

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE
GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE GRADO
PARA LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:
Ingeniería en Gestión Empresarial con Mención en Finanzas y
Auditoría**

TEMA:

**Plan de Negocios para la creación de una PYME de diseño y
comercialización de calzado artesanal en Guayaquil**

AUTOR:

Fátima Carola Moreira Fariño

FEBRERO 2016

GUAYAQUIL – ECUADOR

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento infinito a Dios por mantenerme
firme y haberme hecho más fuerte ante cada
batalla, a mi madre por ser mi pilar fundamental,
mi familia, mis amigas que sin ellas mi mundo no
sería el mismo, Sebastián gracias por tu
paciencia y apoyo.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado principalmente a mi madre
por inculcarme siempre la necesidad del estudio.

RESPONSABILIDAD

La Responsabilidad de este trabajo de
investigación, con sus resultados, conclusiones
y recomendaciones, pertenece exclusivamente
a la autora.

.....

FIRMA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla de contenido

RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN.....	14
DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	17
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
OBJETIVO GENERAL.....	17
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
APORTES.....	19
SÍNTESIS DEL CONTENIDO	20
JUSTIFICACIÓN.....	22
MARCO TEÓRICO	24
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
METODOLOGÍA	30
MÉTODOS EMPLEADOS.....	30
DISEÑO DE ENCUESTA.....	32
POBLACIÓN.....	34
MUESTRA.....	34
SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS.....	36

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Pregunta #1 – Sector donde vive.....	36
Pregunta #2 – Edad.....	37
Pregunta #3 – Estado civil.....	39
Pregunta #4 – Nivel de estudios	41
Pregunta #5 – Nivel socioeconómico	43
Pregunta #6 – Nivel de ingresos mensuales.....	44
Pregunta #7 – Cuál es su tipo de calzado habitual?	46
Pregunta #8 – Con qué frecuencia compra calzado nuevo?	49
Pregunta #9 – Suele comprar calzado nuevo por la marca?	51
Pregunta #10 – Ha utilizado/comprado calzado de fabricación nacional?.....	52
Pregunta #11 – Cuál es su presupuesto habitual para la compra de calzado?..	53
Pregunta #12 – Cómo realiza las compras de calzado habitualmente?	56
Pregunta #13 – Qué busca en un zapato al momento de comprar?	57
Pregunta #14 – Compraría usted calzado de fabricación nacional?	59
CAPÍTULO 3.....	62
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	62
MISIÓN.....	62
VISIÓN	62
OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	62

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

OJETIVO GENERAL	62
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	62
ANÁLISIS FODA.....	63
FORTALEZAS.....	63
OPORTUNIDADES.....	63
DEBILIDADES	63
AMENAZAS.....	64
ANÁLISIS PEST	65
ANÁLISIS POLÍTICO.....	65
ANÁLISIS ECONÓMICO.....	65
ANÁLISIS SOCIAL.....	66
ANÁLISIS TECNOLÓGICOS	66
ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	67
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	67
AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	67
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES	68
AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES	68
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS COMPRADORES	68
CAPÍTULO 4.....	70

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO	70
INVERSIÓN INICIAL	70
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN.....	71
TABLA DE AMORTIZACIÓN	72
ANÁLISIS DE COSTOS	73
COSTOS FIJOS.....	73
COSTOS DE PRODUCCIÓN	74
GASTOS ADMINISTRATIVOS	74
GASTOS DE VENTAS	75
GASTOS FINANCIEROS.....	75
PROYECCIÓN DE VENTAS.....	76
ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	76
ESTADOS FINANCIEROS	78
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	78
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL.....	79
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	81
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES	84
BIBLIOGRAFÍA.....	85

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 - SAMPLE	35
ILUSTRACIÓN 2 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #1	37
ILUSTRACIÓN 3 - RESULTADO DE LAS ENCUESTAS, PREGUNTA #2.....	39
ILUSTRACIÓN 4 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #3	41
ILUSTRACIÓN 5 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA # 4	42
ILUSTRACIÓN 6 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #5	44
ILUSTRACIÓN 7 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #6	46
ILUSTRACIÓN 8 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #7	48
ILUSTRACIÓN 9 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #8	50
ILUSTRACIÓN 10 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #9	51
ILUSTRACIÓN 11 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #10.....	53
ILUSTRACIÓN 12 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #11	55
ILUSTRACIÓN 13 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #12.....	57
ILUSTRACIÓN 14 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #13.....	58
ILUSTRACIÓN 15 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #14.....	60

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 - RESUMEN DE CAPÍTULOS.....	20
TABLA 2 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #1	36
TABLA 3 - RESULTADO DE LAS ENCUESTAS, PREGUNTA #2	38
TABLA 4 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #3	40
TABLA 5 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #4	42
TABLA 6 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #5	43
TABLA 7 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #6	45
TABLA 8 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #7	47
TABLA 9 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #8	49
TABLA 10 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #9	51
TABLA 11 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #10	52
TABLA 12 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #11	54
TABLA 13 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #12	56
TABLA 14 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #13	58
TABLA 15 - RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA #14	59
TABLA 16 - INVERSIÓN INICIAL	70
TABLA 17 - CAPITAL DE TRABAJO.....	70
TABLA 18 - INVERSIÓN INICIAL.....	70
TABLA 19 - FINANCIAMIENTO	71
TABLA 20 - TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	72
TABLA 21 - COSTOS DE LA OPERATIVIDAD.....	73
TABLA 22 - COSTOS DE VENTAS	74
	10

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

TABLA 23 - GASTOS ADMINISTRATIVOS	75
TABLA 24 - GASTOS DE VENTAS.....	75
TABLA 25 - GASTOS FINANCIEROS	76
TABLA 26 - PROYECCIÓN DE VENTAS	76
TABLA 27 - PUNTO DE EQUILIBRIO	77
TABLA 28 – ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	79
TABLA 29 - ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	80
TABLA 30 - FLUJO DE CAJA PROYECTADO	82

RESUMEN

En el presente trabajo se detalla la investigación de los aspectos a considerar para la creación de una PYME de elaboración y comercialización de calzado artesanal.

En el Capítulo 1, denominado “Descripción de la Investigación” se revisará los diferentes aspectos de las categorías epistemológicas de un proyecto de investigación, como lo son: la pregunta de investigación, los objetivos de la investigación, el marco teórico que fundamenta la investigación, su justificación, aportes, entre otros que avalan el presente proyecto y soportan la investigación..

En el capítulo 2, denominado “Metodología” se presentará la metodología a utilizarse en la investigación, el diseño de la encuesta, la delimitación de la población a encuestarse, la muestra y finalmente la síntesis de los resultados.

En el capítulo 3, denominado “Planeación estratégica” se realiza un estudio de los aspectos internos y externos del mercado, así también, se detalla la propuesta de valor.

Se realiza en análisis FODA, se presentan los objetivos de la empresa, su misión y visión, el análisis PEST y las fuerzas de PORTER.

En el capítulo 4, denominado “Estudio económico – financiero” se explica la factibilidad a nivel financiero del proyecto, el capital para iniciar operaciones, las proyecciones, la presentación de costos y gastos.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Se detallan los márgenes de rentabilidad esperados, el punto de equilibrio, así también como el retorno de la inversión.

INTRODUCCIÓN

Dentro del mercado guayaquileño ya se encuentran varias marcas reconocidas de calzado ecuatoriano, cada vez más emprendedores le apuestan a lo nuestro creando marcas y zapatos con el sello de Ecuador.

La materia prima normalmente es importada pero varias marcas le apuestan por completo a Ecuador y elaboran estos zapatos con productos locales, los zapatos son elaborados ya sea por artesanos experto o con la ayuda de maquinarias.

En precios existen de todo tipo:

Los de gama alta, que son zapatos muy costosos y que fácilmente pueden llegar a costar entre \$150 y \$200.

Los de gama media, que son zapatos con precios accequibles y oscilan entre \$50 y \$125.

Y los de gama baja, que son zapatos con un acabado menos llamativo y de ahí los precios entre \$10 y \$50.

Al ver que cada vez más la elección por lo nuestro se incrementa es que se decide realizar el presente proyecto con el fin de medir la factibilidad financiera del mismo.

Por lo antes mencionado, surge la idea de crear Dona Sabata, calzado para mujeres a las que les guste la moda, verse y sentirse bien usando zapatos hechos

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

por manos ecuatorianas, ofreciendo variedad de diseños exclusivos a precios asequibles y con acabado de primera.

A través del presente plan de negocios, se detallarán todos los aspectos que involucran el proceso de creación de una PYME, elaboración y comercialización de calzado artesanal; así también como la descripción del mercado actual.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA

INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El mercado ecuatoriano cuenta ya con varias marcas de calzado, algunas artesanales otras industrializadas, ya que cada vez más emprendedores le apuestan a lo nuestro.

Se ha evidenciado que el mercado no se encuentra explotado, por lo que surge la necesidad de realizar el presente estudio para conocer las variables que pudiesen afectar la idea de negocio.

Así mismo, surge la siguiente interrogante:

¿Cómo satisfacer la demanda de calzado artesanal del mercado guayaquileño?

Por lo que la presente propuesta de investigación tiene la finalidad de analizar el mercado del calzado ecuatoriano e identificar la mejor forma de aplicar este plan de negocios.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocios para la creación de una PYME que opere como fabricante y comercializadora de calzado artesanal en la ciudad de Guayaquil.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar la factibilidad financiera del plan de negocios para la creación de una PYME para la elaboración y comercialización de calzado artesanal en Guayaquil.
2. Identificar las barreras que afecten la implementación del plan de negocios, objetivo de esta investigación.
3. Investigar el mercado local del calzado ecuatoriano.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuál es la importancia de identificar nuevas oportunidades de negocio?
2. ¿Qué tan satisfecho está el mercado local con respecto a la oferta de calzado?
3. ¿Existirá aceptación en el mercado local de esta línea de calzado?
4. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un par de zapatos el cliente guayaquileño promedio?
5. ¿La implementación de este proyecto generará utilidad?
6. ¿La implementación de este plan de negocios generará nuevos ingresos para los artesanos?

APORTES

Contribuir en el desarrollo de la economía ecuatoriana, fomentando el trabajo local y promoviendo el producto nacional.

Con la implementación de este plan de negocios se espera beneficiar a los artesanos con nuevos ingresos producto de su trabajo y al cliente final brindando un producto de calidad a costo razonable, que además genere un margen de rentabilidad para la PYME.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

SÍNTESIS DEL CONTENIDO

El presente proyecto de investigación busca obtener información acerca de la forma más eficiente de implementar un plan de negocios de elaboración y comercialización de calzado ecuatoriano, por lo que a lo largo de la presente investigación se detalla información importante en la ayuda de la toma de decisión para la implementación del plan de negocios.

Tabla 1 - Resumen de Capítulos

CAPÍTULO 1	CAPÍTULO 2	CAPÍTULO 3	CAPÍTULO 4
Problema de investigación	Metodología	Planeación estratégica	Estudio económico - financiero
Objetivos de la investigación	Diseño de la entrevista	Misión	Inversión inicial
Preguntas de investigación	Diseño de la encuesta	Visión	Capital de trabajo
Aportes	Población	Objetivos de la empresa	Costo de venta y de servicio
Métodos de investigación empleados	Muestra	Análisis FODA	Ventas
Síntesis de los resultados	Síntesis de los resultados	Análisis PEST	Gastos administrativos, financieros y de ventas
Síntesis de contenido			Estado de Resultado

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Justificación			Estado financiero
Marco teórico			Flujo de caja proyectado

Fuente: La Autora

JUSTIFICACIÓN

Actualmente Ecuador se encuentra en el auge el consumo de productos nacionales, gracias a los esfuerzos y campañas que el Gobierno Nacional ha ejecutado.

Se ha visto un incremento en el consumo de diversos productos nacionales, entre ellos el calzado.

Se ha evidenciado que debido a los muchos impuestos que hoy sufren tanto los productos terminados como la materia prima al momento de la importación, el cliente debe pagar altos precios por un par de zapatos.

El Gobierno del Ecuador a través del Ministerio de la Producción, desde el 2008 se encuentra trabajando en toda la cadena del valor del sector textil y del calzado.

De acuerdo con cifras del Banco Central del Ecuador (BCE), el sector de la industria textil y de fabricación de artículos de cuero es apenas el 0,09% del porcentaje total del Producto Interno Bruto (PIB).

De acuerdo a un estudio realizado por Ministerio de Industrias en el 2001, en el sector cuero hay más de 290.000 personas que trabajan en toda la cadena del valor. (MIPRO, 2001)

Por ello, la presente investigación persigue el objetivo principal de analizar el mercado local con sus barreras y oportunidades, que muestre la forma más

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

eficiente de implementar un plan de negocios de elaboración y comercialización de calzado artesanal.

Se realizará un estudio de mercado con el objeto de conocer la demanda, los costos inmiscuidos en la producción, el precio que el cliente está dispuesto a pagar y el porcentaje de utilidad.

Con la implementación de este plan de negocios se busca identificar las mejores prácticas para la elaboración de calzado artesanal, desarrollar un producto que sea atractivo, con calidad y a un precio justo, mejorar la economía local, crear plazas de trabajo, incrementar ingresos en los artesanos dedicados a esta labor, promover el producto nacional en el mercado local, entre otros.

MARCO TEÓRICO

Según Marstio, (1999) un plan de negocios es la forma en la que un emprendedor puede probar su idea de negocios, analizarla, razonar acerca de cómo poner en marcha dicha idea de negocio y hasta buscar financiamiento.

Un plan de negocios ayuda al inversionista o emprendedor a tener una idea clara del panorama, del mercado objetivo, incluso de las posibles amenazas que pudiesen afectar la operación normal del negocio.

Para Viniegra, (2007) el hecho de contar con un Plan de Negocios, asegura al inversionista o institución crediticia que se ha analizado a fondo la propuesta de negocio y que tiene grandes posibilidades de ser una idea de éxito emprendedor.

Lo que lleva a analizar el concepto de emprendimiento pues de ahí parte la propuesta de este plan de negocios, del deseo y visión de emprender un negocio.

La palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneu* que quiere decir pionero, es decir, aquella persona capaz de tener una visión de innovación y llevarla a la realidad. El emprendimiento se ha vuelto tan importante debido al panorama mundial que actualmente es vivido. La tecnología cumple un rol importante en el concepto de emprendimiento pues gracias a ella hay acceso a la información, algo que sin duda en siglos pasados no era un trabajo sencillo.

Las empresas han entendido muy bien el concepto de emprendimiento pues hoy en día se ve que existen departamentos de innovación.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

El Gobierno de turno por consiguiente, ha iniciado programas de apoyo al emprendimiento.

El emprendimiento es también el camino hacia la independencia económica.

Se hace necesario conocer también que un plan de negocios para que logre éxito debe estar ligado a la calidad en el servicio al cliente.(Carlos Andriani, 2003)

Impact Media Comercial en su libro “Cómo crear un plan de negocios”, nos sugiere la importancia de tener un plan de negocios pues se convierte en una hoja de ruta para abordar oportunidades y obstáculos esperados e inesperados que depara el futuro y para navegar exitosamente en el entorno competitivo del sector. (Impact Media Comercial, 2009)

Según (Lloreda, 2015) no existe un formato fijado para la estructura de un plan de negocios, todo dependerá del campo en el que se desarrolle y la función que se pretenda dar.

En el mismo contexto, la estructura del plan de negocios debe proporcionar información clara y concisa sobre todos los ejes del negocio propuesto. Lo que incluye prácticas sobre su creación, funcionamiento, análisis de ventas, costos, gastos y utilidad; así como una proyección del crecimiento de la misma, etc. (Lloreda, 2015)

Por lo antes citado y basado en el criterio de análisis del autor se realiza el presente estudio para determinar la factibilidad de la implementación de este plan de negocios.

MARCO CONCEPTUAL

En esta sección se detallarán los conceptos de algunos de los términos utilizados en la elaboración del presente trabajo de investigación.

1. PYME.- acrónimo de pequeña y mediana empresa.
2. Diseño.- boceto o esquema que se realiza mentalmente o sobre algún soporte material.
3. Comercialización.- proceso de venta de un producto.
4. Artesanal.- algún trabajo realizado de forma manual por una persona.
5. Materia prima.- elemento que prima en la elaboración de un producto.
6. SPSS.- programa estadístico informático utilizado para el análisis de resultados.
7. INEC.- Instituto Nacional de Estadística y Censos.
8. MIPRO.- Ministerio de Industrias y Productividad.
9. Sample.- programa utilizado para calcular una muestra cuando se conoce la población y ésta es muy grande.
10. Flats.- zapatos sin taco.

MARCO LEGAL

Dentro del mercado ecuatoriano existen varias leyes a las que hay que apegarse al formar una nueva empresa, en cuanto a la industria del calzado artesanal están:

NORMAS INEN

Dentro del mercado ecuatoriano existen leyes a las que hay que apegarse, en la industria del calzado rigen las normas INEN.

Las normas INEN exigen etiqueta técnica y etiqueta de marca.

La etiqueta técnica debe contener:

- Identificación de talla.
- Identificación de materiales.
- País de origen.
- Identificación del fabricante.

La etiqueta de la marca debe contener:

- Marca comercial y/o
- Logotipo

LEY DE DEFENSA AL ARTESANO

Además, por el hecho de trabajar con artesanos se hace necesario también revisar la Ley de Defensa del Artesanos que les concede los siguientes beneficios:

LABORALES

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

- Exoneración de pago de décimo-tercero, décimo-cuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices.
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices.
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas.

SOCIALES

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices.
- Acceso a las prestaciones del seguro social.
- Extensión del seguro social al grupo familiar.
- No pago de fondos de reserva.

TRIBUTARIOS

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.).
- Declaración semestral del I.V.A.
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías.
- Exoneración del pago del impuesto a la renta.
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales.
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal.

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

METODOLOGÍA

El presente proyecto de investigación tiene un enfoque cuantitativo de tipo aplicada, no experimental y se llevó a cabo mediante muestreo probabilístico de cuota a través de la selección de una muestra por conveniencia. El tipo de diseño es transaccional, descriptivo.

MÉTODOS EMPLEADOS

Los métodos que se utilizarán en el presente proyecto de investigación serán: cualitativo y cuantitativo.

Las herramientas para recolectar la información dependerá del método, en el caso del método cuantitativo se emplearán encuestas a los posibles clientes y para el caso del método cualitativo se realizará entrevistas a vendedores de tiendas de calzado, clientes y demás individuos que se encuentren dentro de la cadena.

Para analizar los resultados de las encuestas se utilizará la herramienta tecnológica SPSS, que ayudará a organizar los resultados y arrojará un informe completo en el que se pueda comprender el comportamiento del consumidor.

Para analizar las entrevistas se realizarán conclusiones a partir de las respuestas proporcionadas por los entrevistados.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Con los resultados de esta investigación se podrá medir y tener una clara idea del mercado, el comportamiento de los consumidores, la manufactura del calzado, entre otros, con lo que se podrá concluir y tomar decisiones.

DISEÑO DE ENCUESTA

ENCUESTA	
TEMA:	Plan de Negocios para la creación de una PYME para la elaboración y comercialización de calzado artesanal en Guayaquil.
OBJETIVO GENERAL:	Diseñar un plan de negocios para la creación de una PYME que opere como fabricante y comercializadora de calzado artesanal en la ciudad de Guayaquil.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	1. Identificar una oportunidad de negocio para el emprendimiento. 2. Determinar la factibilidad financiera del plan de negocios para la creación de una PYME para la elaboración y comercialización de calzado artesanal en Guayaquil. 3. Investigar el mercado local del calzado ecuatoriano.
INTRUCCIONES:	Conteste este sencillo cuestionario que es parte de un proyecto de investigación acerca de las preferencias de calzado en las mujeres de Guayaquil.

PREGUNTAS

PREGUNTAS GENERALES

1. SECTOR DONDE VIVE

NORTE CENTRO SUR

2. EDAD

3. ESTADO CIVIL

SOLTERO CASADO VIUDO DIVORCIADO UNIÓN LIBRE

4. NIVEL DE ESTUDIOS

PRIMARIA SECUNDARIA UNIVERSITARIO POSGRADO

5. NIVEL SOCIOECONÓMICO

DEPENDIENTE INDEPENDIENTE OTROS

6. NIVEL DE INGRESOS MENSUALES

\$354 Ó MENOS \$354 - \$500 \$501 - \$800 \$801 Ó MÁS

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

7. ¿CUÁL ES SU TIPO DE CALZADO HABITUAL?

SANDALIAS DEPORTIVOS CASUAL PLATAFORMAS
FLATS OTROS

8. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA CALZADOS NUEVOS?

DIARIAMENTE SEMANALMENTE MENSUALMENTE
BIMESTRALMENTE TRIMESTRALMENTE SEMESTRALMENTE
ANUALMENTE OTROS

9. ¿SUELE COMPRAR CALZADOS NUEVOS POR LA MARCA?

SI NO

10. ¿HA UTILIZADO/COMPRADO CALZADO DE FABRICACIÓN NACIONAL?

SI NO ¿POR QUÉ? _____

11. ¿CUÁL ES SU PRESUPUESTO HABITUAL PARA LA COMPRA DE CALZADOS?

\$25 Ó MENOS \$25 - \$50 \$50 - \$75 \$75 - \$100

\$100 Ó MÁS

12. ¿CÓMO REALIZA SUS COMPRAS DE CALZADO HABITUALMENTE?

CENTROS COMERCIALES MERCADOS INFORMALES

POR CATÁLOGOS POR INTERNET OTROS

13. ¿QUÉ BUSCA EN UN ZAPATO AL MOMENTO DE COMPRAR?

PRECIO CALIDAD MARCA COMODIDAD

OTROS

14. ¿COMPRARÍA USTED CALZADO DE FABRICACIÓN NACIONAL?

SI NO ¿POR QUÉ? _____

POBLACIÓN

Debido a que el producto que se desea comercializar está destinado inicialmente a las mujeres guayaquileñas, se ha determinado que la población del presente estudio será el total de mujeres que habitan en Guayaquil.

Según los Resultados del Censo 2010 de población y vivienda (INEC, 2010), en Guayaquil existen 1.192.694 mujeres, siendo aproximadamente el 65,2% de la población total.

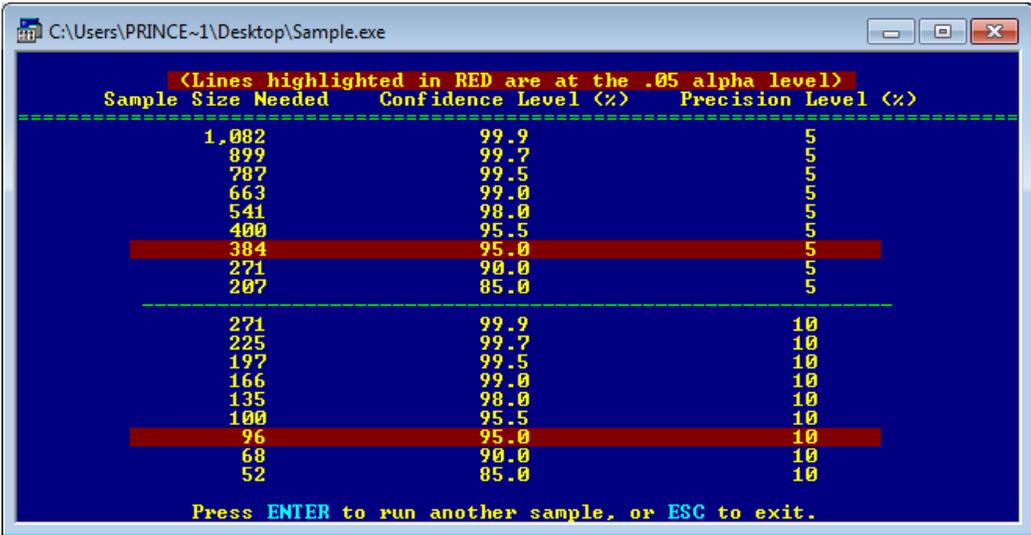
Con este dato se debe tomar en cuenta una muestra para la elaboración de encuestas.

MUESTRA

Para el levantamiento de información con la herramienta de las encuestas, se ha determinado un total de 384 mujeres de Guayaquil a través de un programa denominado Sample que ayuda al cálculo de la muestra cuando la población a estudiar se considera grande.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 1 - Sample



Sample Size Needed	Confidence Level (%)	Precision Level (%)
<Lines highlighted in RED are at the .05 alpha level>		
1,082	99.9	5
899	99.7	5
787	99.5	5
663	99.0	5
541	98.0	5
400	95.5	5
384	95.0	5
271	90.0	5
207	85.0	5

271	99.9	10
225	99.7	10
197	99.5	10
166	99.0	10
135	98.0	10
100	95.5	10
96	95.0	10
68	90.0	10
52	85.0	10

Press ENTER to run another sample, or ESC to exit.

Fuente: La Autora

SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS

A continuación se muestra el análisis de los resultados de las encuestas, mismo que fueron tabulados a través del programa SPSS de IBM, herramienta que ha facilitado la interpretación de los resultados.

Pregunta #1 – Sector donde vive

Tabla 2 - Resultado de encuestas, pregunta #1

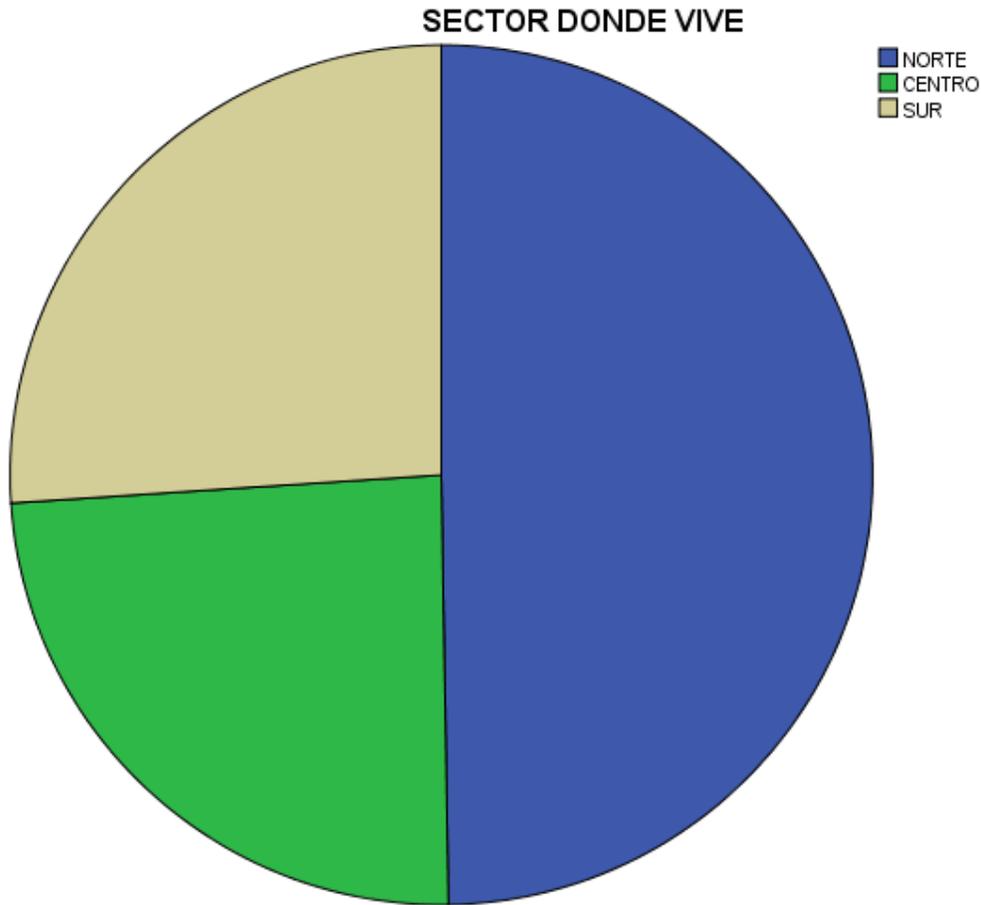
SECTOR DONDE VIVE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NORTE	191	49,6	49,7	49,7
	CENTRO	93	24,2	24,2	74,0
	SUR	100	26,0	26,0	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 2 - Resultado de encuestas, pregunta #1



Fuente: La Autora

Como podemos apreciar en la tabla y en la grafica, el 50% de las personas encuestadas, tienen residencia al norte de la ciudad, lo cual indica que puede ser una zona favorable para la ubicación de la tienda.

Pregunta #2 – Edad

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

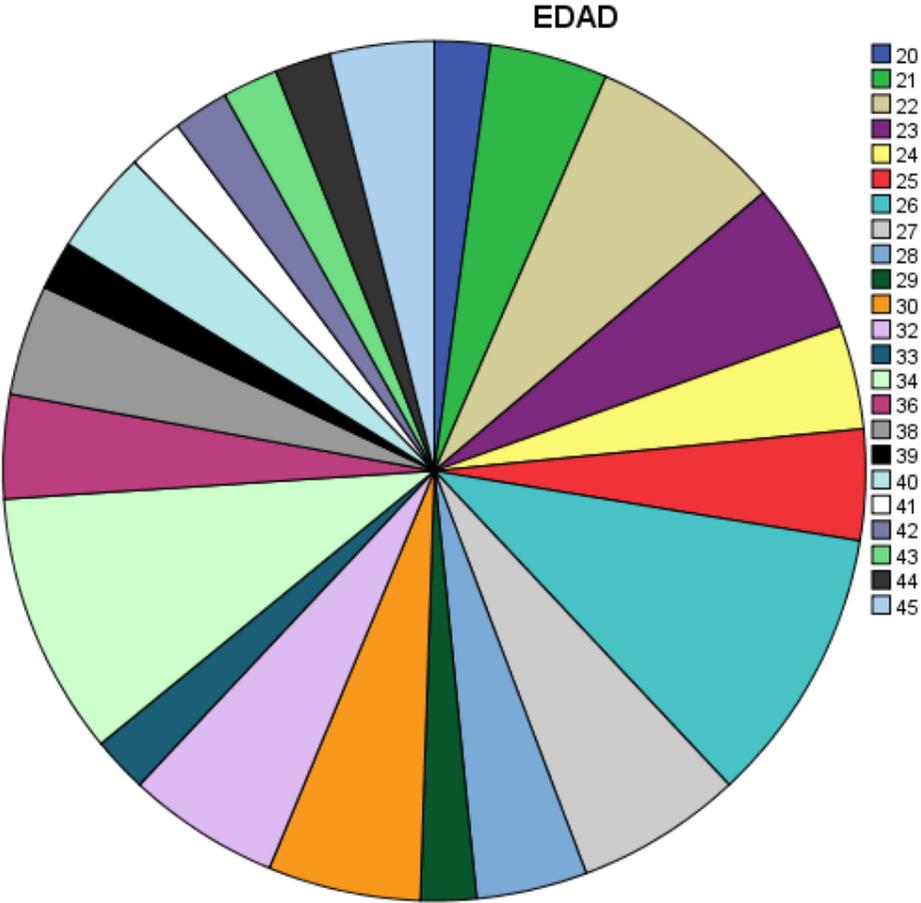
Tabla 3 - Resultado de las encuestas, pregunta #2

		EDAD			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20	8	2,1	2,1	2,1
	21	17	4,4	4,4	6,5
	22	28	7,3	7,3	13,8
	23	22	5,7	5,7	19,5
	24	15	3,9	3,9	23,4
	25	16	4,2	4,2	27,6
	26	40	10,4	10,4	38,0
	27	24	6,2	6,3	44,3
	28	16	4,2	4,2	48,4
	29	8	2,1	2,1	50,5
	30	22	5,7	5,7	56,3
	32	22	5,7	5,7	62,0
	33	8	2,1	2,1	64,1
	34	38	9,9	9,9	74,0
	36	15	3,9	3,9	77,9
	38	16	4,2	4,2	82,0
	39	7	1,8	1,8	83,9
	40	15	3,9	3,9	87,8
	41	8	2,1	2,1	89,8
	42	8	2,1	2,1	91,9
	43	8	2,1	2,1	94,0
	44	8	2,1	2,1	96,1
	45	15	3,9	3,9	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 3 - Resultado de las encuestas, pregunta #2



Fuente: La Autora

El target de edades, en base a las encuestas, arroja una variable muy amplia en cuanto a variación, por ello, una estrategia adecuada, seria apuntar desde los 25 años hasta los 40 años, índices en los que podemos observar la mayor frecuencia.

Pregunta #3 – Estado civil

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

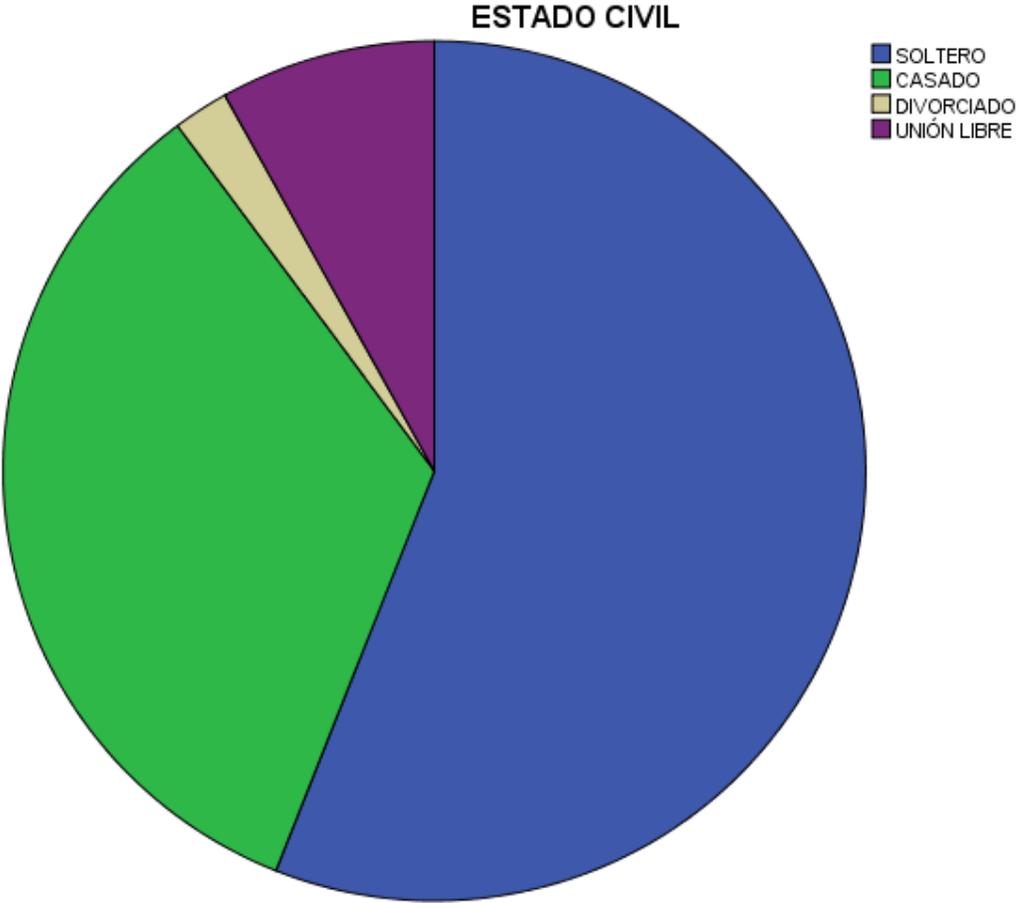
Tabla 4 - Resultado de encuestas, pregunta #3

		ESTADO CIVIL			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SOLTERO	215	55,8	56,0	56,0
	CASADO	130	33,8	33,9	89,8
	DIVORCIADO	8	2,1	2,1	91,9
	UNIÓN LIBRE	31	8,1	8,1	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 4 - Resultado de encuestas, pregunta #3



Fuente: La Autora

Podemos observar que la tendencia mayoritaria se encuentra en soltería, lo cual nos favorece ya que los ingresos de una persona soltera, generalmente se utilizan con mayor frecuencia en compras de productos de vanidad.

Pregunta #4 – Nivel de estudios

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

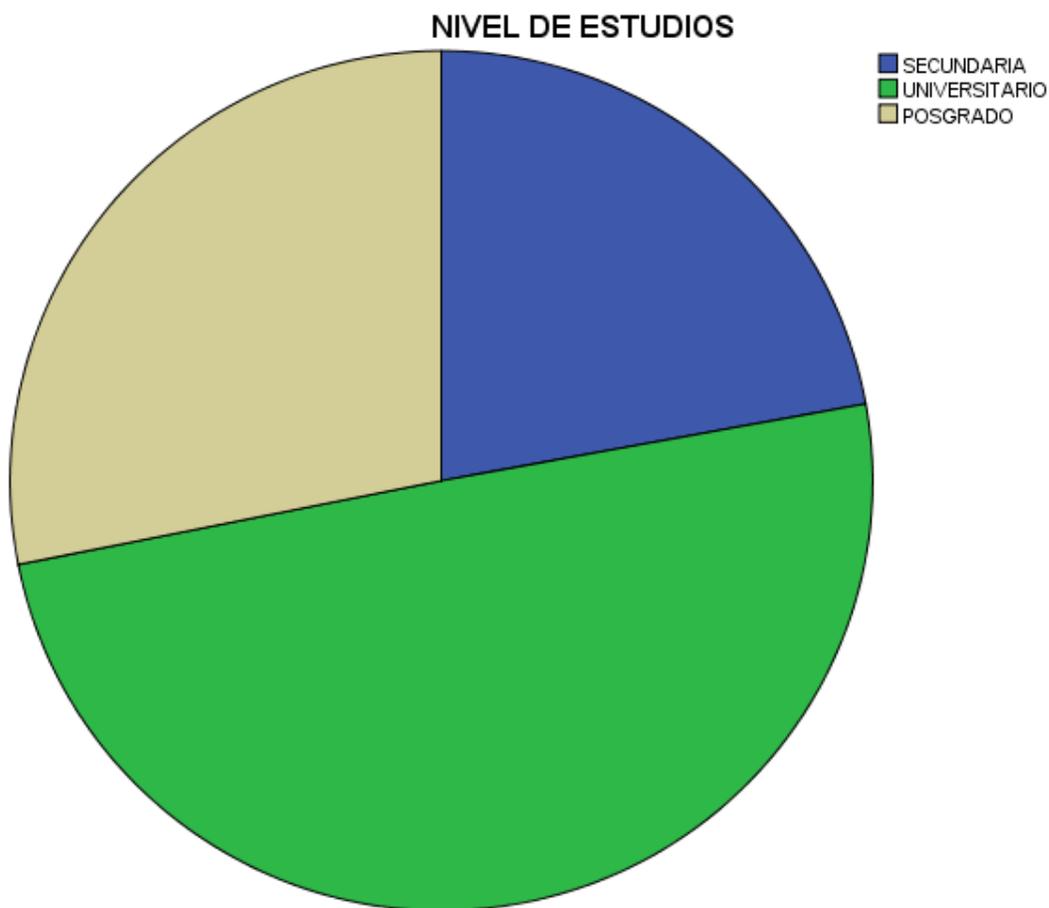
Tabla 5 - Resultado de encuestas, pregunta #4

NIVEL DE ESTUDIOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SECUNDARIA	85	22,1	22,1	22,1
	UNIVERSITARIO	191	49,6	49,7	71,9
	POSGRADO	108	28,1	28,1	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

Ilustración 5 - Resultado de encuestas, pregunta # 4



Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

El resultado anterior arroja una tendencia mayoritaria en los niveles de estudio universitarios, y esto es debido a que así como en la grafica de edades, los rangos oscilan entre los 25 y los 40 años, edades en las que generalmente se encuentran en una etapa de estudios universitarios o a su vez en postgrados que es la segunda variable mas grande.

Pregunta #5 – Nivel socioeconómico

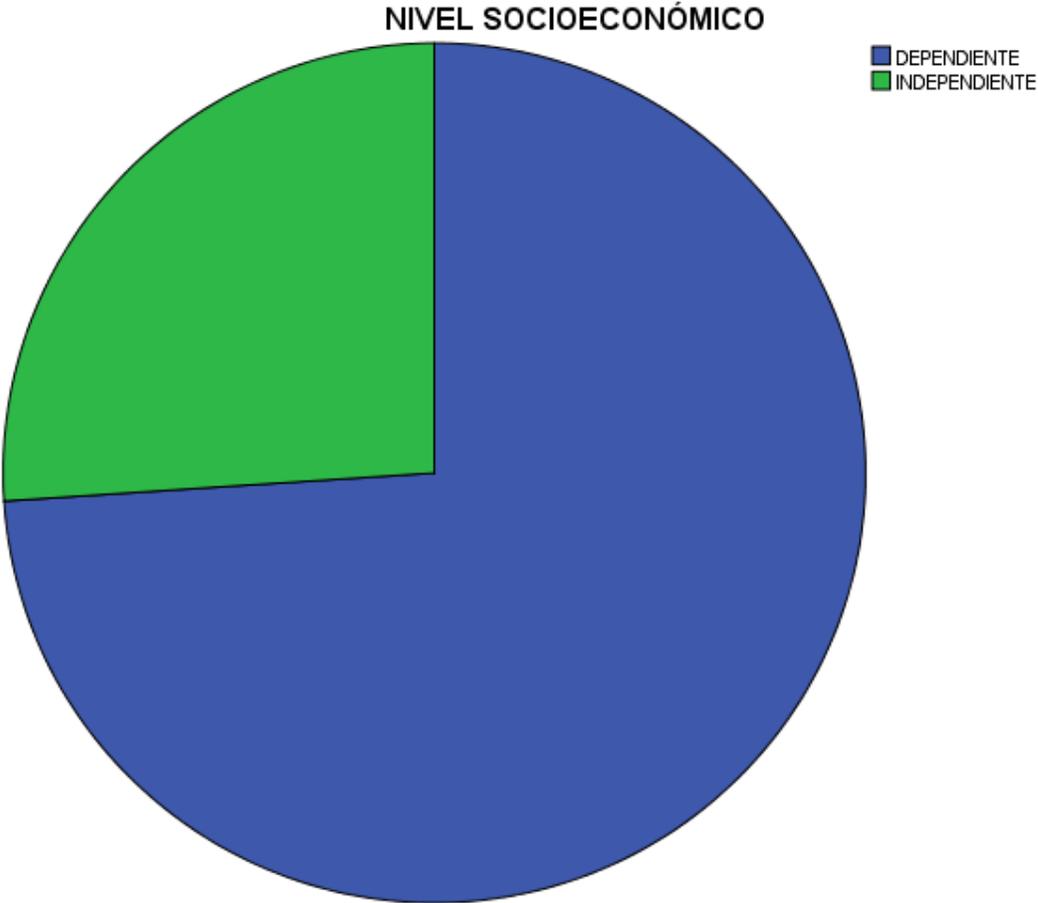
Tabla 6 - Resultado de encuestas, pregunta #5

		NIVEL SOCIOECONÓMICO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DEPENDIENTE	284	73,8	74,0	74,0
	INDEPENDIENTE	100	26,0	26,0	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 6 - Resultado de encuestas, pregunta #5



Fuente: La Autora

Como se puede apreciar, la tendencia mayoritaria de las encuestadas corresponde a personas dependientes, lo cual quiere decir que empresarios o clientes con empresas propias no son un target adecuado ó que la mayoría de personas encuestadas son dependientes.

Pregunta #6 – Nivel de ingresos mensuales

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla 7 - Resultado de encuestas, pregunta #6

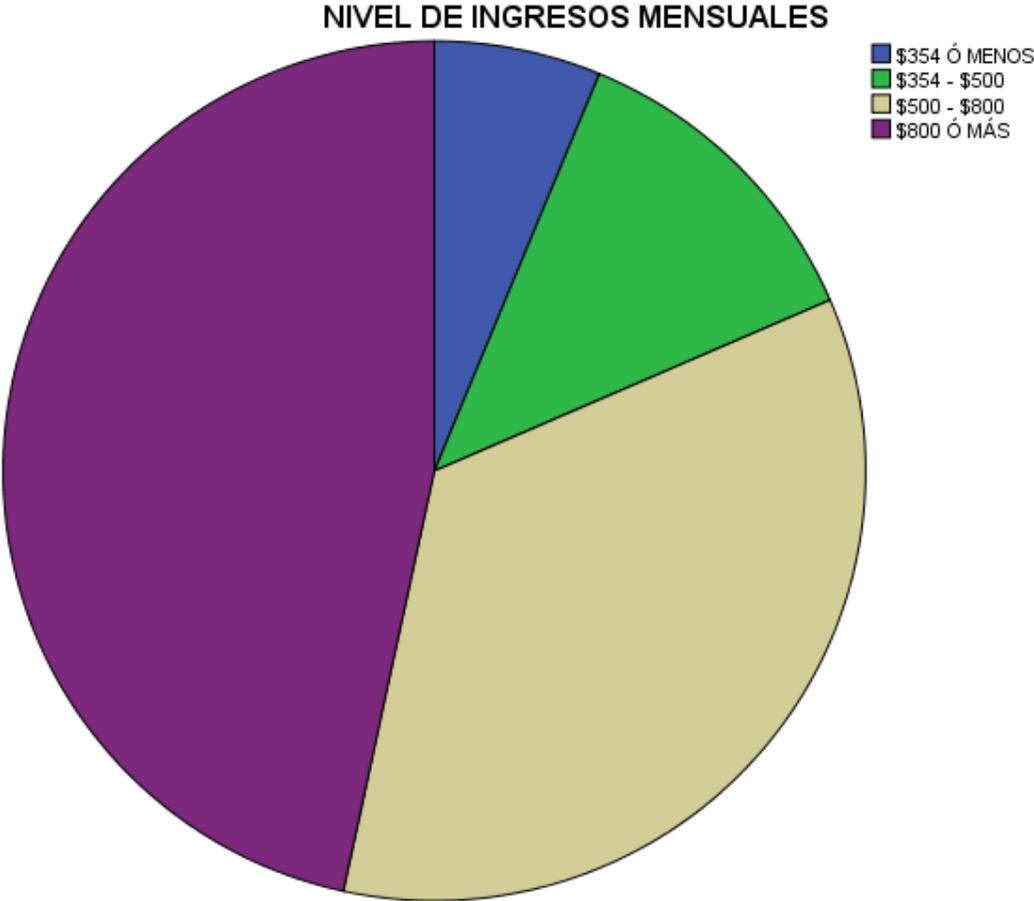
NIVEL DE INGRESOS MENSUALES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$354 Ó MENOS	24	6,2	6,3	6,3
	\$354 - \$500	47	12,2	12,2	18,5
	\$500 - \$800	134	34,8	34,9	53,4
	\$800 Ó MÁS	179	46,5	46,6	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdido	Sistema	1	,3		
s					
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 7 - Resultado de encuestas, pregunta #6



Fuente: La Autora

Ésta grafica puede dar un panorama muy claro del valor que se puede manejar en cuanto a la venta de zapatos. Como se aprecia, ésta grafica concuerda con la grafica del sector de vivienda, ya que en el norte de la ciudad se encuentran las personas con mayor poder adquisitivo.

Pregunta #7 –Cuál es su tipo de calzado habitual?

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla 8 - Resultado de encuestas, pregunta #7

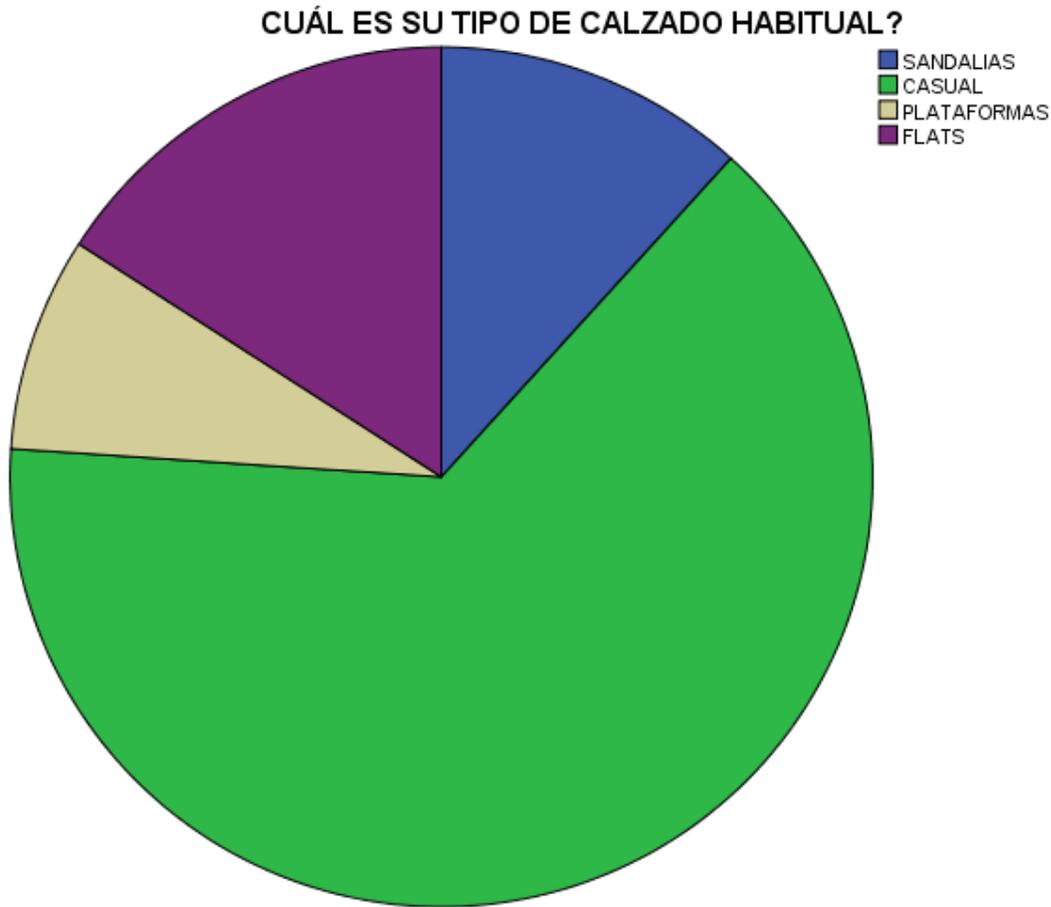
CUÁL ES SU TIPO DE CALZADO HABITUAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SANDALIAS	45	11,7	11,7	11,7
	CASUAL	247	64,2	64,3	76,0
	PLATAFORMAS	31	8,1	8,1	84,1
	FLATS	61	15,8	15,9	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
	Total	385	100,0		

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 8 - Resultado de encuestas, pregunta #7



Fuente: La Autora

El análisis de este gráfico, es fundamental para determinar el tipo de calzado al que se debe apuntar. Por ejemplo de nada serviría tener una tienda de solo zapatos con plataforma, ya que la tendencia de compra es la más baja de todas. Se considera que lo ideal es consolidar una línea muy fuerte de zapatos casuales, con una participación importante en productos de sandalias y flats, y algún que otro producto de plataforma para cubrir todas las necesidades.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Pregunta #8 – Con qué frecuencia compra calzado nuevo?

Tabla 9 - Resultado de encuestas, pregunta #8

CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA CALZADOS NUEVOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SEMANALMENTE	22	5,7	5,7	5,7
	QUINCENALMENTE	69	17,9	18,0	23,7
	MENSUALMENTE	94	24,4	24,5	48,2
	BIMESTRALMENTE	29	7,5	7,6	55,7
	TRIMESTRALMENTE	132	34,3	34,4	90,1
	SEMESTRALMENTE	38	9,9	9,9	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 9 - Resultado de encuestas, pregunta #8



Fuente: La Autora

Con este resultado se puede establecer un periodo de renovación de los modelos de exhibición, si bien es cierto la tendencia es muy variada, pero se podría establecer una estrategia de cambiar los modelos cada mes y medio debido al siguiente razonamiento: las mujeres resultantes de la tendencia quincenal, verían los modelos exhibidos 3 veces, sin embargo, las mujeres que arrojaron las tendencias más grandes que son la trimestral y la mensual, repetirían la visita 2 veces en un periodo, lo cual daría la impresión al cliente de que cada vez que visita la tienda, encontraría productos nuevos.

Pregunta #9 – Suele comprar calzado nuevo por la marca?

Tabla 10 - Resultado de encuestas, pregunta #9

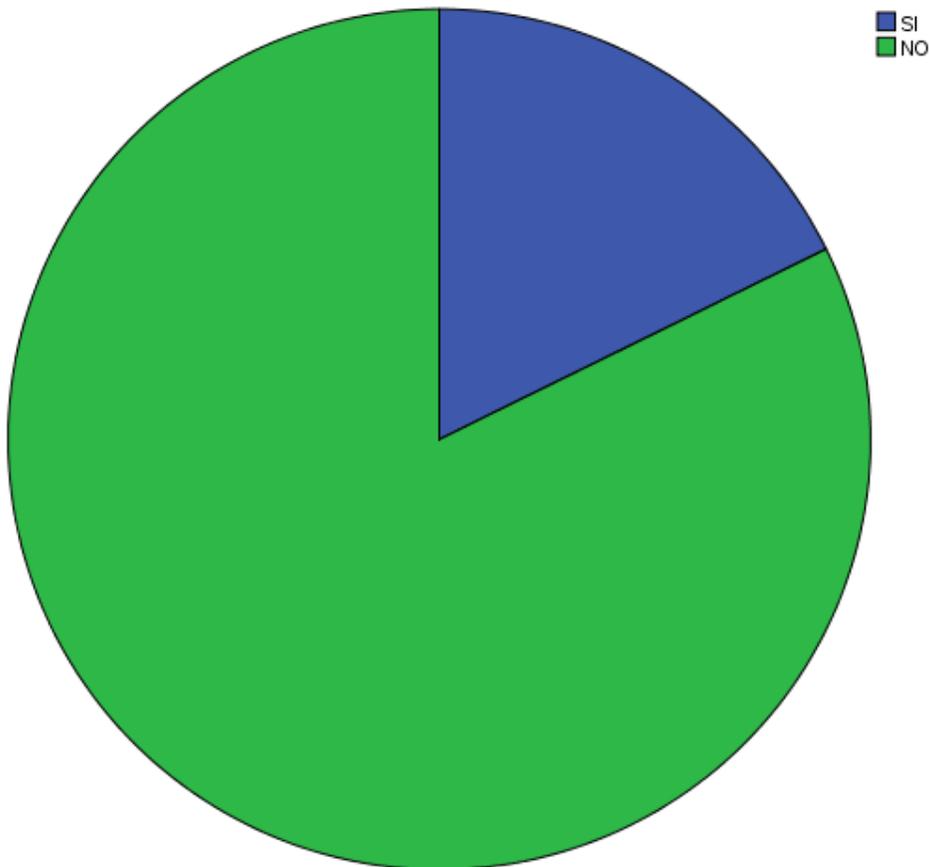
SUELE COMPRAR CALZADO NUEVO POR LA MARCA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	68	17,7	17,7	17,7
	NO	316	82,1	82,3	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

Ilustración 10 - Resultado de encuestas, pregunta #9

SUELE COMPRAR CALZADO NUEVO POR LA MARCA?



Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Se puede observar en el siguiente gráfico, que la tendencia no se inclina a la marca del zapato, sino que existen otros factores importantes que podrían ser la calidad, el modelo, el precio, etc.

Esto es un plus muy importante que se puede aprovechar a la hora de diseñar los productos que se va a ofrecer.

Pregunta #10 – Ha utilizado/comprado calzado de fabricación nacional?

Tabla 11 - Resultado de encuestas, pregunta #10

HA UTILIZADO/COMPRADO CALZADO NACIONAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	355	92,2	92,4	92,4
	NO	29	7,5	7,6	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

Ilustración 11 - Resultado de encuestas, pregunta #10



Fuente: La Autora

En épocas en las que las campañas gubernamentales hacen mucho énfasis en la compra de productos nacionales, se puede observar que es una tendencia muy aprovechable crear un producto de origen nacional y a su vez promocionarlo como tal, ya que a su vez las campañas masivas de las compras de productos nacionales ayudaría a fortalecer el plan de ventas.

Pregunta #11 –Cuál es su presupuesto habitual para la compra de calzado?

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla 12 - Resultado de encuestas, pregunta #11

CUÁL ES US PRESUPUESTO HABITUAL PARA LA COMPRA DE CALZADOS?

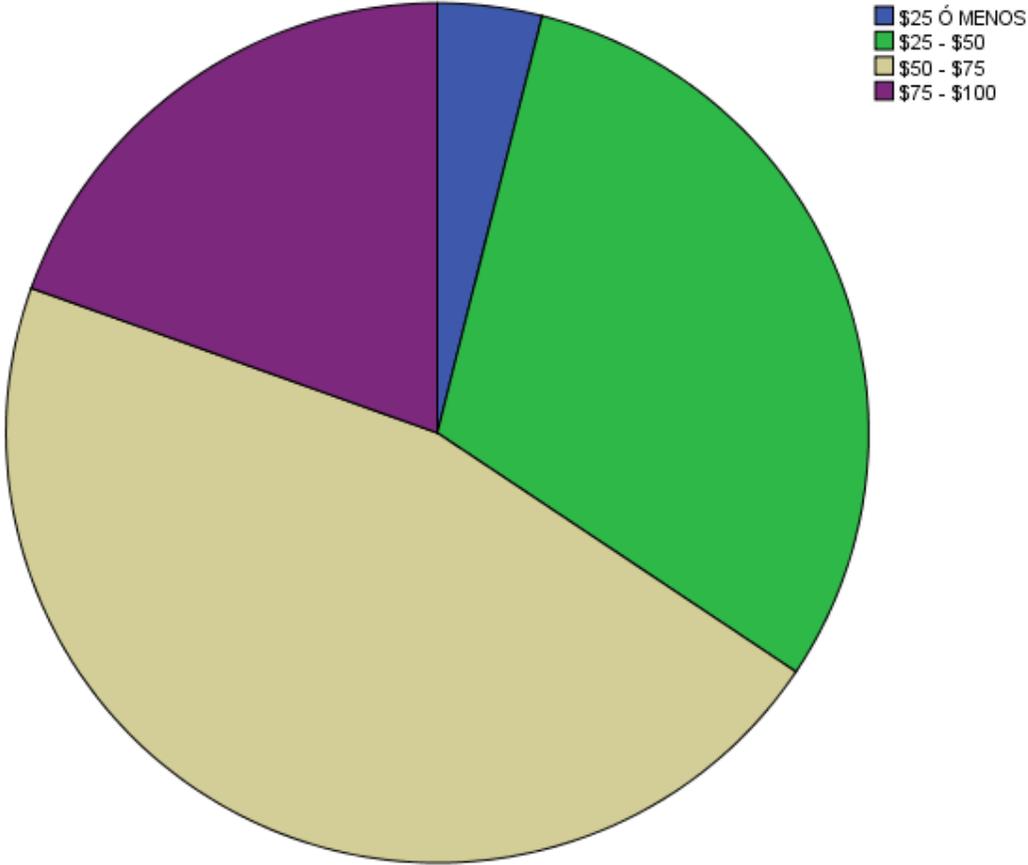
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$25 Ó MENOS	15	3,9	3,9	3,9
	\$25 - \$50	117	30,4	30,5	34,4
	\$50 - \$75	177	46,0	46,1	80,5
	\$75 - \$100	75	19,5	19,5	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 12 - Resultado de encuestas, pregunta #11

CUÁL ES US PRESUPUESTO HABITUAL PARA LA COMPRA DE CALZADOS?



Fuente: La Autora

En conjunto con el grafico de porcentajes de ingresos y este grafico, se puede establecer un precio base para los zapatos que se van a ofrecer en la tienda. Calculando de forma rápida, se considera que sería un error fijar un precio entre los \$50 y \$75 dólares, a pesar de que es la mayor tendencia en cuanto a la inversión que los clientes estarían dispuestos a pagar. El valor debería debería estar alrededor de los \$50, lo cual está establecido en el siguiente plan de negocios. Esto da un margen muy grande al negocio de que los clientes que están dispuestos a invertir más de \$50 dólares, puedan adquirir no solo un producto, y a

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

su vez apuntar no solo a la calidad de la venta sino a la cantidad, es decir el volumen.

Pregunta #12 – Cómo realiza las compras de calzado habitualmente?

Tabla 13 - Resultado de encuestas, pregunta #12

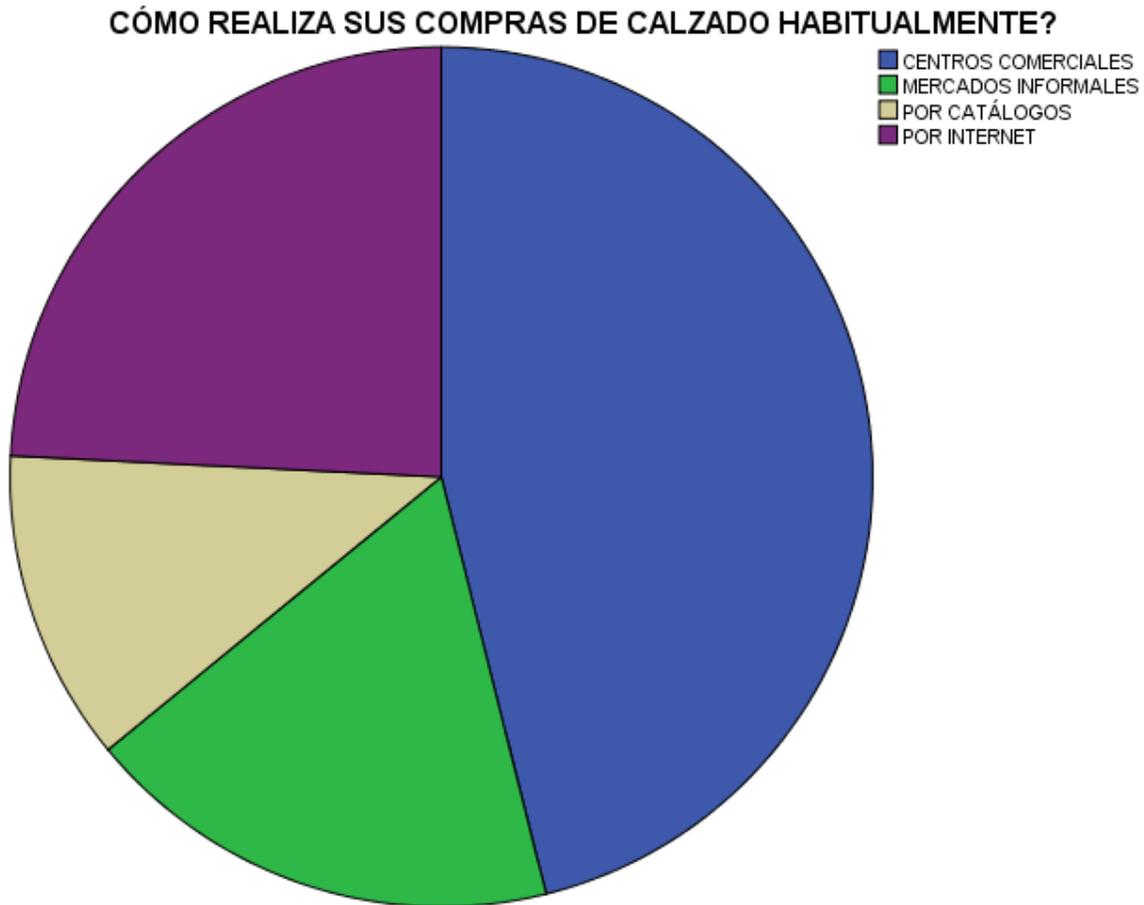
CÓMO REALIZA SUS COMPRAS DE CALZADO HABITUALMENTE?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CENTROS COMERCIALES	177	46,0	46,1	46,1
	MERCADOS INFORMALES	69	17,9	18,0	64,1
	POR CATÁLOGOS	45	11,7	11,7	75,8
	POR INTERNET	93	24,2	24,2	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 13 - Resultado de encuestas, pregunta #12



Fuente: La Autora

Se puede apreciar en el gráfico, que una buena ubicación para el local sería dentro de un centro comercial, y a su vez ofrecer un servicio de ventas por internet, con esto se atacarían fuertemente al segmento de compras de calzado, y a su vez se tendría una participación amplia en los dos campos más importantes del segmento.

Pregunta #13 – Qué busca en un zapato al momento de comprar?

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla 14 - Resultado de encuestas, pregunta #13

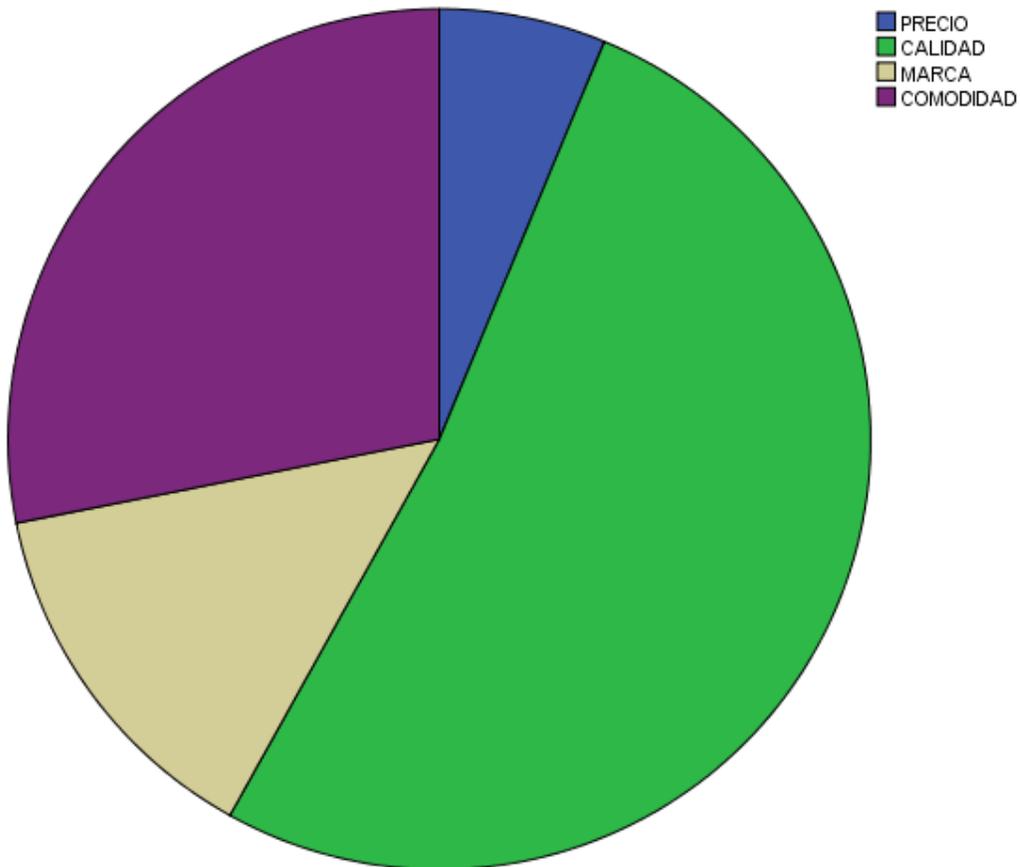
QUÉ BUSCA EN UN ZAPATO AL MOMENTO DE COMPRAR?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	PRECIO	24	6,2	6,3	6,3
	CALIDAD	199	51,7	51,8	58,1
	MARCA	53	13,8	13,8	71,9
	COMODIDAD	108	28,1	28,1	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

Ilustración 14 - Resultado de encuestas, pregunta #13

QUÉ BUSCA EN UN ZAPATO AL MOMENTO DE COMPRAR?



Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Como se puede observar en el grafico, es muy importante apuntar en la calidad del producto, conservando la comodidad de los clientes a la hora de utilizar nuestros zapatos. Si bien es cierto que la marca influye de forma no menospreciable, así como el precio, pero también es cierto que la marca se puede forjar con un producto de calidad y a gusto del cliente, que es lo que se ofrece, y al precio justo que es el otro flanco al que también atacamos.

Pregunta #14 – Compraría usted calzado de fabricación nacional?

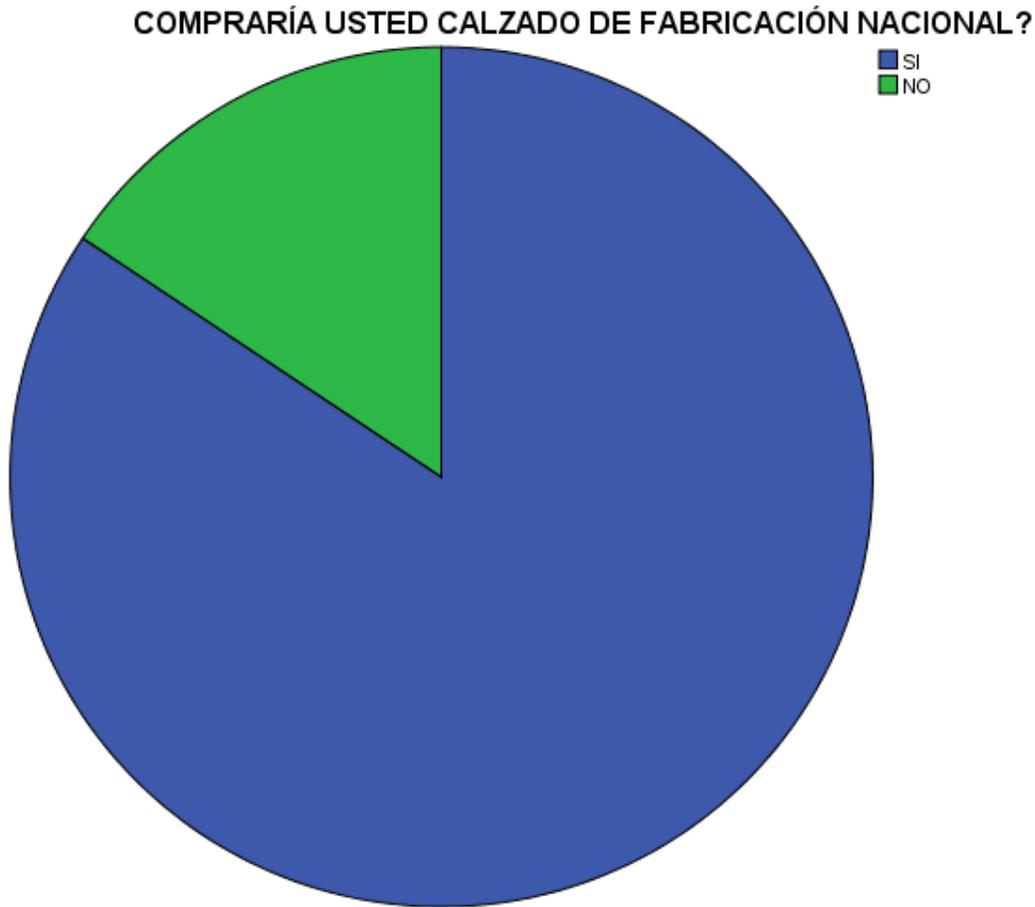
Tabla 15 - Resultado de encuestas, pregunta #14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	324	84,2	84,4	84,4
	NO	60	15,6	15,6	100,0
	Total	384	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		385	100,0		

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Ilustración 15 - Resultado de encuestas, pregunta #14



Fuente: La Autora

Como podemos apreciar en la grafica, la tendencia de comprar lo nacional ha tenido mucho efecto en cuanto a los productos que se fabrican hoy por hoy en el Ecuador. Se puede decir que la idea es cambiar la matriz productiva y también cambiar la mentalidad de la gente para que consuma los productos nacionales, con el grafico podemos apreciar que el 50% de la tarea ya está realizada. Queda fabricar un producto que este al nivel de las exigencias de los consumidores, que tenga una excelentísima calidad y que sobre todo se ajuste al precio del mercado en el que se quiere competir.

CAPÍTULO 3

PLANEACIÓN

ESTRATÉGICA

CAPÍTULO 3

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

MISIÓN

Somos una empresa de fabricación y comercialización de calzado comprometida a satisfacer los gustos de los clientes, desarrollando productos personalizados a las exigencias del cliente.

VISIÓN

Ser para el 2020 una empresa de bases sólidas, innovadora y con verdadero servicio al cliente, de trascendencia en el país.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

OBJETIVO GENERAL

Fabricar y comercializar calzado femenino de calidad reconocidos por su precio competitivo, comodidad y diseño. Para el mercado local.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Adquirir materia prima de calidad para la transformación en calzado.
- Contratar artesanos calificados y con experiencia que ayuden en la consecución del objetivo general de la empresa.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

- Ofertar productos de calidad que generen experiencias satisfactorias al consumidor.

ANÁLISIS FODA

Un análisis FODA busca destacar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tengan injerencia sobre la empresa o producto a desarrollar.

FORTALEZAS

- Comercialización de productos sin necesidad de local.
- Elaboración de diseños personalizados al gusto del cliente.
- Precios competitivos.
- Diseños exclusivos.
- Regulaciones locales favorables.

OPORTUNIDADES

- Apoyo para el financiamiento de MIPYMES por parte del Gobierno Nacional.
- Mayor consumo de productos ecuatorianos.

DEBILIDADES

- Marca nueva en el mercado.
- Empresa nueva.
- Grandes competencias en el mercado local.
- Consumidores con preferencias en marcas ya reconocidas.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

AMENAZAS

- Falta de confianza en el producto nacional por parte de los consumidores.
- Artesanos asociados.
- Contracción económica ya que no habría mucho circulante y los consumidores solo tendría dinero para bienes básicos.

ANÁLISIS PEST

ANÁLISIS POLÍTICO

Ecuador está viviendo hoy cambios en su política económica, se han generado un sinnúmero de impuestos y aranceles que encarecen los productos importados.

Sólo en el 2015, el Gobierno Nacional en su afán de contrarrestar la caída del precio del crudo creó un total de 2.800 partidas que durante 15 meses tendrán aranceles adicionales. En el caso del calzado el incremento arancelario es de 15%.

Esto resulta beneficioso para los artesanos pues se incrementa el precio de los zapatos importados y permite al zapato artesanal ganar mercado.

Así mismo, el Gobierno Nacional en su afán de promover el producto nacional tiene la campaña “Ama lo nuestro” que ha permitido a los productos nacionales tener una mayor acogida.

ANÁLISIS ECONÓMICO

Ecuador cerró en el 2014 con una inflación del 3.67%, a agosto 2015 la inflación asciende a 4.14%, lo que ha encarecido los productos que se comercializan en los diferentes canales.

Según el boletín de la balanza de pagos emitido por el Banco Central del Ecuador (BCE), en el primer trimestre del 2015 se ha invertido en la industria manufacturera más de \$42.300. (BCE, 2015)

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Pese a la recesión económica en la que el país entró en el 2015 que ha afectado a todos los hogares ecuatorianos el poder adquisitivo de las familias ecuatorianas ha aumentado, según Ecuador en Cifras, en los últimos 8 años 1,3 millones de ecuatorianos salieron de la pobreza.

Existe el riesgo de una crisis que afecte más la economía del consumidor y no permita la adquisición de artículos vanales pero mientras esto sucede se debe aprovechar la economía actual.

ANÁLISIS SOCIAL

El MIPRO cita un incremento en la industria de cuero y calzado de \$45 millones de dólares en el 2006 a \$151 millones en el 2011.

El MIPRO se ha preocupado por generar capacitaciones a los artesanos, ferias inclusivas que permitan la interacción de los participantes y asistentes, así como la comercialización de los productos.

Gracias a la tecnología existen mejoras en la confección de calzado. Hoy por hoy, se ha visto un incremento en el consumo de calzado nacional y esto es debido al acabado mejorado del calzado que se ve en el mercado por lo que cada vez existe mayor interés entre los consumidores por el consumo de lo nuestro.

ANÁLISIS TECNOLÓGICOS

En el 2013, el Gobierno Ecuatoriano a través del Ministerio de la Producción invirtió 1,5 millones de dólares en un Centro de Diseño y Calzado en la provincia

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

de Tungurahua en dónde se concentra aproximadamente el 50% de la producción del mercado nacional. (MIPRO, 2013)

Inicialmente para la elaboración del calzado se utilizará artesanos con experiencia, por lo que no se incurrirá en inversión de maquinarias.

Además, el uso de medios tecnológicos como las redes sociales ha tenido un gran uso en Ecuador por lo que esto se convertiría en una gran herramienta de comercialización y promoción para los productos.

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Se considera que dentro de la industria de calzado artesanal en Ecuador existen grandes marcas como Fulgore, Ile Miranda, Cinthya Cobos, entre otras diseñadoras de calzado reconocidas en el mercado pero también se considera que el mercado no está explotado totalmente por lo que se concluye que existe aún mercado para competir con productos exclusivos en donde se destaque el trabajo artesanal.

AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Desde siglos atrás, el hombre se ha visto ante la necesidad de proteger sus pies con el fin de evitar lastimarlos, por lo que existe una gran variedad de productos sustitutos con los que se pudiesen ver afectadas las ventas de nuestro producto.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

No obstante, el producto de Dona Sabata está orientado a la moda por lo que se considera que el nivel de amenaza de productos sustitutos es media.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

El poder de negociación con los proveedores es alto puesto que la materia prima principal de este producto será el cuero y dado que existe una gran oferta de cuero en el mercado.

AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES

Se considera un nivel medio puesto que emprender un negocio como el del calzado requiere de mucha investigación de mercado, innovación en diseños, contacto con los artesanos y proveedores pero sobre todo de capital para constituirlo, por lo que no se considera un negocio sencillo.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS COMPRADORES

El poder de negociación con los compradores es bajo puesto que los precios asignados no serán elevados sino más bien asequibles y de precios fijos.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO

ECONÓMICO -

FINANCIERO

CAPÍTULO 4

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

INVERSIÓN INICIAL

El capital inicial ó inversión inicial para que el calzado artesanal DONA SABATA empiece su funcionamiento es de \$40.730,49:

Tabla 16 - Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 4.054,40
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 5.300,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 31.376,09
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	40.730,49

Fuente: La Autora

Tabla 17 - Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		Año 1
COSTO DEL SERVICIO	\$	22.720,77
GASTOS ADM.	\$	8.175,32
GASTOS VENTA	\$	480,00
CAO	\$	31.376,09
CAPITAL DE TRABAJO	\$	31.376,09

Fuente: La Autora

Tabla 18 - Inversión inicial

ACTIVO NO CORRIENTE	Cantidad	Valor Unitario	Valor con IVA Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación mensual
ÁREA DE VENTA						
Computadoras	1	\$ 500,00	\$ 560,00	5	\$ 112,00	\$ 9,33

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Muebles y Enseres	1	\$	550,00	\$	616,00	10	\$	61,60	\$	5,13
Archivadores	2	\$	80,00	\$	179,20	10	\$	17,92	\$	1,49
Aires acondicionados	1	\$	400,00	\$	448,00	5	\$	89,60	\$	7,47
TOTAL				\$	1.803,20		\$	281,12	\$	23,43
ÁREA ADMINISTRATIVA										
Computadores	1	\$	500,00	\$	560,00	5	\$	112,00	\$	9,33
Muebles y Enseres	1	\$	500,00	\$	560,00	10	\$	56,00	\$	4,67
Impresora Multifuncional	1	\$	300,00	\$	336,00	5	\$	67,20	\$	5,60
Teléfonos	2	\$	75,00	\$	168,00	5	\$	33,60	\$	2,80
Archivadores	2	\$	80,00	\$	179,20	10	\$	17,92	\$	1,49
Acondicionares de Aire	1	\$	400,00	\$	448,00	5	\$	89,60	\$	7,47
TOTAL				\$	2.251,20		\$	376,32	\$	31,36
TOTAL INVERSIÓN FIJA				\$	4.054,40		\$	657,44	\$	54,79

Fuente: La Autora

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

A continuación se detallan las fuentes de financiamiento del presente proyecto:

Tabla 19 - Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
FUENTE	VALOR	% DE PARTICIPACIÓN
Recursos propios	\$ 9.354,40	23%
Banco	\$ 31.376,09	77%
	\$ 40.730,49	100%

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Tabla 20 - Tabla de amortización

No.	Aporte al capital	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 697,94	\$ 31.376,09
1	\$ 384,18	\$ 313,76	\$ 697,94	\$ 30.991,91
2	\$ 388,02	\$ 309,92	\$ 697,94	\$ 30.603,88
3	\$ 391,90	\$ 306,04	\$ 697,94	\$ 30.211,98
4	\$ 395,82	\$ 302,12	\$ 697,94	\$ 29.816,16
5	\$ 399,78	\$ 298,16	\$ 697,94	\$ 29.416,37
6	\$ 403,78	\$ 294,16	\$ 697,94	\$ 29.012,59
7	\$ 407,82	\$ 290,13	\$ 697,94	\$ 28.604,78
8	\$ 411,90	\$ 286,05	\$ 697,94	\$ 28.192,88
9	\$ 416,02	\$ 281,93	\$ 697,94	\$ 27.776,86
10	\$ 420,18	\$ 277,77	\$ 697,94	\$ 27.356,69
11	\$ 424,38	\$ 273,57	\$ 697,94	\$ 26.932,31
12	\$ 428,62	\$ 269,32	\$ 697,94	\$ 26.503,69
13	\$ 432,91	\$ 265,04	\$ 697,94	\$ 26.070,78
14	\$ 437,24	\$ 260,71	\$ 697,94	\$ 25.633,55
15	\$ 441,61	\$ 256,34	\$ 697,94	\$ 25.191,94
16	\$ 446,02	\$ 251,92	\$ 697,94	\$ 24.745,92
17	\$ 450,48	\$ 247,46	\$ 697,94	\$ 24.295,43
18	\$ 454,99	\$ 242,95	\$ 697,94	\$ 23.840,44
19	\$ 459,54	\$ 238,40	\$ 697,94	\$ 23.380,90
20	\$ 464,13	\$ 233,81	\$ 697,94	\$ 22.916,77
21	\$ 468,78	\$ 229,17	\$ 697,94	\$ 22.447,99
22	\$ 473,46	\$ 224,48	\$ 697,94	\$ 21.974,53
23	\$ 478,20	\$ 219,75	\$ 697,94	\$ 21.496,33
24	\$ 482,98	\$ 214,96	\$ 697,94	\$ 21.013,35
25	\$ 487,81	\$ 210,13	\$ 697,94	\$ 20.525,54
26	\$ 492,69	\$ 205,26	\$ 697,94	\$ 20.032,85
27	\$ 497,62	\$ 200,33	\$ 697,94	\$ 19.535,23
28	\$ 502,59	\$ 195,35	\$ 697,94	\$ 19.032,64
29	\$ 507,62	\$ 190,33	\$ 697,94	\$ 18.525,02
30	\$ 512,69	\$ 185,25	\$ 697,94	\$ 18.012,33
31	\$ 517,82	\$ 180,12	\$ 697,94	\$ 17.494,51
32	\$ 523,00	\$ 174,95	\$ 697,94	\$ 16.971,51
33	\$ 528,23	\$ 169,72	\$ 697,94	\$ 16.443,28
34	\$ 533,51	\$ 164,43	\$ 697,94	\$ 15.909,77
35	\$ 538,85	\$ 159,10	\$ 697,94	\$ 15.370,93

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

36	\$	544,23	\$	153,71	\$	697,94	\$	14.826,69
37	\$	549,68	\$	148,27	\$	697,94	\$	14.277,01
38	\$	555,17	\$	142,77	\$	697,94	\$	13.721,84
39	\$	560,73	\$	137,22	\$	697,94	\$	13.161,12
40	\$	566,33	\$	131,61	\$	697,94	\$	12.594,78
41	\$	572,00	\$	125,95	\$	697,94	\$	12.022,79
42	\$	577,72	\$	120,23	\$	697,94	\$	11.445,07
43	\$	583,49	\$	114,45	\$	697,94	\$	10.861,58
44	\$	589,33	\$	108,62	\$	697,94	\$	10.272,25
45	\$	595,22	\$	102,72	\$	697,94	\$	9.677,03
46	\$	601,17	\$	96,77	\$	697,94	\$	9.075,85
47	\$	607,19	\$	90,76	\$	697,94	\$	8.468,67
48	\$	613,26	\$	84,69	\$	697,94	\$	7.855,41
49	\$	619,39	\$	78,55	\$	697,94	\$	7.236,02
50	\$	625,58	\$	72,36	\$	697,94	\$	6.610,44
51	\$	631,84	\$	66,10	\$	697,94	\$	5.978,60
52	\$	638,16	\$	59,79	\$	697,94	\$	5.340,44
53	\$	644,54	\$	53,40	\$	697,94	\$	4.695,90
54	\$	650,98	\$	46,96	\$	697,94	\$	4.044,92
55	\$	657,49	\$	40,45	\$	697,94	\$	3.387,42
56	\$	664,07	\$	33,87	\$	697,94	\$	2.723,35
57	\$	670,71	\$	27,23	\$	697,94	\$	2.052,64
58	\$	677,42	\$	20,53	\$	697,94	\$	1.375,23
59	\$	684,19	\$	13,75	\$	697,94	\$	691,03
60	\$	691,03	\$	6,91	\$	697,94	\$	0,00

Fuente: La Autora

ANÁLISIS DE COSTOS

COSTOS FIJOS

Los costos fijos están comprendidos por aquellos rubros que permiten el buen funcionamiento del negocio.

Tabla 21 - Costos de la operatividad

COSTOS DE LA OPERATIVIDAD DEL NEGOCIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Sueldos y Salarios / año	\$ 5.429,65	\$ 5.951,38	\$ 6.524,43	\$ 7.153,89	\$ 7.845,39

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Suministros al año	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
Costo Anual del Producto	\$ 10.080,00	\$ 12.579,84	\$ 15.699,64	\$ 19.593,15	\$ 24.452,25
Internet y Celular	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
Deprec. Área Adm. / año	\$ 281,12	\$ 281,12	\$ 281,12	\$ 281,12	\$ 281,12
Gastos Pre-operacionales	\$ 4.770,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 22.720,77	\$ 21.080,34	\$ 24.886,59	\$ 29.528,64	\$ 35.204,26

Fuente: La Autora

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Constituyen aquellos rubros de acuerdo a la producción y están dados de la siguiente forma:

Tabla 22 - Costos de ventas

Precio de compra al artesano					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Zapatos mensuales	70	84	101	121	145
Precio de compra	12,00	12,48	12,98	13,50	14,04
Costo mensual	840,00	1.048,32	1.308,30	1.632,76	2.037,69
Costo Anual del Producto	10.080,00	12.579,84	15.699,64	19.593,15	24.452,25

Fuente: La Autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son los que conforman los gastos de funcionamiento de la empresa y el lugar en el que se desarrollan las actividades, para este estudio se han determinado los siguientes:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla 23 - Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Sueldos y Salarios / año	\$ 6.669,00	\$ 7.202,52	\$ 7.778,72	\$ 8.401,02	\$ 9.073,10
Serv. Básicos / año	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
Deprec. Área Adm. / año	\$ 376,32	\$ 376,32	\$ 376,32	\$ 376,32	\$ 376,32
Gastos Pre-operacionales	\$ 530,00	-	-	-	-
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 8.175,32	\$ 8.208,84	\$ 8.816,54	\$ 9.471,91	\$ 10.178,72

Fuente: La Autora

GASTOS DE VENTAS

Se consideran gastos de ventas todos aquellos rubros que ayuden a la promoción y venta de los productos, para este estudio se ha determinado de la siguiente manera:

Tabla 24 - Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad anual	\$ 480,00	\$ 504,00	\$ 529,20	\$ 555,66	\$ 583,44
TOTAL G. VENTAS	\$ 480,00	\$ 504,00	\$ 529,20	\$ 555,66	\$ 583,44

Fuente: La Autora

GASTOS FINANCIEROS

Se consideran gastos financieros los valores que sean un egreso de la empresa producto de un financiamiento bancario.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla 25 - Gastos financieros

Años	Aporte al capital	Intereses
1er.	\$ 4.872,40	\$ 3.502,93
2do.	\$ 5.490,34	\$ 2.884,98
3er.	\$ 6.186,66	\$ 2.188,67
4to.	\$ 6.971,28	\$ 1.404,05
5to.	\$ 7.855,41	\$ 519,91
TOTAL	\$ 31.376,09	\$ 10.500,54

Fuente: La Autora

PROYECCIÓN DE VENTAS

Se espera contar en la realidad con el siguiente flujo proyectado de ventas y es el siguiente:

Tabla 26 - Proyección de ventas

INGRESO POR VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Zapatos mensuales	70	84	101	121	145
Precio de Venta	\$ 50,00	\$ 52,00	\$ 54,08	\$ 56,24	\$ 58,49
Ingresos Mensuales	\$ 3.500,00	\$ 4.368,00	\$ 5.451,26	\$ 6.803,18	\$ 8.490,37
INGRESOS ANUALES	\$ 42.000,00	\$ 52.416,00	\$ 65.415,17	\$ 81.638,13	\$ 101.884,39

Fuente: La Autora

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El siguiente es el análisis del punto de equilibrio para que la empresa pueda cubrir todos los costos y gastos producto del funcionamiento:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla 27 - Punto de Equilibrio

Años	Número de zapatos	Monto en dólares
1	58 mensuales	2.900,58
2	52 mensuales	2.718,23
3	56 mensuales	3.031,33
4	61 mensuales	3.410,95
5	66 mensuales	3.872,97

Fuente: La Autora

ESTADOS FINANCIEROS

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El estado de situación financiera refleja los valores que la empresa cuenta como disponibles, aquellos que se pueden hacer líquidos, así también como las obligaciones que la empresa haya contraído.

El presente balance muestra un Activo Total por \$43.151,41, pasivos por \$28.382,41 por la deuda a largo plazo contraída y con un aporte de \$10.000,00 por parte de los accionistas.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla 28 – Estado de Situación Financiera

DONA SABATA S.A.

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
Efectivo	31.376,09	34.282,11	46.787,28	63.600,58	88.193,58	122.685,21
Total Activo Corriente	\$ 31.376,09	\$ 34.282,11	\$ 46.787,28	\$ 63.600,58	\$ 88.193,58	\$ 122.685,21
A. NO CORRIENTE						
Computadoras	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Muebles y Enseres	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00
Aires acondicionados	448,00	448,00	448,00	448,00	448,00	448,00
Archivadores	179,20	179,20	179,20	179,20	179,20	179,20
(-) Deprec. Acum. Área Prod.	-	(281,12)	(562,24)	(843,36)	(1.124,48)	(1.405,60)
Computadores	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Muebles y Enseres	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Impresora Multifuncional	336,00	336,00	336,00	336,00	336,00	336,00
Teléfonos	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00
Archivadores	179,20	179,20	179,20	179,20	179,20	179,20
Acondicionares de Aire	448,00	448,00	448,00	448,00	448,00	448,00
(-) Deprec. Acum. Área Adm.	-	(376,32)	(752,64)	(1.128,96)	(1.505,28)	(1.881,60)
Total Activo NO Corriente	\$ 4.054,40	\$ 3.396,96	\$ 2.739,52	\$ 2.082,08	\$ 1.424,64	\$ 767,20
TOTAL ACTIVOS	\$ 35.430,49	\$ 37.679,07	\$ 49.526,80	\$ 65.682,66	\$ 89.618,22	\$ 123.452,41
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Porción Corriente de la Deuda	4.872,40	5.490,34	6.186,66	6.971,28	7.855,41	-
Particip. De Trab. Por Pagar	-	1.068,15	2.960,68	4.349,13	6.101,68	8.309,71
Imp. A la Renta por Pagar	-	1.331,62	3.690,98	5.421,91	7.606,76	10.359,43
Total Pasivo Corriente	\$ 4.872,40	\$ 7.890,11	\$ 12.838,31	\$ 16.742,31	\$ 21.563,86	\$ 18.669,14
PASIVO NO CORRIENTE						
Deuda a Largo Plazo	26.503,69	21.013,35	14.826,69	7.855,41	-	-
Total Pasivo NO Corriente	26.503,69	21.013,35	14.826,69	7.855,41	-	-
Total PASIVO	\$ 31.376,09	\$ 28.903,46	\$ 27.665,00	\$ 24.597,73	\$ 21.563,86	\$ 18.669,14
PATRIMONIO						
Capital	9.354,40	9.354,40	9.354,40	9.354,40	9.354,40	9.354,40
Reserva Legal	-	-	472,12	1.780,74	3.703,05	6.400,00
Utilidad del ejercicio	-	4.721,21	13.086,19	19.223,14	26.969,43	36.728,90
Utilidad Retenidas	-	-	4.249,09	16.026,66	33.327,48	57.599,97
Total PATRIMONIO	\$ 9.354,40	\$ 14.075,61	\$ 27.161,80	\$ 46.384,94	\$ 73.354,36	\$ 110.083,27
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 40.730,49	\$ 42.979,07	\$ 54.826,80	\$ 70.982,66	\$ 94.918,22	\$ 128.752,41

Fuente: La Autora

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL

A continuación se detalla el estado de resultado integral en el que se determina el resultado final de la operación del presente proyecto.

El resultado del ejercicio durante el primer año deriva una utilidad bruta de \$19.279,23. Al restar los gastos, impuestos y demás obligaciones nos resulta una utilidad de \$4.769,00.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla 29 - Estado de Resultados Proyectado

DONA SABATA S.A.

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS POR VENTAS	\$ 42.000,00	\$ 52.416,00	\$ 65.415,17	\$ 81.638,13	\$ 101.884,39
(-) Costo del servicio	\$ (22.720,77)	\$ (21.080,34)	\$ (24.886,59)	\$ (29.528,64)	\$ (35.204,26)
(=) Utilidad Bruta	\$ 19.279,23	\$ 31.335,66	\$ 40.528,58	\$ 52.109,49	\$ 66.680,13
(-) Gastos Administrativos	\$ (8.175,32)	\$ (8.208,84)	\$ (8.816,54)	\$ (9.471,91)	\$ (10.178,72)
(-) Gastos de Ventas	\$ (480,00)	\$ (504,00)	\$ (529,20)	\$ (555,66)	\$ (583,44)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 10.623,91	\$ 22.622,82	\$ 31.182,84	\$ 42.081,92	\$ 55.917,96
(-) Gastos Financieros	\$ (3.502,93)	\$ (2.884,98)	\$ (2.188,67)	\$ (1.404,05)	\$ (519,91)
(=) UAIT	\$ 7.120,98	\$ 19.737,84	\$ 28.994,17	\$ 40.677,87	\$ 55.398,05
(-) Participación Trabajadores	\$ (1.068,15)	\$ (2.960,68)	\$ (4.349,13)	\$ (6.101,68)	\$ (8.309,71)
(-) Impuesto a la Renta	\$ (1.331,62)	\$ (3.690,98)	\$ (5.421,91)	\$ (7.606,76)	\$ (10.359,43)
UTILIDAD NETA	\$ 4.721,21	\$ 13.086,19	\$ 19.223,14	\$ 26.969,43	\$ 36.728,90

Fuente: La Autora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja proyectado refleja las entradas y salidas de dinero que tuvo la empresa en un periodo. En el primer año se obtuvo un flujo positivo de \$39.754,45 mientras que para el quinto se estima tener un flujo positivo de \$128.777,66.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

Tabla 30 - Flujo de Caja Proyectado

DONA SABATA S.A.
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (40.730,49)					
UAIT		\$ 7.120,98	\$ 19.737,84	\$ 28.994,17	\$ 40.677,87	\$ 55.398,05
Pago Part. Trab.		-	\$ (1.068,15)	\$ (2.960,68)	\$ (4.349,13)	\$ (6.101,68)
Pago de IR		-	\$ (1.331,62)	\$ (3.690,98)	\$ (5.421,91)	\$ (7.606,76)
EFFECTIVO NETO		\$ 7.120,98	\$ 17.338,07	\$ 22.342,52	\$ 30.906,84	\$ 41.689,60
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 281,12	\$ 281,12	\$ 281,12	\$ 281,12	\$ 281,12
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 376,32	\$ 376,32	\$ 376,32	\$ 376,32	\$ 376,32
(+) Amortizac. G. Pre-Operac.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Ventas NO Cobradas						
(+) Cobros de Créditos						
(+) Ahorro x Pagos NO realizados						
(-) Pagos de Proveedores						
(+) Aporte Accionistas						
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 31.376,09
(-) Préstamo concedido		\$ (4.872,40)	\$ (5.490,34)	\$ (6.186,66)	\$ (6.971,28)	\$ (7.855,41)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (40.730,49)	\$ 2.906,02	\$ 12.505,17	\$ 16.813,30	\$ 24.593,00	\$ 65.867,72
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (40.730,49)	\$ (37.824,47)	\$ (25.319,30)	\$ (8.506,00)	\$ 16.087,00	\$ 81.954,72

Fuente: La Autora

CONCLUSIONES

El objetivo principal del presente proyecto es determinar la factibilidad económica del proyecto, por lo que los resultados de la investigación fueron los siguientes:

- Se justifica la ejecución del plan de negocios.
- La investigación demostró que el proyecto es rentable debido a las siguientes variables:
 - Los indicadores en el Estado de Resultados reflejan utilidad desde el primer año de funcionamiento.
 - El TIR del proyecto resultó 32.43%
- Existen grandes competidores actualmente de preferencia entre los consumidores.
- El estudio demostró que el mercado ecuatoriano del calzado artesanal no se encuentra explotado.

RECOMENDACIONES

Con la finalidad de que se obtengan mejores resultados en cuanto a la puesta en marcha del presente proyecto, se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda poner en marcha la idea de negocio.
- Innovar en el diseño del calzado, buscando opciones que las tendencias refieran.
- Realizar campañas agresivas de comunicación y difusión, incentivando la compra de productos artesanales.
- Investigar constantemente las tendencias del mercado así como su comportamiento.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

BIBLIOGRAFÍA

BCE. (2015). BALANZA DE PAGOS.

Carlos Andriani, R. B. (03 de 2003). *Google Académico*. Obtenido de Google Académico:

<https://books.google.es/books?id=2oLIqGtzrtoC&printsec=frontcover&dq=pymes&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0CDQQ6AEwA2oVChMImfi82MKKxwIVyKseCh1T7weZ#v=onepage&q=pymes&f=false>

Impact Media Comercial. (2009). *Google Books*. Obtenido de Google Books:

<https://books.google.es/books?id=9mPXaNYEDjsC&pg=PA70&dq=el+exito+en+un+plan+de+negocios&hl=es&sa=X&ved=0CDcQ6AEwA2oVChMIouLQpamTxwIVTFseCh2JZQpB#v=onepage&q=el%20exito%20en%20un%20plan%20de%20negocios&f=false>

INEC. (2010). *Resultados del censo 2010 de población y vivienda*.

Lloreda, E. Z. (2015). *books.google.com*. Obtenido de books.google.com:

<https://books.google.com.ec/books?id=L1HoBwAAQBAJ&pg=PA99&dq=estructura+de+un+plan+de+negocio&hl=es-419&sa=X&ved=0CDgQ6AEwBWoVChMI0r3M1syxxwIVyMyACh2NhgMH#v=onepage&q=estructura%20de%20un%20plan%20de%20negocio&f=false>

MIPRO. (2001). *Ministerio de Producción*. Obtenido de Ministerio de Producción:

<http://www.industrias.gob.ec/?s=cuero>

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO ARTESANAL EN GUAYAQUIL.

MIPRO. (2013). *MIPRO*.

www.bce.fin.ec

www.ecuadorencifras.gob.ec