usted y su familia?

Si no tal vez

3.- ¿Cuáles Son los principales problemas que tiene al comprar calzado?

Mala calidad incomodidad otro

4.- ¿Cuáles piensa usted que serían los mayores obstáculos de desarrollo para la nueva empresa de calzado “JORYEI”?

Competencia falta de experiencia en el mercado

5.- ¿Considera usted que un análisis en el proceso de producción del calzado es necesario para obtener una mayor demanda?

Si no tal vez

6.- ¿Conteste cree usted que en nuestro país existe escasa tecnología industrial para la elaboración de un calzado con calidad?

Si no tal vez

7.- ¿Cree usted que al ser una empresa que cumple un proceso industrial vaya a afectar el medio ambiente?

Si no tal vez

8.- ¿Considera usted que ayudaría al crecimiento económico de la parroquia la instalación de empresa de calzado "JORYEI"?

Si no tal vez

9.- ¿Cuáles cree usted que serían las mayores amenazas de la empresa "JORYEI"?

Competencia Financiamiento capacitación

10.- ¿Cuáles cree usted que sería su mayor fortaleza de la empresa "JORYEI"?

Personal creativo nuevo mercado apoyo estatal

11.- ¿Considera usted que es necesario que los gerentes tomen en cuenta a todo el personal ante cualquier decisión administrativa en cualquier el área de la empresa?

Si no tal vez

12.- ¿Cree usted que se debería investigar el mercado constantemente ante cualquier toma de decisiones “JORYEI”?

Si no tal vez

13.- ¿Mediantes que tipos de medios cree usted que obtendría una mayor publicidad la empresa?

Internet Televisión Periódicos

14.- ¿Considera Ud. una buena idea de lanzar al mercado colecciones de calzado de acuerdo a la temporada?

Si no tal vez

15.- ¿Que tiene en cuenta al momento de comparar al momento de comprar zapatos precio, diseño, marca comodidad, color?

Diseño Comodidad Color Marca Precio

16.- ¿Cuál es el precio promedio que estaría dispuesto a pagar por calzado?

30- 40 dólares 50 – 60 dólares 70- 80 dólares

ANEXO 2

Materia prima que se utiliza en el calzado y su proceso de producción hasta obtener el producto final.

Foto 1. Materia prima cuero natural para uso en la elaboración del calzado.



Foto 2. Cuero Napa negro brillante



Foto 3. Suela que será utilizada en la planta del calzado



Foto 4. Hormas de madera para moldear el cuero



Foto 5. Medidas del clientes y moldes de cartón del modelo del calzado



Foto 6. Corte manual de las piezas en el cuero



Foto 7. Armado del calzado



Foto 8. Destallando los filo de la suela



Foto 9. Botas de cuero en proceso de elaboración



Foto 9. Producto final



Foto 10 calzado de dama



Foto 11. Deportivos



Foto 11. Correas de cuero



ANEXO 3

Fotos de la encuesta realizadas a los habitantes de la parroquia San Carlos

Foto 1. Encuesta realizada a los moradores de la parroquia



Foto 2. Encuesta a los habitantes de la parroquia



ANEXO 4



Figura 1. Flujo de proceso de Producción

PLANO DE LA PRODUCTORA DE CALZADO

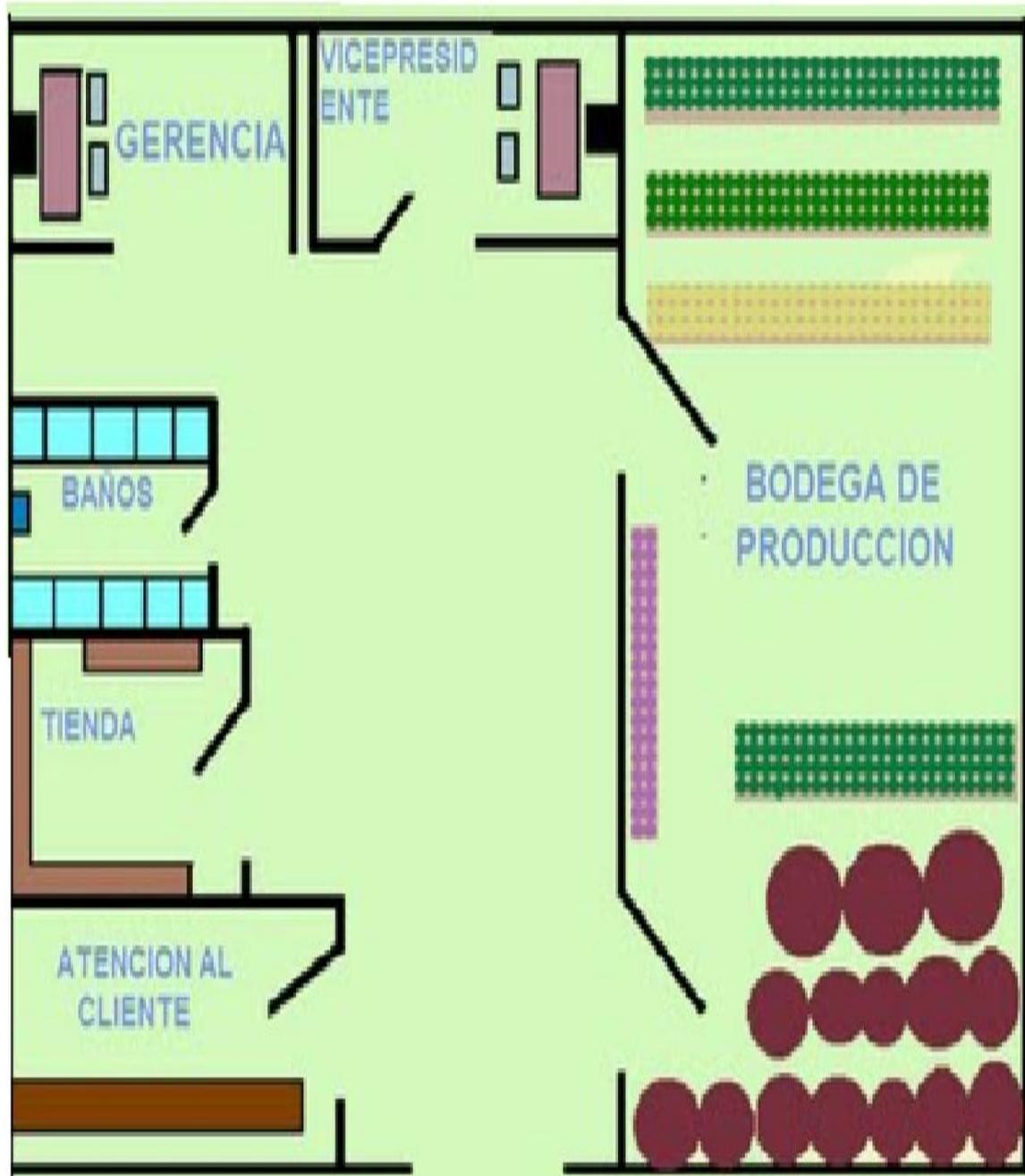


Figura 2

SPOT PUBLICITARIO DE LA EMPRESA

JORYEI

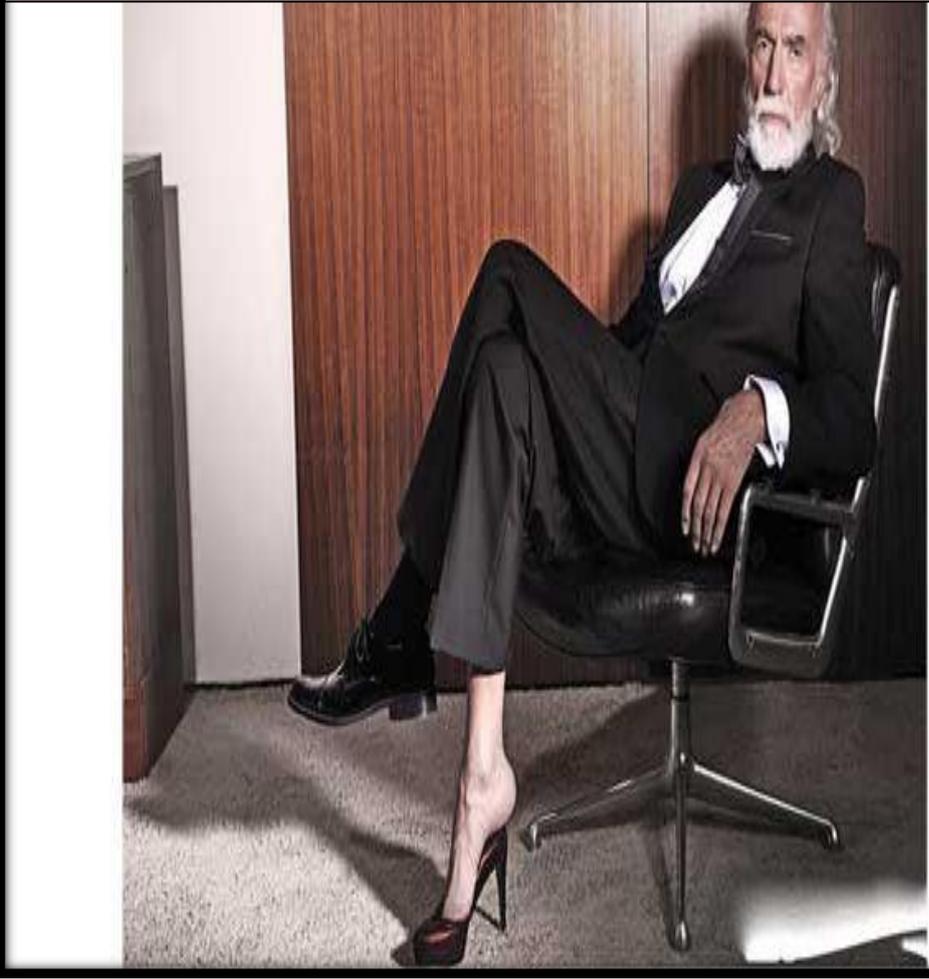


CALIDAD GARANTÍA Y CONFORT PARA TUS PIES

Figura 3

HOJAS VOLANTES

JORYEI



CALIDAD GARANTÍA Y CONFORT PARA TUS PIES

Figura 4

ANEXO 1 MATRIZ DEL PROBLEMA

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	SUBPROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPÓTESIS GENERAL	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	VARIABLES INDEPENDIENTES	VARIABLES DEPENDIENTES
¿Cómo un Estudio de Factibilidad influye en la creación de una empresa productora y comercializadora de calzado en la parroquia San Carlos año 2014?	¿Cómo un estudio de mercado proyecta la oferta y demanda en la producción y comercialización de calzado?	Desarrollar un estudio de factibilidad que justifique la creación de una empresa productora y comercializadora de calzado en la parroquia San Carlos año 2014	Realizar un estudio de mercado que justifique la oferta y la demanda en la producción y comercialización de calzado	La elaboración de un estudio de factibilidad optimizará la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de calzado en la parroquia San Carlos año 2014	Realizando un estudio de mercado proyectara la oferta y demanda de calzado	estudio de mercado	Oferta y demanda
	¿De qué manera un estudio técnico y económico define los costos y localización para la creación de la empresa de calzado?		Determinar un estudio técnico y económico que defina los costos así como la localización para la creación de la empresa de calzado		La información de un estudio técnico y económico minimizará los costos y localización de la empresa de calzado	estudio técnico y económico	costos y localización
	¿Cómo la matriz DAFO incide en la toma de decisiones de la empresa?		Aplicar la matriz DAFO que permita la toma de decisiones de la empresa		La utilización de la Matriz DAFO agilizará el proceso de toma de decisiones de la empresa	matriz FODA	toma de decisiones

	<p>¿De qué manera el análisis de evaluación financiera valora la rentabilidad del proyecto?</p>		<p>Analizar mediante evaluación financiera que indique los índices de rentabilidad del proyecto</p>		<p>El análisis de evaluación financiera definirá los índices de rentabilidad del proyecto</p>	<p>evaluación financiera</p>	<p>rentabilidad del proyecto</p>

OPERACIONALIZACION DE LAS HIPÓTESIS

HIPÓTESIS GENERAL

La elaboración de un estudio de factibilidad optimizará la creación de una empresa productora y comercializadora de calzado en la parroquia San Carlos año 2014.

VARIABLES	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
estudio de factibilidad	<p>Estudio de factibilidad es el análisis financieros, económicos y sociales de una inversión se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.</p> <p>Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. -</p>	<p>Estudio de mercado</p> <p>Estudio técnico</p> <p>Matriz FODA</p> <p>Estrategias de Mercadotecnia</p>	<p>Elevación de aceptación en el mercado</p> <p>Tamaño del proyecto y su localización de la empresa.</p> <p>Toma de decisiones administrativos en momentos determinados.</p> <p>Ejecución de la empresa realizado su Proyecto de factibilidad</p>	<p>¿Considera necesaria la existencia de una fábrica de calzado en la parroquia San Carlos? SI NO TAL VEZ</p> <p>¿Estaría usted dispuesto a adquirir productos viniendo de esta nueva fábrica? SI NO TAL VEZ</p>	<p>Investigación realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos</p> <p>(encuesta)</p>
una empresa dedicada a la producción y comercialización de calzado	<p>unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios Brindar un producto de buena calidad a un costo apropiado para la comunidad</p>	<p>Realización de la empresa ejecutando su Proyecto de factibilidad</p> <p>Producción y comercialización de calzados</p> <p>Determinar precios competitivos en el mercado</p>	<p>Empresa en marcha cumpliendo objetivos planteados</p> <p>Coordinación y capacitación de cada área de la empresa que cumpla con su responsabilidad</p> <p>Investigación de oferta y demanda marketing a la empresa</p>	<p>¿Estaría usted dispuesto a adquirir productos viniendo de esta nueva fábrica? SI NO TAL VEZ</p> <p>¿Cree que existen marcas nacionales competitivas respecto de marcas internacionales? NO TAL VEZ</p>	<p>Investigación realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos</p> <p>(encuesta)</p>

Fuentes: investigación de campo

Elaboración. De la Autora

HIPÓTESIS PARTICULAR 1

Realizando un estudio de mercado beneficiará la elaboración del proyecto

VARIABLES	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Estudio de mercado	Proyecto empresarial sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado	<p>Proyecto empresarial</p> <p>Oportunidad De negocio</p> <p>Análisis de oferta y demanda compitiendo en el mercado actual</p>	<p>Plasmar la idea del proyecto dentro de un mercado de crecimiento</p> <p>Analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad económica y financiera</p> <p>Analiza el comportamiento del consumidor</p>	<p>¿Estaría usted de acuerdo en que deberíamos producir y comercializar calzado así obtener un mayor crecimiento? Si NO TAL VEZ</p> <p>¿Qué tiene en cuenta al momento de comparar al momento de comprar? Zapato precio, diseño, marca comodidad, color.</p>	<p>investigación realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos</p> <p>(encuesta)</p>
elaboración del proyecto	<p>consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas</p> <p>La razón de un proyecto s alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo</p>	<p>Aplicación de conocimientos y habilidades administrativas</p> <p>Planificación de cada una de las actividades</p> <p>Objetivos claros y precisos</p>	<p>Definir lo que se quiere lograr, como se piensa lograrlo y cuando se alcanzarán las metas propuestas</p> <p>Permite que los esfuerzos de una empresa tengan un resultado</p> <p>Organización dirección y control de la empresa</p>	<p>¿Cuál cree que usted qué son las principales causas de que exista un mayor mercado para el calzado extranjero a diferencia del calzado nacional?</p> <p>¿Considera usted que en nuestro país existe suficiente oferta de maquinaria para la elaboración de calzado? SI NO TAL VEZ</p>	<p>Investigación realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos</p> <p>(encuesta)</p>

Fuentes: investigación de campo

Elaboración. De la Autora

HIPÓTESIS PARTICULAR 2

La información de un estudio técnico y económico justificará los costos y localización de la empresa de calzado.

VARIABLES	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Estudio técnico	Se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del tamaño del proyecto a realizar. consiste simplemente en hacer un análisis de localización el proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión	Tamaño del proyecto Localización del proyecto Proceso Productivo	La localización geografía de ubicación de la empresas u valorización de riesgo con capacidad financiera y tecnológica Influye la localización del del proyecto Transformación de materia prima en insumos	¿Estaría usted de acuerdo en que deberíamos producir y comercializar calzado así obtener un mayor crecimiento? SI NO TAL VEZ ¿Qué aspectos cree que hay que mejorar para mejorar la calidad del producto?	Investigación realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos (encuesta)
costos y localización	Las decisiones de localización están basadas en bajos costos y requieren una consideración particularmente cuidadosa una vez en el lugar de localización específica muchos costos finalmente afianzados que resultan difícil reducir al realizar un trabajo duro determina la localización optima de las instalaciones en una nueva inversión	Inversión y rentabilidad Localización optima y específica Regulaciones ambientales del estado y la calidad	Cuanto mayor el riesgo de una inversión, mayor tendrá que ser su rentabilidad potencial para que sea atractiva a los inversores. Cada inversor tiene que decidir el nivel de riesgo El sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades Es el cumplimiento de la ley por parte de las empresas al medio ambiente	¿Considera usted que ayudaría al crecimiento económico de la parroquia la instalación de planta de calzado? SI NO TAL VEZ	Investigación realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos (encuesta)

Fuentes: investigación de campo
Elaboración la Autora

HIPÓTESIS PARTICULAR 3

La utilización de la **Matriz FODA** agilizará el proceso de **toma de decisiones** de la esa.

VARIABLES	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Matriz FODA	Es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, que esté actuando como objeto de estudio en un omento determinado del tiempo. Fortalezas como las debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, y solo se puede tener injerencia sobre las ellas modificando los aspectos internos.	<p>Cuáles son los problemas estratégicos que enfrenta la compañía</p> <p>Deficientes habilidades gerenciales a la hora de tomar decisiones acertadas</p> <p>oportunidades podrá buscar con éxito la compañía mediante las habilidades, capacidades y recursos con los que cuenta</p>	<p>Discernir entre cada uno de los factores que influyen en la Empresa, permitiendo así elementos para una toma de decisiones</p> <p>Depende de cómo maneje sus habilidades, tanto a hora de tomar decisiones.</p> <p>Oportunidades de nuevos mercados aprovechando la oportunidad que se nos brinde</p>	<p>Cree usted que a matriz FODA ayudara a tomar decisiones adecuadas SI NO TAL VEZ</p> <p>¿Cuál cree que usted qué son las principales causas de que exista un mayor mercado para el calzado extranjero a diferencia del calzado nacional?</p>	<p>Investigación realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos</p> <p>(encuesta)</p>
toma de decisiones	La toma de decisiones es un proceso cotidiano mediante el cual se realiza una elección entre diferentes alternativas a los efectos de resolver las más variadas situaciones a nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial, es decir, en todo momento se deben toman decisiones.	<p>Cuán sólida es la posición competitiva de la empresa</p> <p>Toma de decisiones en el funcionamiento de la estrategia actual captando mercado</p> <p>Conflictos gremiales</p>	<p>La toma de decisiones ayuda a posición de la competencia de la empresa en todos los ámbitos.</p> <p>Al tomar decisiones acertada en un mercado tan competitivo es esencial para el crecimiento empresarial</p> <p>decisiones erróneas con el personal es un elemento esencial para el funcionamiento empresarial</p>	<p>¿Considera Ud. una buena idea de lanzar al mercado colecciones de calzado de acuerdo a la temporada? SI NO TAL VEZ</p>	<p>Investigación realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos</p> <p>(encuesta)</p>

Fuentes: investigación de campo

Elaboración. De la Autora

HIPÓTESIS PARTICULAR 3

El análisis de **evaluación financiera** definirá los índices de **rentabilidad del proyecto**.

VARIABLES	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
evaluación financiera	Por evaluación financiera entenderemos por tanto la acción y el efecto de señalar el valor de un conjunto de activos o pasivos financieros, El valor de un activo financiero está determinado inicialmente por su interés	<p>Valor de los activos financieros.</p> <p>Brindar información para un mejor control sobre financiero.</p> <p>Valor actual neto de la inversión.</p>	<p>Con la información obtenida se conocerá el valor de cada uno de los activos de la empresa</p> <p>Control de ingresos y egresos de la empresa para toma de decisiones.</p> <p>Métodos financieros para conocer el capital.</p>		<p>Investigación realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos</p> <p>(encuesta)</p>
rentabilidad del proyecto	La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa	<p>Relación entre la utilidad o la ganancia obtenida.</p> <p>Inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla.</p> <p>Negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos.</p>	<p>Conocer ganancias o pérdidas de las empresas.</p> <p>Recursos obtenidos luego de un periodo contable.</p> <p>Ampliación, financiamiento, inversión, si hay rentabilidad en el proyecto.</p>		<p>Investigación realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos</p> <p>(encuesta)</p>

