CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

"Proyecto de factibilidad para la creación de un local para la comercialización de calzado en la parroquia Tarqui, cantón Manta provincia de Manabí."

Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración

AUTOR:

Nogales Villalba Freddy Javier

TUTOR:

MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito, 05 de marzo 2022

DEDICATORIA

A Dios, por la maravillosa familia que me ha dado, por ser ese haz de luz en mi camino que hoy me permite plasmar un sueño tan anhelado para mí y para mis padres.

De lo mucho y poco que he aprendido, vivido, y al percatarme que no pude llegar tan lejos sin el apoyo de mis seres queridos,

A Dimas y Francisca, mis padres y a mis hermanos por brindarme su apoyo incondicional durante las diferentes etapas de mi vida y ser la motivación para ser mejor día con día, hoy de esta manera honro su dedicación y esfuerzo.

A mis sobrinos, ya que sus mensajes de buenos días, buenas noches, o un ¿tío como estas? Me llenan de energía para seguir creciendo en el ámbito personal, y profesional.

A mi tutor el MSc. Christian Carvajal, por su compresión y dedicación a este proyecto y por siempre brindarme sus consejos, en este proceso.

Por eso y muchas cosas más, dedico todos mis triunfos y en especial este trabajo a ellos. A mi familia y las personas que me han acompañado en este trayecto.

AGRADECIMIENTO

Lo lindo y maravillosa que es la vida, es motivo para agradecer a Dios por mantenerme con salud, brindarme la sabiduría y permitirme culminar este trabajo que fue realizado a base de esfuerzo y dedicación con el único objetivo, formarme como un profesional.

A mis queridos padres y hermanos por forjarme con principios y valores, mismos que me ha permitido luchar por cumplir mis metas, gracias por todo el tiempo dedicado, esfuerzo y sacrificio que cada uno de ustedes me ha brindado.

Agradezco a todas las personas que han sido parte del proceso educativo durante mi formación profesional.

Agradezco infinitamente a cada persona que forma parte de momentos tan especiales y de los procesos y metas cumplidas.

Desde lo más profundo de mi corazón agradezco a mis padres, hermanos y amigos por su apoyo incondicional.

AUTORIA

Yo, Freddy Javier Nogales Villalba autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

_____

Freddy Nogales Villalba

D.M. Quito, 05 de marzo del 2022

MS.c Christian Carvajal.
Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MS.c Christian Carvajal.

D.M. Quito, 05 de marzo del 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes clausulas:

PRIMERA: El **MSc. Christian Carvajal** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. Freddy Javier Nogales Villalba por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr Freddy Javier Nogales Villalba realizó el trabajo fin de carrera titulado: **"Proyecto de factibilidad para la creación de un local para la comercialización de calzado en la parroquia Tarqui, cantón Manta provincia de Manabí."** para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en él Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MS.c Christian Carvajal.**

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Christian Carvajal** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el Sr. Freddy Javier Nogales Villalba, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **"Proyecto de factibilidad para la creación de un local para la comercialización de calzado en la parroquia Tarqui, cantón Manta provincia de Manabí.",** y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MS.c Christian Carvajal **Sr. Freddy Nogales Villalba**

D.M. Quito, 05 de marzo del 2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS

2.1 Creación de la empresa. 18
2.2 Descripción de la empresa 18
2.1.1 Importancia 18
2.1.2 Características 18
2.1.3 Actividad. 19
2.3 Tamaño de la empresa. 19
2.4 Necesidades que satisfacer 20
2.4.1 Necesidad de Seguridad. 20
2.5 Localización de la empresa. 20
2.6 Filosofía empresarial. 21
2.6.1 Misión. 21
2.6.2 Visión. 21
2.6.3 Objetivos empresariales 22
2.6.4 Meta. 22
2.6.5 Estrategias. 22
2.6.6 Políticas. 23
2.6.7 FODA. 24
2.7 Desarrollo organizacional 25
2.7.1 Tipo de Estructura 25
2.7.2 Formalización. 25
2.7.3 Centralización – Descentralización. 25
2.7.4 Integración. 26
2.8 Organigrama empresarial. 29
2.9 Funciones del personal. 29
3.1 Objetivo de mercadotecnia 33
3.2 Investigación de mercado 33
3.2.1 Modalidad. 33
3.3 Plan de Muestreo 34
2.1 Análisis de las encuestas (Ver anexo 1 Encuesta) 35
3.4.1 Análisis General. 48
3.5 Entorno empresarial 49

3.5.1 Microentorno. 49
3.5.2 Macroentorno 52
3.6 Producto y servicio 54
3.6.1 Producto Esencial. 54
3.6.2 Producto real. 55
3.6.3 Características. 55
3.6.4 Calidad. 56
3.6.5 Estilo. 56
3.7 Marca. 56
3.7.1 Producto aumentado. 56
3.8 Plan de introducción al mercado 57
3.8.1 Distintivos y Uniformes 57
3.8.2 Materiales de identificación. 59
3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas 63
3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio 64
3.9 Fijación de Precios 65
3.9.1 Fijación de precios productos. 65
3.10. Implementación del negocio 68
3.11 Estudio arquitectónico 71
5.1. Objetivo de área 79
5.2 Impacto ambiental 80
5.2.1 Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar Super Calzado. 80
5.2.2 Medidas para contrarrestar los impactos generados. 81
5.3 Impacto social 81
6.1 Introducción 83
6.2 Inversiones 83
6.4 Activos diferidos 84
6.5 Capital de trabajo 84
6.6 Inversión total 85
6.7 Sueldos 86
6.8 Depreciación activos fijos 87

6.9 Amortizaciones 87
6.10 Tabla de amortización 88
6.11 Estructura capital 88
6.12 Punto de equilibrio 89
6.13 Costo de ventas 91
6.14 Flujo de caja 92
6.15 Calculo del TIR y el VAN 93
6.15.1 VAN (Valor Actual Neto) 93
6.15.2 TIR (Tasa Interna de Retorno) 94
7.1 CONCLUSIONES 95
7.2 RECOMENDACIONES 96
7.3 Bibliografía 97
7.4 Anexos 98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, gerente propietario 30
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, vendedor/a polivalente. 31
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, cajero/a polivalente. 32
Tabla 4. Proveedores..... 51
Tabla 5. Financiamiento publicidad 64
Tabla 6. Costos de calzado. 66
Tabla 7. Precios de comercialización 67
Tabla 8. Arriendo del local. 68
Tabla 9. Equipos de computación..... 68
Tabla 10. Muebles y enseres 68
Tabla 11. Equipos industriales de seguridad 69
Tabla 12. Suministros de oficina. 69
Tabla 13. Servicios básicos 70
Tabla 14. Materiales de limpieza..... 70
Tabla 15. Derechos y Obligaciones del trabajador. 77
Tabla 16. Derechos y Obligaciones del Empleador..... 78
Tabla 17. Activos Fijos. 84
Tabla 18. Activos diferidos 84
Tabla 19. Capital de trabajo 85
Tabla 20. Detalles de inversión 85
Tabla 21. Sueldos. 86
Tabla 22. Décimos 86
Tabla 23. Sueldos Totales 86
Tabla 24. Depreciación de activos fijos 87
Tabla 25. Porcentaje Amortización 88
Tabla 26. Tabla de Amortización 88
Tabla 27. Estructura de capital. 89
Tabla 28. Costos fijos 90
Tabla 29. Margen de contribución..... 90
Tabla 30. Punto de equilibrio 91

Tabla 31. Ventas Proyectadas 91
Tabla 32. Costo de ventas. 91
Tabla 33. Flujo de caja 93
Tabla 34. Calculo VAN/ TIR 94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. 20
Piramide de Maslow. 20
Figura 2. 21
Ubicación. 21
Figura 3. 27
Proceso de compra de mercadería Super Calzado. 27
Figura 4. 28
Proceso de comercialización Super Calzado. 28
Figura 5. 29
Organigrama empresarial Super Calzado 29
Figura 6. 35
Pregunta Introductoria, gráfico circular. 35
Figura 7. 36
Pregunta 1, gráfico circular. 36
Figura 8. 37
Pregunta 2, gráfico circular. 37
Figura 9. 38
Pregunta 3, gráfico circular. 38
Figura 10. 39
Pregunta 4, gráfico circular. 39
Figura 11. 40
Pregunta 5, gráfico circular. 40
Figura 12. 41
Pregunta 6, gráfico circular. 41
Figura 13. 42
Pregunta 7, gráfico circular. 42
Figura 14. 43
Pregunta 8, gráfico circular. 43
Figura 15. 44
Pregunta 9, gráfico circular. 44
Figura 16. 45

Pregunta 10, gráfico circular. 45
Figura 17. 46
Pregunta 11, gráfico circular. 46
Figura 18. 47
Pregunta 12, gráfico circular. 47
Figura 19. 49
Esquema microentorno Super Calzado. 49
Figura 20. 52
Esquema macroentorno Super Calzado. 52
Figura 21. 57
Diseño uniforme gerente 57
Figura 22. 58
Diseño uniforme vendedor y cajero 58
Figura 23. 59
Imagotipo Super Calzado. 59
Figura 24. 60
Anverso tarjeta de presentación 60
Figura 25. 61
Reverso tarjeta de presentación 61
Figura 26. 62
Hoja membretada 62
Figura 27. 71
Estructura del establecimiento. 71
Figura 28. 73
Impuesto a la renta para personas naturales 2022 73

Proyecto de factibilidad para la creación de un local para la comercialización de calzado en la parroquia Tarqui, cantón Manta provincia de Manabí."

Freddy Javier Nogales Villalba
MSc. Christian Carvajal
D.M. Quito, 05 de marzo del 2022

1. RESUMEN EJECUTIVO

Super Calzado es un proyecto que surge de la necesidad de comercializar productos que den protección y comodidad al pie, el proyecto tiene como objetivo principal la creación de un local dedicado a la comercialización de calzado de calidad para damas, caballeros y niños de todas las edades.

Se pretende que todos los productos que se comercialicen en Super Calzado cumplan las exigencias de los clientes, para lo cual se dispondrá de un vasto stock de productos, por lo cual se podrá ofrecer diferentes tallas, modelos, colores de temporada, satisfaciendo así las necesidades en cuanto a moda y comodidad.

Super Calzado, estará ubicado en la parroquia Tarqui del cantón Manta provincia de Manabí, exactamente en la avenida 108 y calle 103 sector antiguo Tarqui, lugar céntrico que sufrió afectaciones en el desastre del terremoto del 16 de abril, pero que en la actualidad la alcaldía de Manta lleva a cabo un proyecto prometedor que permitirá dinamizar y reactivar la economía, por lo cual es un excelente sector donde tiene visión de desarrollo y crecimiento económico.

Así mismo, el proyecto se centrará en su filosofía empresarial con sus objetivos, misión, visión y estrategias, manteniéndose con una diferenciación en el servicio y calidad de sus productos, para lograr posesionarse en un corto plazo en

el mercado local, además mantener una buena relación con el personal y lograr el crecimiento de la microempresa.

Para el cumplimiento de las normativas impuestas por las entidades de control se mantendrá actualizado todos los permisos de funcionamiento, se cumplirá con el código laboral también para precautelar la integridad de todos quien hace parte de este proyecto, seguiremos con los protocolos de seguridad recomendada por servicio del cuerpo de bomberos y se cumplirá estrictamente con las medidas emitidas por el COE Nacional con el fin de controlar la pandemia de COVID-19.

El proyecto buscó una estrategia de investigación para conocer la oferta y demanda del lugar, se realizó estudios de demanda a los potenciales consumidores para determinar cuan viable es el proyecto, de esta manera la propuesta de negocios para la comercialización de calzado va dirigida a toda la población Mantense y esta se dará a conocer a través de la implementación de SUPER CALZADO.

Para lograr la aceptación de 'SUPER CALZADO' se dará a conocer un producto a través de recomendaciones, por medio de tarjetas y diferentes plataformas digitales. Manteniendo contacto constante con los clientes compartiendo información actualizada de precios y garantizando la calidad de nuestros productos.

Para la implementación de los precios, al ser el gusto del consumidor diverso se ha considerado que cada producto sea valorado según el tipo de material de fabricación y la marca, por otro lado, también se ha tomado en cuenta la economía del sector brindando así un beneficio al consumidor.

Para la administración de "SUPER CALZADO" se ha implementado instalaciones que están distribuidas adecuadamente, las cuales permiten un buen desenvolvimiento de su personal.

En cuanto a las finanzas la microempresa se a no disponer de los recursos suficientes ha determinado en invertir el 53% de capital propio y un 47 % financiado por la banca privada.

La microempresa manejará valores de precios reales a todos sus productos, proyectando un crecimiento económico a largo plazo que son de 5 años.

El proyecto tiene una duración de 5 años y se espera una tasa interna de retorno (TIR) de 28,54% y un VAN de 31.217,37 lo cual indica que el proyecto es factible.

Las estrategias productivas, publicidad y atención al cliente más idóneas serán los factores determinantes que buscarán siempre maximizar los beneficios y minimizar los costos para que nuestros ingresos sean sostenibles en el tiempo y permitan consolidad el proyecto de inversión.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa.

Super Calzado es un emprendimiento que surge de la necesidad de comercializar productos que den protección y comodidad al pie, este proyecto tiene como objetivo principal la creación de un local para la comercialización de calzado de calidad para damas, caballeros y niños de todas las edades.

2.2 Descripción de la empresa

2.1.1 Importancia

La utilización del tipo correcto de calzado afecta directamente en el bienestar del pie e incide indirectamente en el apropiado funcionamiento de las articulaciones, columna vertebral y cuello. En efecto, muchas de las deformaciones de los pies y de las patologías del aparato locomotor y circulatorio son consecuencia de haber usado un calzado inapropiado durante largos períodos de tiempo. El calzado tiene la importancia de proteger el pie, por tanto, no es solo cuestión de estética, sino también de brindar salud.

2.1.2 Características

Responsabilidad social: Super Calzado comprende que debido a la situación que atravesamos a nivel mundial lo primordial es crear un protocolo de bioseguridad con la finalidad de brindar seguridad a todos los clientes.

Investigación e innovación: Super Calzado constantemente buscará renovarse teniendo a disposición de sus clientes, calzado en diferentes tallas, modelos, colores de temporada, satisfaciendo así las necesidades en cuanto a moda y comodidad de sus clientes.

Responsabilidad ambiental: Super Calzado amigable con el ambiente y conociendo la creciente contaminación ambiental contará con basureros en zonas estratégicas dentro del local, así como basureros de reciclaje fuera del mismo, sus productos serán comercializados en bolsas biodegradables.

Profesionales apasionados con su trabajo: Super Calzado tendrá personal cortés, capacitado y con experiencia en atención al cliente, generando de esta manera una atmosfera de comodidad y confianza al momento en que la persona se interese en adquirir el producto y manteniendo la fidelidad de nuestros clientes.

2.1.3 Actividad.

Super Calzado será un local dedicado a la comercialización de calzado, estará ubicado en la parroquia Tarqui del cantón Manta provincia de Manabí. Este establecimiento contará con calzado de varias tallas, colores y diseños para damas, caballeros y niños de todas las edades.

2.3 Tamaño de la empresa.

Super Calzado es una microempresa que contará con 3 áreas básicas: área administrativa, área de ventas y área de almacenamiento.

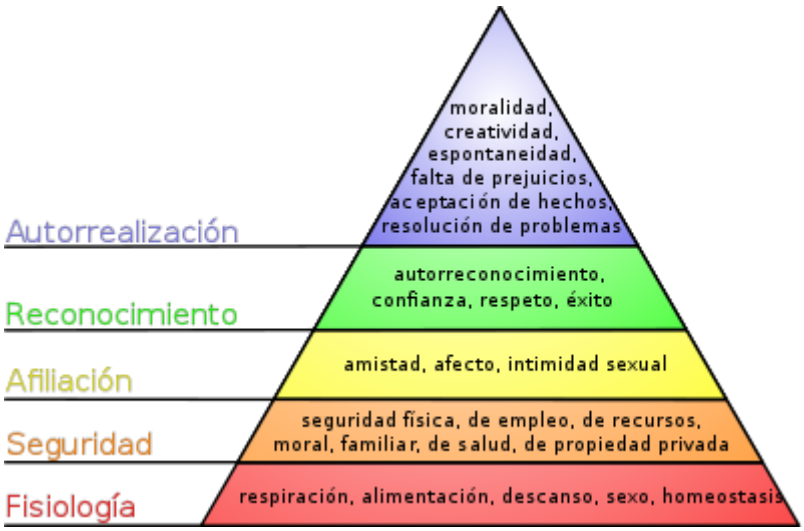
La empresa contará con:

- Gerente propietario.
- Cajero polivalente.
- Vendedor polivalente.

2.4 Necesidades que satisfacer

Figura 1.

Pirámide de Maslow.



(Garcia, 2020). Pirámide de Maslow. Recuperado de: https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow.

2.4.1 Necesidad de Seguridad.

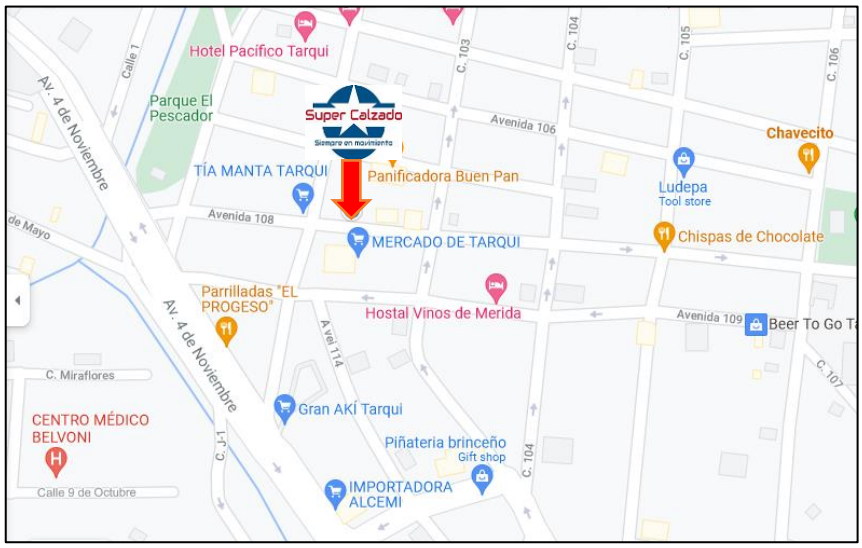
Teniendo en cuenta que el calzado es un accesorio primordial en el vestir de la sociedad actual y considerando que es indispensable en la vida cotidiana de los ciudadanos sin distinción de edad, sexo y características físicas; la empresa Super Calzado con el objetivo de satisfacer los requerimientos de los clientes cubre la necesidad de seguridad; garantizando principalmente la comodidad y el bienestar a sus consumidores.

2.5 Localización de la empresa.

Super Calzado estará ubicado en la provincia de Manabí, cantón Manta, parroquia Tarqui. Avenida 108 entre calle 102 y calle 103.

Figura 2.

Ubicación.



(Google maps, 2022) *Ubicación*. Recuperado de https://www.google.com/maps/place/Manta/@-0.9539502,80.7165467,18z

2.6 Filosofía empresarial.

2.6.1 Misión.

Super Calzado será un local dedicado a comercializar calzado de calidad para satisfacer las necesidades de damas, caballeros y niños, a precios cómodos, en un ambiente de trabajo agradable que permita ofrecer nuevas oportunidades para mejorar la condición de vida de todos los colaboradores y consecuentemente de sus familias.

2.6.2 Visión.

Super Calzado se convertirá en una empresa que suministre todo tipo de calzado, que cumpla con estándares de calidad, eficiencia y competitividad, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes en el mercado nacional, contribuyendo con la construcción de un mejor país, minimizando la afectación del medio ambiente y creando principios de responsabilidad social.

2.6.3 Objetivos empresariales

General

- Brindar al consumidor productos que cumplan con altos estándares de calidad para damas, caballeros y niños que tendrán costos accesibles para todos los clientes.

Específicos

- Posicionar los productos dentro del mercado local y nacional.
- Desarrollar y capacitar a nuestro personal, potenciando los valores de profesionalismo y servicio al consumidor.
- Crear asociaciones con los mejores proveedores del mercado, para proporcionar valor agregado a los productos que comercializaremos.

2.6.4 Meta.

Contar con un establecimiento de calzado que cumpla las expectativas de todos los clientes que nos visiten diariamente, que tenga una liquidez en el plazo de un año partir de su apertura, y pueda generar los suficientes ingresos para cubrir las necesidades de la empresa y lograr una constante rentabilidad para cumplir con las obligaciones hacia los empleados.

2.6.5 Estrategias.

- Estudiar las preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes potenciales del mediante un estudio de mercado.
- Contar con una gran variedad de modelos, tallas, diseños y estilos para atraer a los clientes basándonos en los resultados obtenidos en el previo estudio de mercado.
- Aplicar diferentes formas de pago para facilitar la adquisición de calzado a los clientes potenciales.
- Proporcionar porcentajes de descuento a nuestros clientes a partir de la compra de dos pares de calzado.

2.6.6 Políticas.

Los trabajadores.

- Estar vacunados contra el COVID-19 al menos con dos dosis y permanecer con mascarilla todo el tiempo que se mantenga dentro de las instalaciones de la empresa.
- Usar alcohol durante la muestra del producto, así como el momento de realizar el cobro.
- Solicitar el carnet de vacunación contra el COVID-19 a todo el cliente previo a su ingreso a la empresa.
- Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por el local.
- Ser respetuosos con los compañeros, con los clientes y con la empresa.
- Llevar siempre su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- Hacer uso adecuado del uniforme fuera del establecimiento.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- Cumplir puntual y estrictamente con las tareas que les sean asignadas a cada uno de los trabajadores.
- Mantener relaciones estrictamente laborales dentro de la empresa, toda relación de índole amorosa está prohibida dentro de las instalaciones.
- No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.

La empresa.

- Es responsable del bienestar de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- Es responsable de la seguridad de los trabajadores y clientes mientras se mantengan dentro de las instalaciones de la empresa.
- Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.

- Es responsable de capacitar a su personal periódicamente para que pueda brindar a los clientes una atención de calidad.

2.6.7 FODA.

Fortalezas.

- Productos innovadores, cómodos y con altos estándares de calidad.
- Local elegante y seguro con cámaras de video vigilancia.
- Personal capacitado y comprometido a satisfacer las necesidades del cliente.

Oportunidades.

- Escasa o nula competencia en cuanto a locales que comercialicen calzado de calidad en la parroquia Tarqui del cantón Manta provincia de Manabí.
- Nicho de mercado poco explotado en varios sectores de la ciudad.
- Proveedores fieles, de confianza, responsables y con materia prima que cumple altos estándares de calidad.

Debilidades.

- El espacio físico limitado del establecimiento.
- Alto costo de alquiler de las instalaciones y la adecuación del local.
- Limitado capital al iniciar el negocio.
- Falta de experiencia en el comercio del calzado.
- Falta de contacto con posibles proveedores.

Amenazas.

- Emergencia sanitaria a causa del COVID-19.
- Desempleo e inestabilidad económica del país.
- Alza de precios por parte de los proveedores.
- Altos índices de delincuencia en la ciudad.

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de Estructura.

Diferenciación.

Super Calzado tendrá una comunicación de tipo horizontal, que fluye lateralmente involucrando a personas que se encuentran en el mismo nivel, esta comunicación implica coordinar la información y permite que las personas con el mismo o similar rango en la empresa puedan cooperar o colaborar con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes potenciales. La organización será de tipo lineal y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel administrativo/ Nivel Operativo/ ventas.

Gerente propietario / Cajero polivalente / Vendedor polivalente.

2.7.2 Formalización.

La empresa Super Calzado se regirá a políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, será puntual en el cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los órganos de control legislativo y tributario, obteniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

2.7.3 Centralización – Descentralización.

Super Calzado centrará sus actividades en las áreas de comercialización de calzado de calidad; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional.

La descentralización se dará en la delegación de funciones, permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los

empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

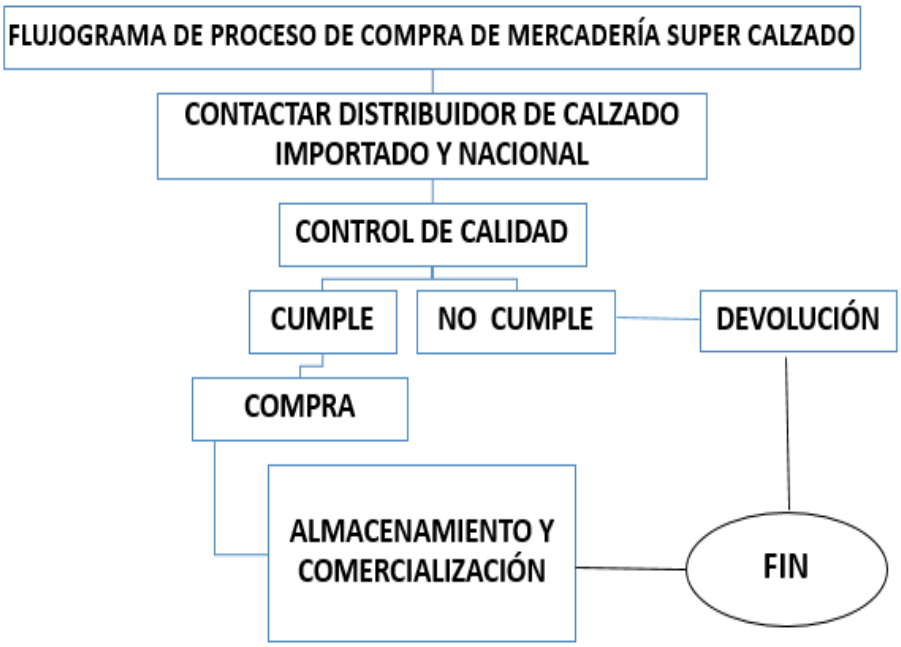
2.7.4 Integración.

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras y ventas, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas de producto, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria.

Flujograma del proceso de compra de mercadería Super Calzado.

Figura 3.

Proceso de compra de mercadería Super Calzado.



Nogales, F. (2022). Méritos aspectos a considerar, vendedor/a polivalente. Super Calzado Manta.

Los pasos a seguir para realizar la compra de la mercadería para el stock de Super Calzado se detallan a continuación:

En primer lugar, se debe contactar al distribuidor o distribuidores de calzado importado y de producción nacional, que cuenten con productos de calidad a bajo costo, una vez contactado el distribuidor se debe realizar control de calidad visual, es decir, verificar por medio del sentido de la vista que el calzado que vamos a adquirir cuente con calidad de materia prima (cuero, telas, forro, plantilla, suela y taco) y calidad de mano de obra, la calidad de los cueros, telas y del forro son fundamentales a la hora de reconocer un buen calzado.

Una vez realizado el control de calidad visual el calzado que no cumpla los parámetros de calidad de Super Calzado será devuelto al distribuidor, lo opuesto ocurre si el calzado pasa el control de calidad, este será comprado y almacenado por Super Calzado para su posterior comercialización.

Flujograma del proceso de comercialización Super Calzado.

Figura 4.

Proceso de comercialización Super Calzado.

Nogales, F. (2022). Flujograma del proceso de comercialización Super Calzado. Manta.

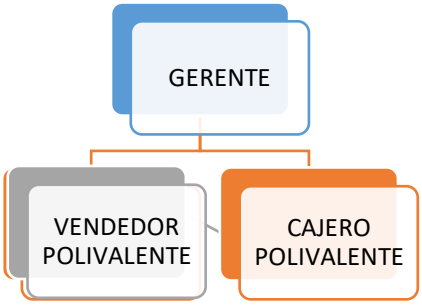
Una vez que el calzado que cumpla los parámetros de calidad de Super Calzado sea adquirido, se preparará y se asignará el costo final para que este sea comercializado en un local físico ubicado en la Avenida 108 entre calle 102 y

calle103, parroquia Tarqui, cantón Manta, provincia de Manabí. Además, se hará uso de herramientas como las redes sociales para la comercialización a nivel local y nacional y una vez que se cierren las ventas en redes sociales se realizará el envío a domicilio del producto seleccionado por el cliente.

2.8 Organigrama empresarial.

Figura 5.

Organigrama empresarial Super Calzado



Nogales, F. (2022). Organigrama empresarial Super Calzado Manta.

2.9 Funciones del personal.

PUESTO DE GERENTE PROPIETARIO.

Detalles generales del puesto de Gerente propietario.

Empresa	Super Calzado
Unidad administrativa	Área ejecutiva.

Misión del puesto: Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, solucionar anomalías e inconvenientes generados con los proveedores, atender las quejas que se presenten por parte de los

empleados y clientes, dirigir y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento.

Denominación del puesto Gerente Propietario.

Rol del puesto Administración y supervisión de procesos de compra y comercialización de calzado.

Remuneración $ 550 Dólares americanos.

Méritos y aspectos a considerar.

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, gerente propietario

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Estudios superiores en Administración.	Mínima 1 año en el cargo de Gerente-Administrativo.	Administración de empresas. Dominio de procesos contables.	Puntualidad Respeto Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Pro actividad. Liderazgo. Integridad. Planificación y organización. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

Nogales, F. (2022). Méritos aspectos a considerar, Gerente. Super Calzado Manta.

PUESTO DE VENDEDOR/A POLIVALENTE

Detalles generales del puesto vendedor polivalente.

Empresa	Super Calzado.
Unidad administrativa	Área de Ventas.
Misión del puesto	Limpiar, ordenar, atender a los clientes, cobrar y facturar.
Denominación del puesto	Vendedor polivalente.
Rol del puesto	Limpiar, ordenar la mercadería, atender las necesidades de los clientes y realizar las respectivas ventas.
Remuneración	$ 425 Dólares americanos

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, vendedor/a polivalente.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Ser bachiller.	Mínimo 1 año de experiencia en ventas, deseable venta de calzado y manejo de caja.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. Cobranza y manejo de dinero.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Creatividad. Respeto Comunicación. Compromiso. Pro actividad. Decisión. Puntualidad Solidaridad. Capacidad de escuchar. Iniciativa. Integridad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Nogales, F. (2022). Méritos aspectos a considerar, vendedor/a polivalente. Super Calzado Manta.

PUESTO DE CAJERO/A POLIVALENTE.

Detalles generales del puesto cajero/a polivalente.

Empresa	Super Calzado.
Unidad administrativa	Área de Ventas.
Misión del puesto	Limpiar, ordenar, atender a los clientes, cobrar y facturar.
Denominación del puesto	Cajero polivalente.
Rol del puesto	Limpiar, ordenar la mercadería y atender las necesidades de los clientes y realizar las respectivas ventas.
Remuneración	$ 425 Dólares americanos

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, cajero/a polivalente.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Ser bachiller.	Mínimo 1 año de experiencia en ventas, deseable venta de calzado y manejo de caja.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. Cobranza y manejo de dinero.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Creatividad. Respeto Comunicación. Compromiso. Decisión. Puntualidad Solidaridad. Capacidad de escucha. Iniciativa. Integridad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Nogales, F. (2022). Méritos aspectos a considerar, cajero/a polivalente. Super Calzado Manta.

3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca Super Calzado en la mente del consumidor poniendo énfasis para que sea reconocida tanto por sus productos, marca, ubicación y los diferentes beneficios que se ofrece en relación a la competencia, facilitando así una buena posición en el mercado a través de la difusión de la imagen comercial y productos mediante diversos medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, atrayendo, captando y fidelizando así a clientes potenciales.

3.2 Investigación de mercado

Super Calzado consideró la investigación aplicada, documental y de campo para la elaboración de la investigación de mercado. La primera se realizó mediante el análisis de nicho de mercado en la ciudad de Manta, las exigencias que demanda la población mantense a la hora de comprar calzado y la importancia que se brinda al satisfacer o cubrir todos los requerimientos de un cliente.

Posterior se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desenvolverá la empresa, aplicando una técnica de obtención de información la cual es una encuesta.

3.2.1 Modalidad.

La herramienta que se utilizó para la recolección de datos fue mediante encuestas, mismas que se las realizó de manera telemática fin evitar la propagación del virus COVID-19,

La encuesta fue aplicada a una muestra de 106 personas de la parroquia Tarqui cantón Manta, misma que fueron seleccionadas aleatoriamente.

El cuestionario utilizado para la presente investigación, estuvo estructurado por 12 preguntas cerradas con la finalidad de conocer la situación actual del consumidor de la zona objeto de estudio.

3.3 Plan de Muestreo

La presente investigación se realizó en base a una muestra poblacional de 106 personas, mismas que fueron elegidas aleatoriamente y se tomó en cuenta a personas de distintas edades comprendidas en un rango de 18 a 49 años, las cuales pertenecen a las familias que residen en el barrio Buenos Aires de la parroquia Tarqui cantón Manta provincia de Manabí.

Se toma en cuenta solo a este target puesto a que este emprendimiento va dirigido a las personas que compran calzado. Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada
Z= Nivel de confianza 95% (1,96)
P= Proporción de defectos esperados 50% (0,5)
Q= Probabilidad negativa 50% (0,5)
e= Error de estimación 5% (0,05)
n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{146 * (1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}{0{,}05^2 * (146 - 1) + \ (1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = \frac{140{,}2184}{1{,}3229}$$

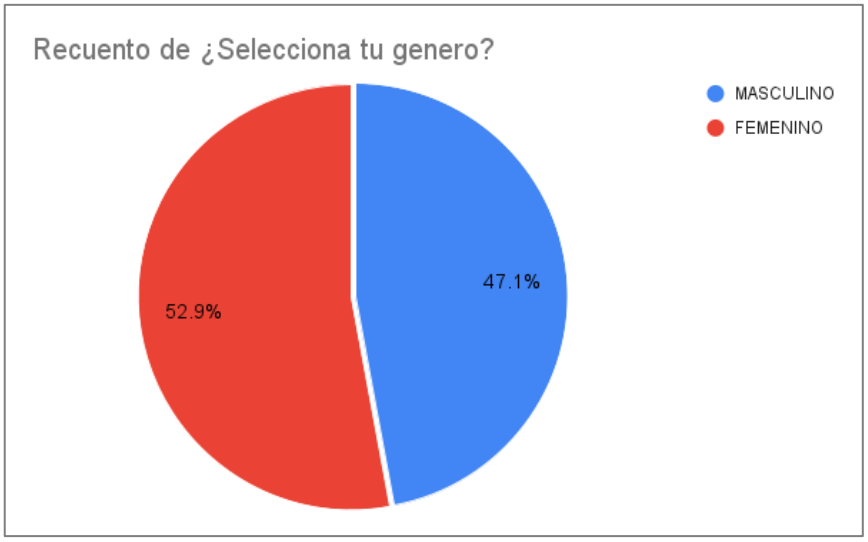
$$n = 106$$

2.1 Análisis de las encuestas (Ver anexo 1 Encuesta)

Pregunta introductoria. ¿Selecciona tu género?

Figura 6.

Pregunta Introductoria, gráfico circular.



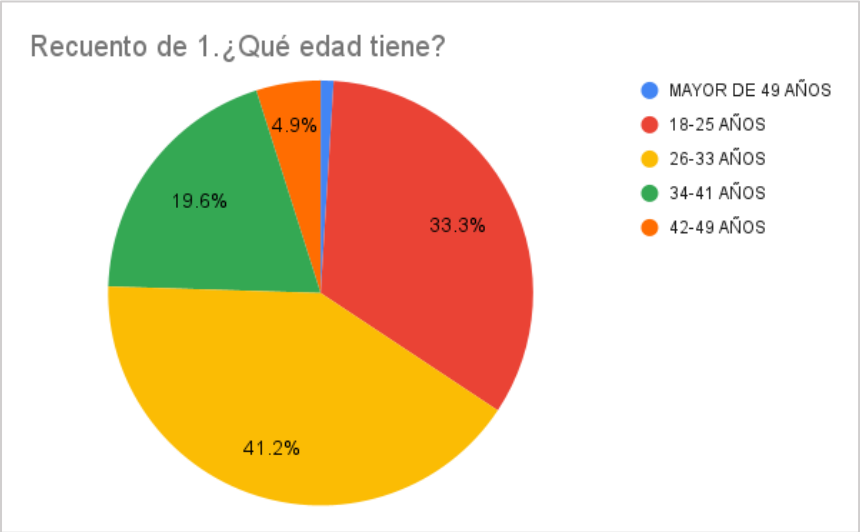
Nogales, F. (2022). Pregunta introductoria. Manta.

Análisis: En la encuesta realizada se pudo establecer que el 52,9 % perteneció al género femenino, mientras que el 47,1% al género masculino. De este modo se concluye que la mayoría de los encuestados pertenecieron al género femenino.

Pregunta 1. ¿Qué edad tiene?

Figura 7.

Pregunta 1, gráfico circular.



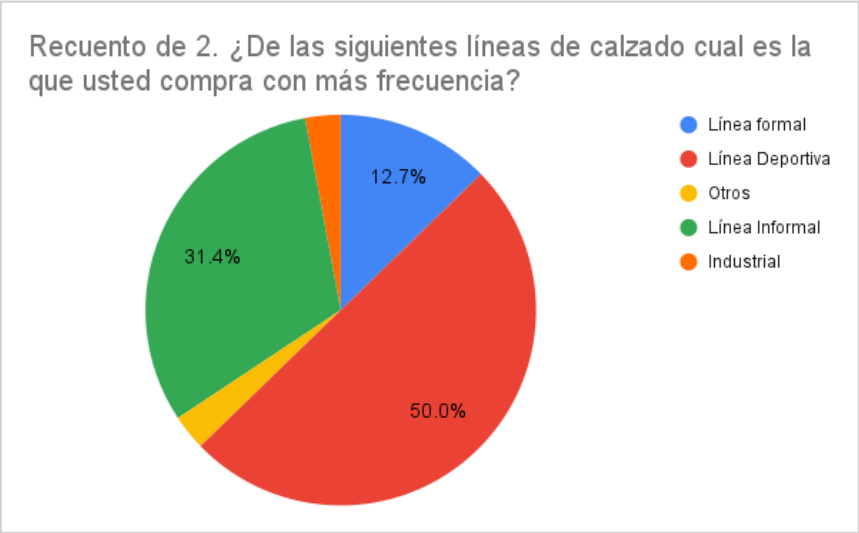
Nogales, F. (2022). Pregunta 1, gráfico circular. Manta.

Análisis*:* Con respecto a la edad los encuestados el 41,2% pertenecieron a las edades entre 26 a 33 años, seguido del 33,3% que estuvieron entre los 18 a 25 años y los de 34 a 41 años con el 19,6%. Con la información obtenida se pudo establecer que las personas encuestadas fueron en su mayoría en las edades comprendidas de 26 a 33 años.

Pregunta 2. ¿De las siguientes líneas de calzado cual es la que usted compra con más frecuencia?

Figura 8.

Pregunta 2, gráfico circular.



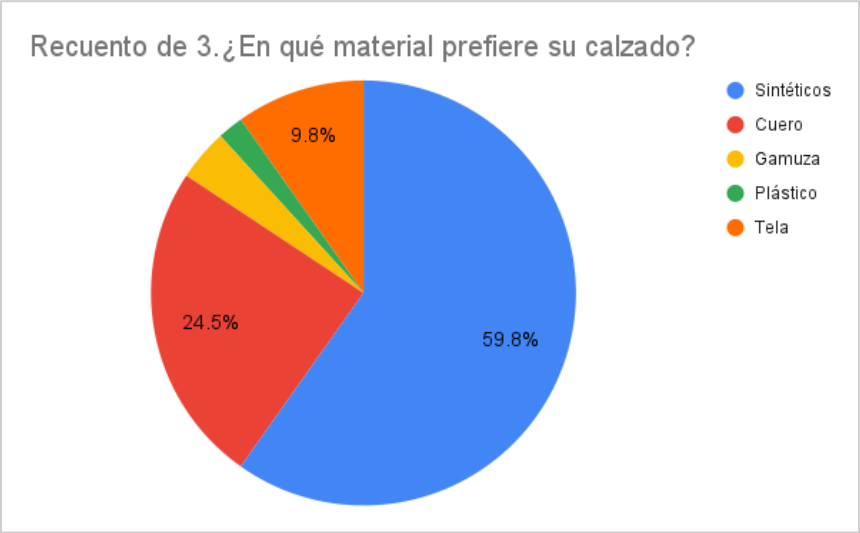
Nogales, F. (2022). Pregunta 2, gráfico circular. Manta.

Análisis*:* Con respecto a la línea de calzado que compran con más frecuencia los encuestados, el 50,0% compra calzado deportivo; mientras que el 31,4% compra calzado informal y los que compran calzado de línea formal con el 12,7%. Por lo tanto, los zapatos que compran con mayor frecuencia los encuestados estuvieron concentrado entre el calzado deportivo y el calzado informal.

Pregunta 3. ¿En qué material prefiere su calzado?

Figura 9.

Pregunta 3, gráfico circular.



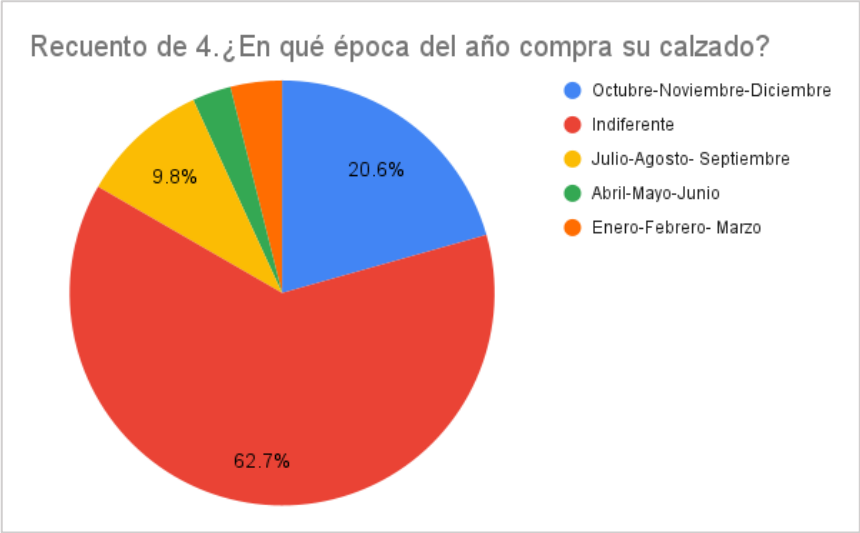
Nogales, F. (2022). Pregunta 3, gráfico circular. Manta.

Análisis: En cuanto al material que prefieren en el calzado, el 59,8% de los encuestados optan por material sintético, seguido del 24,5% que opta por calzado de cuero; mientras que el 9,8% prefiere calzado de tela. Con esto se pudo concluir que las personas encuestadas tienen mayor gusto por los zapatos elaborados con material sintético.

Pregunta 4. ¿En qué época del año compra su calzado?

Figura 10.

Pregunta 4, gráfico circular.



Nogales, F. (2022). Pregunta 4, gráfico circular. Manta.

Análisis*:* Con respecto a la época del año en que se realiza la compra de calzado, los encuestados mencionaron en un 62,7% que lo realizan de manera indiferente, seguido de 20,6% que lo realizan en los meses de octubre-noviembre y diciembre, mientras que el 9,8% lo realizan en los meses de julio-agosto y septiembre. Con esta información se estableció que los encuestados realizan las copras de calzado de manera indiferente sin planificar la compra para alguna época específica del año.

Pregunta 5. ¿Cuáles son los sitios que más frecuenta a la hora de comprar calzado?

Figura 11.

Pregunta 5, gráfico circular.

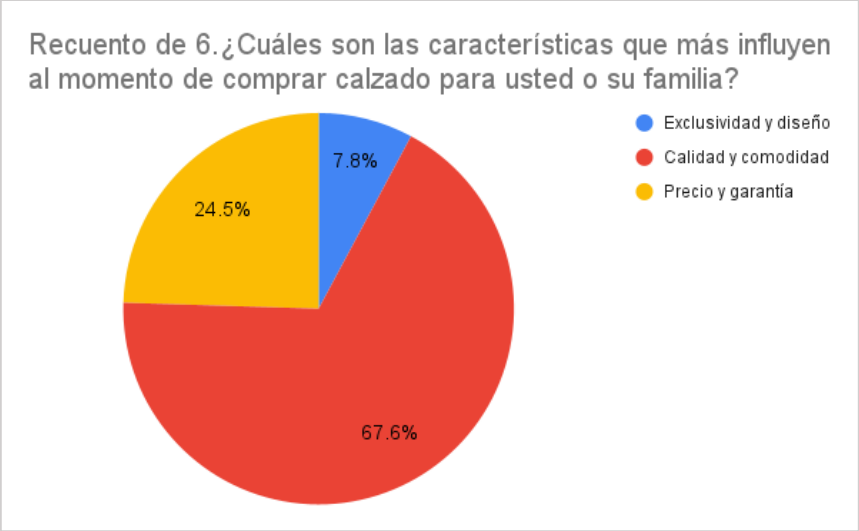
Nogales, F. (2022). Pregunta 5, gráfico circular. Manta.

Análisis*:* En relación a dónde los encuestadores realizan las compras de calzado con el 53,9% indicaron que en tiendas/almacenes, seguido del 25,5% para la opción de supermercados; mientras que el 10,8% realizan las compras en medios digitales. Es decir, la gran mayoría de las personas encuestadas realizan sus adquisiciones de calzado en tiendas/almacenes y centros comerciales con el 79,4%.

Pregunta 6. ¿Cuáles son las características que más influyen al momento de comprar calzado para usted o su familia?

Figura 12.

Pregunta 6, gráfico circular.



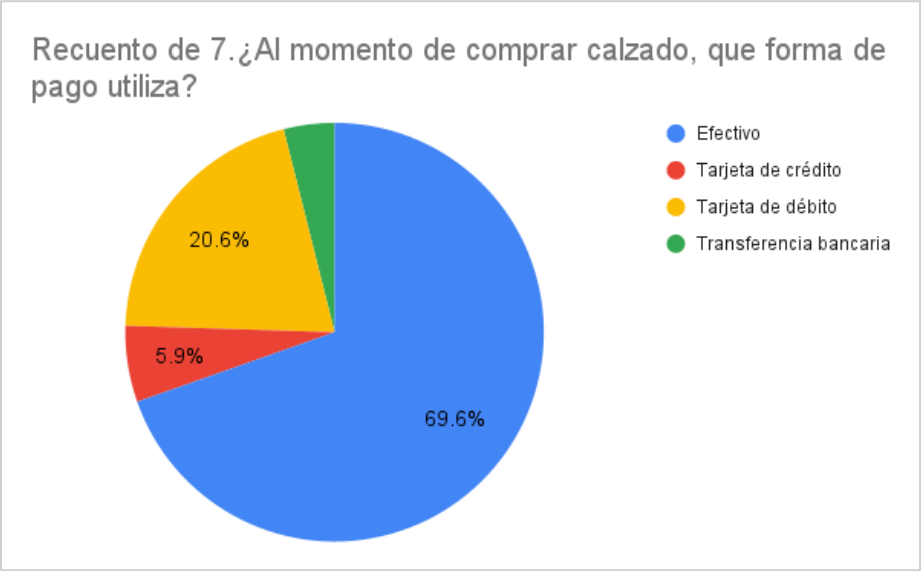
Nogales, F. (2022). Pregunta 6, gráfico circular. Manta.

Análisis*:* Con respecto a las características que influyen al momento de comprar calzado los encuestados mencionaron en un 67,6% que, en el calzado influye la calidad y comodidad, seguido de esto el 24,5% menciono que influye el precio y garantía, mientras que el 7.8% menciono que influye la exclusividad y diseño. Por lo tanto, la gran mayoría recata como principales características al momento de comprar la calidad y comodidad del calzado.

Pregunta 7. ¿Al momento de comprar calzado, que forma de pago utiliza?

Figura 13.

Pregunta 7, gráfico circular.



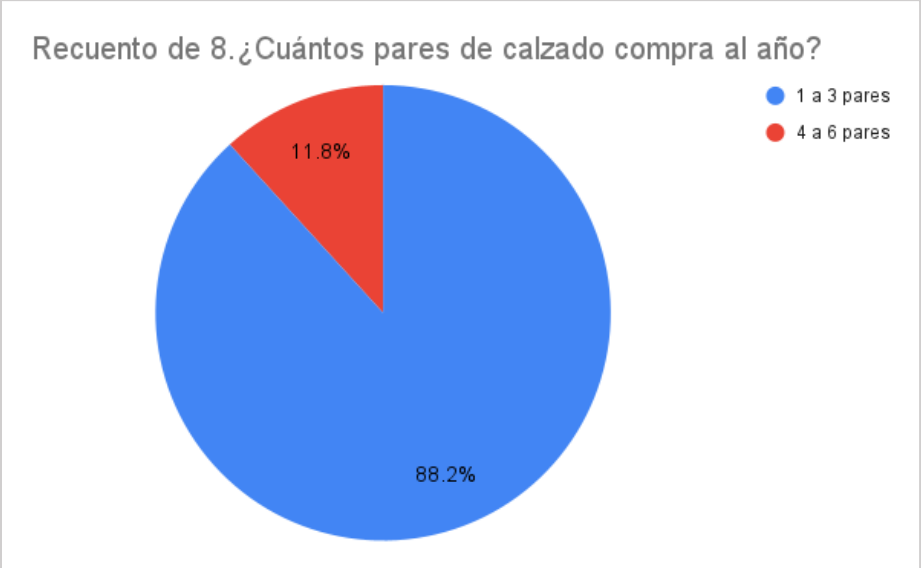
Nogales, F. (2022). Pregunta 7, gráfico circular. Manta.

Análisis*:* En relación a las formas de pago que utilizan para la compra de calzado, los encuestados mencionaron con el 69,6 % que utilizan el pago en efectivo, mientras que el 20,6% indicaron que realizan pagos con tarjeta de débito y el 5,9% utiliza pagos con tarjeta de crédito. Lo que permite establecer que la gran mayoría utiliza el efectivo como forma de pago, mientras que para los clientes que realizan sus pagos con tarjeta de débito o crédito lo realizan mediante dispositivos de pagos digitales de la empresa Datafast.

Pregunta 8. ¿Cuántos pares de calzado compra al año?

Figura 14.

Pregunta 8, gráfico circular.



Nogales, F. (2022). Pregunta 8, gráfico circular. Manta.

Análisis: Con relación a la cantidad de calzado que se compra anualmente, los encuestados mencionaron con el 88,2% que compran de 1 a 3 pares al año, mientras que el 11,8% indicaron que compran de 4 a 6 pares al año. Lo que permite establecer que la gran mayoría compra de 1 a 3 pares de calzado.

Pregunta 9. ¿Al momento de comprar calzado tiene preferencia por alguna marca? Si su respuesta es SI especifique la marca

Figura 15.

Pregunta 9, gráfico circular.

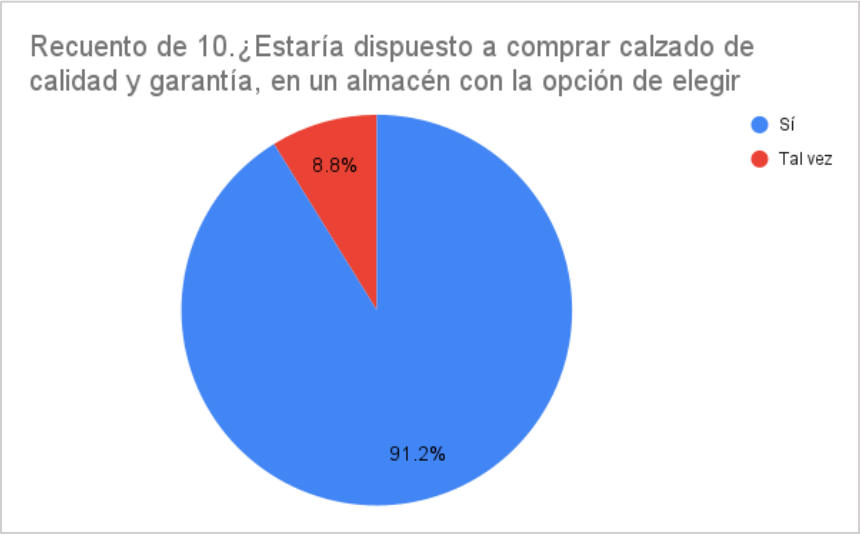
Nogales, F. (2022). Pregunta 9, gráfico circular. Manta.

Análisis*:* En cuanto a la preferencia por la compra de calzado de marca, el 65,7% indicaron que si prefieren calzado de marca; mientras que el 34,3 indico que no tiene preferencia para comprar calzado de marca. Es decir, la mayoría de las personas encuestadas prefieren calzado de marca.

Pregunta 10. ¿Estaría dispuesto a comprar calzado de calidad y garantía, en un almacén con la opción de elegir variedad de modelos y diseños, con la posibilidad de participar de increíbles promociones?

Figura 16.

Pregunta 10, gráfico circular.



Nogales, F. (2022). Pregunta 10, gráfico circular. Manta.

Análisis*:* Con respecto a la predisposición de comprar calzado en locales y participar de promociones los encuestados mencionaron en un 91,2% que, sí estrían dispuestos a realizar la compra, mientras que el 8,8% no está de acuerdo en realizar la compra. Por lo tanto, la gran mayoría está dispuesta a realizar las compras, lo cual es una oportunidad para el negocio.

Pregunta 11. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir?

Figura 17.

Pregunta 11, gráfico circular.

Nogales, F. (2022). Pregunta 11, gráfico circular. Manta.

Análisis*:* Los encuestados en cuanto a la disposición de recibir promociones por la compra de calzado en un 81,4% establecieron que, si están completamente dispuestos a recibir promociones en el precio del producto, mientras que el 18,6% estaría dispuestos a recibir la promoción, pero aplicada a los productos. Con esto se concluye que existe gran predisposición por parte de la mayoría de los encuestados a recibir promociones, pero aplicadas al precio del producto.

Pregunta 12. ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse, conocer productos y promociones afines a la comercialización de calzado?

Figura 18.

Pregunta 12, gráfico circular.

Nogales, F. (2.022). Pregunta 12, gráfico circular. Manta.

Análisis*:* Con respecto a la forma de cómo se enteran de productos y promociones, los encuestados en un 79,4% prefieren que sea a través de redes sociales, seguido de 17,6% que menciono páginas web. Esto quiere decir que, la gran mayoría encuestados tienen mayor preferencia para informarse por Redes Sociales

3.4.1 Análisis General.

Dentro de la información obtenida en las encuestas realizadas a 106 personas, se estableció que la mayoría eran de género femenino.

Como primer punto se puede concluir que el target al que va dirigido la empresa son jóvenes de entre 26 a 33 años de edad los cuales en su gran mayoría se inclina por utilizar calzado deportivo, este target en su gran mayoría son personas que prefieren calzado de material sintético, realizando la adquisición de calzado en tiendas/almacenes y lo hacen en cualquier mes del año de acuerdo a sus necesidades; los encuestados consideran que la calidad y comodidad son las principales características a la hora de comprar calzado, mencionado que el pago que realizan por su comodidad lo hacen en la mayoría en efectivo o tarjeta de débito.

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se concluyó que ahora las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto niños, jóvenes y adultos tienen una alta capacidad para manejar redes sociales y no obstante la mayoría del tiempo, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales. Por eso es importante para Super Calzado manejar campañas publicitarias en estos medios, y con eso poder llegar a la mayor cantidad de posibles clientes y dar a conocer la marca para que sea reconocida en la industria del calzado.

En síntesis, la comercialización de calzado presenta una gran demanda, ya que las personas encuestadas realizan compras de los mismos de manera indiferente, generalmente entre uno y tres pares anuales por individuo, así como también recalcan la importancia de las promociones en precio y producto incentivando la cultura del ahorro. La disposición de la mayoría de la población encuestada mantiene que al realizar sus compras los pagos son en efectivo y lo realizan en tiendas/almacenes y el gran porcentaje realiza la compra de calzado de manera diferenciada, esto determina que la empresa por establecer se considera un negocio altamente viable, puesto que el establecimiento se genera como una opción confiable que permitirá que las personas realicen sus compras, generando así

beneficios económicos y sociales, tanto para el equipo de trabajo como para la población de estudio.

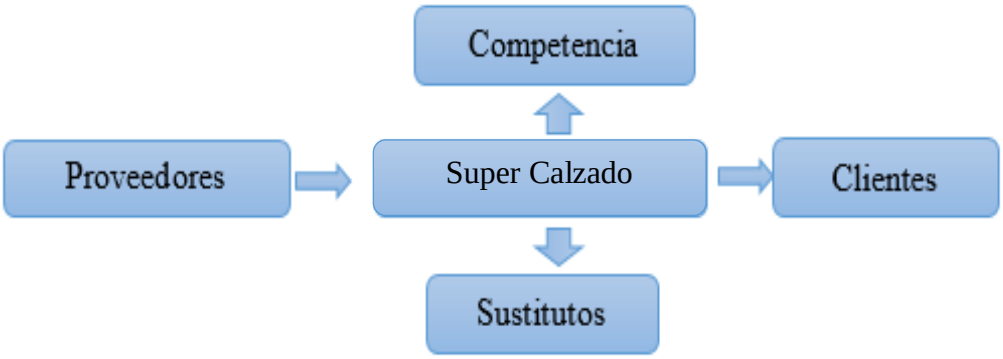
3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Microentorno.

Super Calzado considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Figura 19.

Esquema microentorno Super Calzado.



Nogales, F. (2022). Esquema microentorno Super Calzado. Manta.

- **Competencia directa.**

Una vez que se procedió a realizar el recorrido en el sector en donde se va a ubicar Super Calzado, se pudo evidenciar la existencia de un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento y la calidad de los productos que ahí se venden.

En la Avenida 108 y Calle 101 existe un local de venta de calzado llamado "El Gran Remate" en el cual se pudo observar que venden poca variedad de calzado.

- **Competencia indirecta**.

Existen dos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran aledaños a donde va a funcionar Super Calzado.

En la Avenida 109 se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

  - Almacén Adrianita Fashion en donde venden ropa para damas, caballeros y niños.

En la Avenida 108 se encuentran un establecimiento que es considerado como competencia indirecta.

  - Tsunami, local que vende prendas de vestir y accesorios tipo replica.

- **Sustitutos.**

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, es un local de la cadena de Almacenes Tía, ubicado en la Avenida 108 y Calle 102. Este almacén hace las veces de sustituto al vender productos de primera necesidad, electrodomésticos y en mínima cantidad zapatillas de baño, sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento exclusivo para la venta de calzado.

- **Proveedores.**

Teniendo en cuenta que la calidad es una característica fundamental de los productos que comercializará Super Calzado, trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 4. Proveedores.

Tabla de proveedores		
Calzado		
Proveedor	**Fiabilidad y beneficios**	**Producto**
Almacén de calzado Melbita	• Productos de calidad • Variedad de diseños • Facilidades de pago (crédito) • Entrega al establecimiento.	Sandalias de mujer.
Distribuidora Venus	• Variedad de productos. • Productos de calidad. • Marca reconocida a nivel nacional.	Zapatillas de lona. Zapatillas de baño. Zapato colegial Zapato deportivo
Day Mellys	• Productos de calidad • Variedad de diseños • Entrega al establecimiento.	Sandalias de mujer.
Guzmán Fonseca Mirian Zoila	• Productos de Calidad. • Entrega al establecimiento. • Facilidad de pago.	Zapato urbano Crocs Zapatillas de baño.
S & V	• Productos de calidad • Variedad de diseños • Facilidades de pago (crédito) • Entrega al establecimiento.	Zapatos deportivos

Nogales, F. (2022). Tabla de proveedores. Manta.

- **Intermediarios.**

Super Calzado ofrecerá sus servicios de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar este emprendimiento.

- **Clientes.**

Super Calzado es una empresa dirigida a toda la población Mantense, especialmente al conglomerado que visita la zona comercial de la parroquia Tarqui,

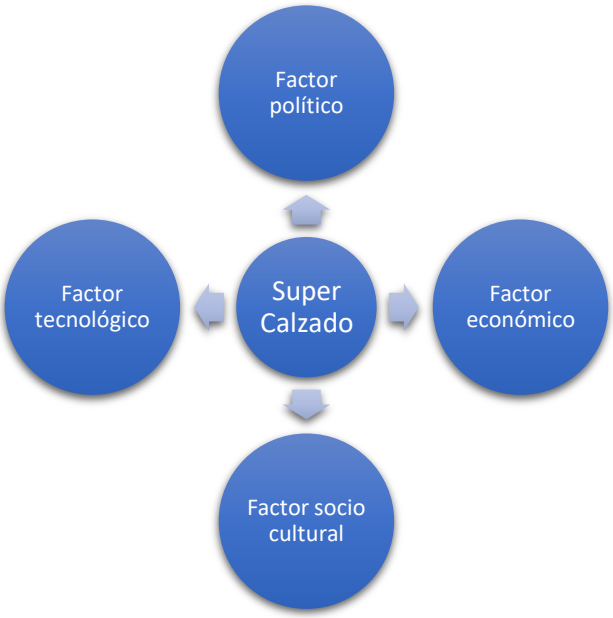
con el fin de realizar compras de cualquier tipo de calzado, teniendo como característica fundamental la calidad y garantía de nuestros productos.

3.5.2 Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que Super Calzado no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Figura 20.

Esquema macroentorno Super Calzado.



Nogales, F. (2022). Esquema macroentorno Super Calzado. Manta.

- **Factor Político.**

Super Calzado es una empresa que cumplirá con todas las leyes, decretos, estatutos y resoluciones determinadas por el gobierno nacional de la República del Ecuador, conociendo que la factibilidad para el correcto funcionamiento de una empresa depende en gran medida de los acontecimientos en el ámbito político.

- **Factor Económico.**

Dentro del factor económico en la actualidad se ha presentado complicaciones significativas, debido la crisis sanitaria que se vive a nivel mundial ocasionado que la economía se estanque. Las proyecciones económicas entre el año 2021 y 2022 para el Ecuador, para este año son alentadoras, por otro lado, se está recuperando el precio del barril del petróleo por el incremento de la demanda y las reducciones de producción de barriles por parte de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP); por tanto, se prevé una recuperación en la economía en el transcurso del año 2022.

Esto causo el despido masivo de un centenar de personas, por otro lado, existen empresas que ahora funcionan al mínimo de su capacidad con una baja considerable de ingresos.

Es por eso que Super Calzado está y estará preparado para los avances económicos que presente el país, por lo que la fijación de precios en sus productos dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de los distribuidores. Con base en lo descrito se puede concluir que va haber un incremento en los niveles de ingreso de las personas, lo que da como resultado que se fomente el consumo, sumado a esto se suma el regreso a clases presencial y un aumento del consumo de calzado.

- **Factor Sociocultural.**

En cuanto al factor sociocultural Super Calzado ofrece productos de calidad y una atención de calidez, productos que en su gran mayoría serán de producción nacional, por otro lado, contara con diversificación de productos mediante los cuales se promocionara marcas nacionales, todos nuestros productos buscarán satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

La demanda constante de consumo de calzado y sus múltiples usos en todas las familias ecuatorianas, ha influido en la creación de la marca comercializadora Super Calzado.

- **Factor Tecnológico.**

En lo que respecta al factor tecnológico, en los últimos años la tecnología ha ido evolucionado de una manera sorprendente es así que el mundo hoy en día se comunica por plataformas virtuales como son las redes sociales, misma que son utilizadas para promocionar y comercializar productos y servicios.

Super Calzado utilizará redes sociales como nuevas formas de realizar las adquisiciones, promocionando productos y nuevos lanzamientos de temporada resolviendo así los problemas de tiempo, dotándole de facilidades al consumidor.

3.6 Producto y servicio

Super Calzado es una empresa dedicada a la comercialización de calzado de para damas, caballeros y niños, que ofrecerá calzado de producción nacional e importados con la finalidad de diversificar los productos y satisfacer las exigencias de los consumidores. Con respecto a sus productos, Super Calzado ofrecerá productos de alta calidad, y de este modo ir dándole una reputación de marca a la empresa.

Desde esa óptica se obtiene una diferenciación con respecto a la competencia, ya que se comercializará calzado de calidad a precios justos.

3.6.1 Producto Esencial.

En la actualidad los compradores de calzado no buscan solamente efectuar una compra, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, con gente amable y encontrar un producto que satisfaga sus exigencias, buscan un lugar que les brinde variedad para poder elegir. En Super Calzado, el producto esencial que se vende es la experiencia a la hora de comprar calzado ya que serán atendidos con

profesionalismo, amabilidad y contarán con un ambiente seguro, acogedor y llamativo en donde su compra será el prisma de comodidad al caminar.

3.6.2 Producto real.

Super Calzado maneja una gran variedad de calzado para damas caballeros y niños, entre los que se pueden encontrar:

- Sandalias, un producto con características adecuadas para la diversidad de las ocasiones del día a día del género femenino.

- Zapatos deportivos, artículo fundamental para hacer deporte, producto que presta y "asegura" un rendimiento óptimo para ciertas disciplinas deportivas.

- Crocs, un producto de material blando, confortables, ligeros, ergonómicos; en variedad de colores y modelos.

- Zapato escolar, materiales diferenciados cuero, lona, cuerina y sintético diseñado para las distintas actividades escolares.

3.6.3 Características.

Para la comercialización de cada uno de sus productos Super Calzado se plantea un plan de trabajo en el cual está comprometido con una ardua labor de innovación, creación y compromiso de cada uno de los empleados de la empresa. La empresa se encargará de realizar adquisiciones en donde los fabricantes garanticen la calidad de sus productos, con el fin de brindar a los clientes un producto de calidad, mientras que en el área de servicio los empleados están siempre a la disposición de los clientes con el fin de solventar sus dudas durante el proceso de compra.

3.6.4 Calidad.

Para la comercialización de los productos, debemos hacer mención de los constantes y dinámicos estudios tecnológicos que las empresas fabricantes realizan a modo de mejorar cada vez más el producto diseñado para las distintas tendencias de moda; lo anterior se ve reflejado en precio de algunos modelos de calzado.

3.6.5 Estilo.

Super Calzado maneja un estilo moderno, dinámico, caracterizado por utilizar mobiliario de madera en colores cálidos y suaves, para transmitir tranquilidad tratando de fusionar con colores obscuros para transmitir elegancia y crear un ambiente agradable durante el proceso de compra, la presentación de los productos se lo realizará en estanterías con iluminación apropiada con la finalidad de dar un realce a los mismos, por otro lado la entrega de los productos se los realizara en fundas de papel hechas con material eco amigable en donde estará impresa la marca Super Calzado.

3.7 Marca.

Super Calzado es un nombre original compuesto por dos términos, en este caso Super viene a hacer referencia con la calidad, característica principal de los productos que se van a comercializar, y Calzado hace referencia a la clase de productos que encontrará en el local. Como se había mencionado anteriormente Super Calzado es una empresa que busca satisfacer las necesidades y exigencias de los consumidores y a su vez brindar comodidad al caminar. Con este nombre Super Calzado da la bienvenida a todas las personas amantes del buen vestir dispuestas disfrutar de una nueva experiencia a la hora de comprar calzado.

3.7.1 Producto aumentado.

Lo que diferencia a Super Calzado de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes buscan nuevas experiencias a la hora de comprar calzado, además de tener la oportunidad de participar en increíbles promociones en productos seleccionados, Super Calzado también brinda precios accesibles, para que el dinero no sea impedimento para visitar este establecimiento.

3.8 Plan de introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y Uniformes

Área Administrativa.

El Gerente administrador usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

Gerente.

- Camiseta tipo polo blanca, con cuello y mangas de color azul con detalles rojos y con los sellos distintivos de la empresa.
- Pantalón caqui.
- Zapatos azules (deportivos)
- Medias blancas

Figura 21.

Diseño uniforme gerente

Nogales, F. (2022). Diseño uniforme gerente. Manta.

Personal del área de ventas.

Tanto el vendedor como el cajero, utilizarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Vendedor y cajero.**

* Camiseta tipo polo azul, con cuello y mangas de color blanco con detalles rojos y con los sellos
* Pantalón caqui.
* Zapatos azules (deportivos)
* Medias blancas

Figura 22.

Nogales, F. (2022). Diseño uniforme

Diseño uniforme vendedor y cajero

3.8.2 Materiales de identificación.

Imago tipo.

Figura 23.

Imagotipo Super Calzado.

Nogales, F. (2022). Imagotipo Super Calzado-Manta.

Elementos a destacar:

- La Silueta de la estrella es sinónimo de prosperidad y el éxito que alcanzara el negocio.
- El círculo alrededor de la estrella significa la comunidad y las relaciones que va a crear Super Calzado con sus clientes.

- El logotipo del establecimiento “Super Calzado”
- El eslogan del negocio “Siempre en Movimiento”
- Los colores utilizados:
    - Color blanco de fondo.
    - Color azul, este color transmite confianza y seguridad.
    - Color rojo, este color resalta el nombre de la marca y transmite energía.
- El Isotipo es claro en resaltar la relación entre el calzado y la temática moderna, donde destacan las seguridad, confianza y calidad.

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Figura 24.

Anverso tarjeta de presentación

Nogales, F. (2022). Anverso tarjeta de presentación. Manta.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del gerente propietario, se observa también las correo y redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Figura 25.

Reverso tarjeta de presentación

Nogales, F. (2022). Reverso tarjeta de presentación. Manta.

Hoja membretada.

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación: *Hoja membretada*

Nogales, F. (2022). Hoja membretada Super Calzado. Manta.

3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Super Calzado es su establecimiento ubicado en la ciudad de Manta, en la Avenida 108 y calle 103.

- **Promoción.**
  - El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp.
  - Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flayers pegados en establecimientos como tiendas, micromercado, entre otros.
  - Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

- **Contacto.**
  - Tarjetas de presentación.
  - E-mail.
  - WhatsApp.
  - Facebook.

- **Correspondencia.**
  - A través de mail corporativo.

- **Negociación.**
  - Directa en el establecimiento con cita previa.
  - A través de video llamada (WhatsApp).
  - Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 5. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	200 unidades	$10
Publicidad Redes Sociales	$14 mensuales	$168,00
Uniformes	$ 40 c/u (2 x persona)	$160,00
TOTAL		**$338,00**

Nogales, F. (2022). Financiamiento publicidad. Manta.

3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo latente que actualmente enfrenta, no solo Super Calzado, sino también todos establecimientos nivel nacional, es la emergencia sanitaria a causa del COVID-19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobretodo en el aforo permitido, en donde se limita a atender cierta cantidad de clientes. Adicional a esto se suma los cambios de en los horarios de atención que puede ser cambiantes, de acuerdo a las disposiciones emitidas el Gobierno nacional o a su vez los GADS.

La oportunidad más grande que tiene Super Calzado es la de posicionarse en un mercado que debido a la emergencia por el COVID-19 ha ido en caída, si bien es cierto que a raíz de la emergencia sanitaria los establecimientos se han visto afectados, a tal manera de que muchos de ellos tuvieron que cerrar, el día de hoy es todo lo contrario, el país de a poco está tratando de regresar reactivar la economía, y con esto los nuevos emprendimientos están surgiendo y creciendo debido a los nuevos sistemas de servicios que se vieron obligados a implementar.

Uno de estos es la tecnología, que ayuda a: publicitar, promocionar y vender productos, así como también para los pagos se los puede receptar mediante banca móvil o transferencias bancarias, sin dejar de resaltar la gran ayuda que brindan las

redes sociales para una publicidad digital que puede llegar a centenares de personas, es por eso también que una de las grandes oportunidades que tiene Super Calzado es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

3.9 Fijación de Precios

3.9.1 Fijación de precios productos.

Los precios presentados a continuación han sido calculados para un solo cliente. Se toma en cuenta el costo de los productos de compra. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la comercialización, por ejemplo:

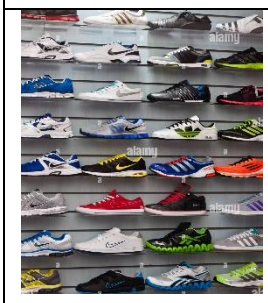
- Gastos administrativos.
- Utilidad.
- IVA.
- Costo de servicio.

El precio de cada par de zapatos se va reflejar el porcentaje de estos valores ya detallados, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del producto.

A continuación, se presentan los costos de los productos que más se venden actualmente:

- Zapatos urbanos para caballeros.
- Zapatillas para niños y niñas.
- Sandalias para dama.
- Zapatos deportivos para hombres y mujeres.
- Zapato escolar.
- Zapatos tipo Crocs

Tabla 6. Costos de calzado.

Tecnológico Internacional		**FICHA TÉCNICA**		
		COSTO ESTÁNDAR DE CALZADO EN PARES		
NOMBRE:	Super Calzado.		**Código:** 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	13/02/2022		**Gerente-Propietario:** Freddy Nogales	
PRODUCTO	**MEDIDA**	**COSTO UNIDAD**	**CANTIDAD**	**TOTAL**
Sandalias de mujeres	Unidad	$ 18.00	500	$9,000.00
Zapatos Colegial	Unidad	$ 15.00	500	$7,500.00
Zapato de lona diseño	Unidad	$ 12.00	500	$6,000.00
Zapatillas baño	Unidad	$ 3.00	500	$1,500.00
Crocs	Unidad	$ 4.00	500	$2,000.00
Zapatos urbano	Unidad	$ 20.00	500	$10,000.00
Zapatos Deportivos para hombres y mujeres	Unidad	$ 22.00	500	$11,000.00
FOTOGRAFÍA				
			**Total**	**$47,000.00**
Total Anual				**$47,000.00**

Nogales, F. (2022). Costos de calzado, Manta.

Tabla 7. Precios de comercialización

	FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN	
	COSTOS COMERCIALIZACIÓN DEL CALZADO	
NOMBRE DEL ESTABLECIEMINTO:	Super Calzado	**Código:** 002
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	13/02/2022	**Gerente / Propietario:** Freddy Nogales
PRODUCTO	**PRECIO DE COMPRA POR UNIDAD**	**PRECIO DE COMERCIALIZACIÓN POR UNIDAD**
Sandalias de mujeres	$ 18,00	$ 28,00
Zapatos Colegial	$ 15,00	$ 25,00
Zapato de lona diseño	$ 12,00	$ 18,00
Zapatillas baño	$ 3,00	$ 7,00
Crocs	$ 4,00	$ 8,00
Zapatos urbano	$ 20,00	$ 35,00
Zapatos Deportivos para hombres y mujeres	$ 22,00	$ 35,00

Nogales, F. (2022). Precios de comercialización Super Calzado, Manta.

3.10. Implementación del negocio

- **Arriendo del local.**

Tabla 8. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	**Pago Semestral**	**Pago Anual**
$150	$900	$1.800

Nogales, F. (2022). Arriendo del local. Manta.

- **Equipos de computación.**

Tabla 9. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Computador HP Core I3 10ma generación	1	$628,95	$628,95
Impresora EPSON L3210	1	$257,25	$257,25
TOTAL			$886,20

Nogales, F. (2022). Equipos de computación. Manta.

- **Muebles y enseres.**

Tabla 10. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Sillón	2	$ 208,95	$ 417,90
Puff relleno	2	$ 37,80	$ 75,60
Mueble Counter	1	$ 280,00	$ 280,00
Repisas	1	$ 90,00	$ 90,00
Exhibidores Ranurado 1,80x1,20	2	$ 100,00	$ 200,00
Parador de zapatos en vinilo	100	$ 1,50	$ 150,00
Espejos 160x45 cm	2	$ 25,00	$ 50,00
Lámpara	2	$ 152,24	$ 304,48
Letrero luminoso	1	$ 220,00	$ 220,00
Dispensador de agua fría y caliente	1	$ 42,00	$ 42,00
TOTAL			$ 1.829,98

Nogales, F. (2022). Muebles y enseres. Manta.

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 11. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Extintor PQS 10 Lb	1	$23,99	$23,99
kit Señalética	5	$2,00	$2,00
Termómetro dispensador de alcohol	1	$90,00	$90,64
TOTAL			$123,99

Nogales, F. (2022). Equipos de computación. Manta.

- **Suministros de oficina**.

Tabla 12. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Papel bond, 1 resma	10	$3,40	$34,00
Grapadora	1	$4,50	$4,50
Grapas (caja)	3	$1,15	$3,45
Caja 3 resaltadores	2	$1,80	$3,60
Esferos BIC (azul, negro)	9	$0,40	$3,60
Perforadora	1	$3,00	$3,00
Libreta	3	$0,57	$1,71
Carpeta de cartón	20	$0,22	$4,40
Tijera	1	$0,45	$0,45
TOTAL			$58,71

Nogales, F. (2022). Suministros de oficina. Manta.

- **Servicios básicos.**

Tabla 13. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	**Pago Mensual**
Agua	$10,00
Luz	$20,00
Teléfono	$10,00
Internet	$20,00
TOTAL	$60,00
TOTAL ANUAL	$720,00

Nogales, F. (2020). Servicios básicos. Manta.

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 14. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Escoba plástica con tubo plastificado	2	$2,99	$5,98
Trapeador Plástico Giratorio C/Balde	1	$19,99	$19,99
Desinfectante eucalipto silvestre Olimpia 900 ml	5	$1,89	$9,45
Cloro original Clorox 3800 ml	2	$4,99	$9,98
Funda para basura 74x91 cm Mayik 10 uni industrial	10	$1,99	$19,90
Pala plástica para basura Mayik Azul	10	$3,99	$39,90
Tacho dual Ratán 24 lts Pica Beige	1	$14,99	$14,99
Jabón líquido fresas y granadas Isabella 1000 ml	6	$1,99	$11,94
Papel higiénico triple hoja familia 36M pague 6 lleve 8	6	$5,99	$35,94
Alcohol antibacterial A1 3785 ml	4	$9,99	$39,96
Toalla Homeclub 28x28 CM	6	$0,99	$5,94
Toalla en Z para manos Homeclub Eco 150 uni	6	$1,99	$22,94
TOTAL			$225,91

Nogales, F. (2022). Materiales de limpieza. Manta.

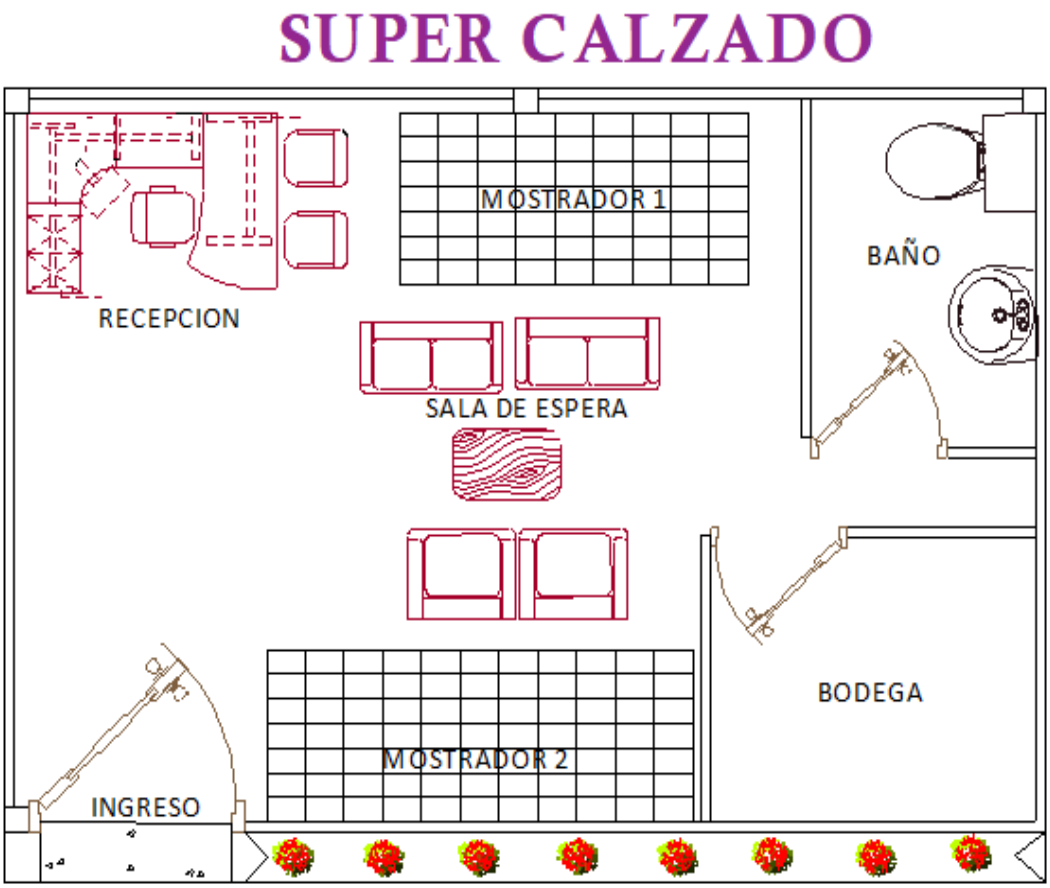
3.11 Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del local la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (10 personas). Se ha considerado el espacio que necesita el personal encargado de las ventas para un fácil desplazamiento y poder ejecutar bien esta actividad. Se ha agregado un espacio específico para bodega.

Estructura interna del establecimiento.

Figura 26.

Estructura del establecimiento.



Nogales, F. (2022). Estructura del establecimiento. Manta.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Super Calzado antes de empezar a operar necesita obtener ciertos permisos y registros que hay que tener en orden y al día. Se tomará en cuenta normas legales que sean aplicadas al proyecto, en este caso para la parte administrativa del emprendimiento corresponde a permisos municipales que se los obtendrá en el Gobierno Autónomo Centralizado Municipal del Cantón Manta, también el respectivo Registro de Marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), Inscripción en la Cámara de Comercio de la ciudad de Manta y los permisos que debemos tener por parte del benemérito cuerpo de bomberos.

Para la puesta en marcha es importante cumplir y formalizar mediante la realización de trámites y permisos pertinentes que admitan el buen desempeño de la actividad, ante ello se presenta los siguientes:

- **Servicio de Rentas Internas / SRI**

  En esta entidad obtener el RUC (Régimen Único de Contribuyentes) no tiene ningún costo (SRI, 2022).

Para obtener el RUC se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad económica, como planilla de agua, luz, teléfono u otros servicios; contrato de arriendo; pago de Impuesto Predial.
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente
  - **Impuesto al valor Agregado**

    La Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno Vigente, nos da a conocer los siguientes aspectos a considerar para el pago del impuesto en base al emprendimiento a poner en marcha:

- Es un impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes muebles, en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados.
- Quienes hayan pagado el IVA podrán utilizarlo como crédito tributario en los casos contemplados en la Ley de Régimen Tributario Interno.
- Las personas y sociedades que presten servicios y/o realicen transferencias o importaciones de bienes.
- Este impuesto se declara y paga de forma mensual cuando las transacciones gravan una tarifa y/o cuando se realiza retenciones de IVA y de forma semestral cuando las transacciones gravan tarifa 0%. (SRI, 2022, p. 1)

- **Impuesto a la Renta**

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1 de enero al 31 de diciembre.

Figura 27.

Impuesto a la renta para personas naturales 2022

Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto sobre la fracción básica	% de impuesto sobre la fracción excedente
0	11.310	0,00	0%
11.310	14.410	0,00	5%
14.410	18.010	155,00	10%
18.010	21.630	515,00	12%
21.630	31.630	949,40	15%
31.630	41.630	2.449,40	20%
41.630	51.630	4.449,39	25%
51.630	61.630	6.949,39	30%
61.630	100.000	9.949,39	35%
100.000		23.378,88	37%

Fuente: https://www.jezl-auditores.com/index.php/tributario/101-tabla-de-impuesto-a-la-renta-ir-2021-2020-y-2019-personas-naturales-ecuador

La declaración de Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, conforme los resultados de su actividad económica; aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

- Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.
- Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieren de la fracción básica no gravada.

La normativa tributaria define a estos contribuyentes como "sujetos pasivos". (SRI, 2.022, p.1).

- **Régimen Simplificado para emprendedores y Negocios Populares (RIMPE)**

Todos los negocios de personas naturales o jurídicas que inicien actividades, al momento de la inscripción en el RUC, se incluirán en el régimen RIMPE desde el primer año de operación.

Se consideran negocios populares aquellos negocios de personas naturales con ingresos brutos existentes de hasta veinte mil dólares de los Estados Unidos de América (US$ 20.000,00) en el ejercicio económico del año inmediatamente anterior.

Se incluyen en este régimen a los artesanos y emprendedores. Es importante considerar que para que una persona sea considerada como artesano, deberá cumplir con los parámetros establecidos en la Ley de Fomento Artesanal**.** Así también, un emprendedor deberá constar en el Registro Nacional de Emprendimiento RNE, para beneficiarse de los incentivos de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación**.**

Para el caso de negocios populares**,** el pago de la cuota establecida en la tabla progresiva incluye el pago del Impuesto al Valor Agregado generado por la

transferencia de bienes, prestación de servicios o derechos que abarque su actividad de conformidad con la Ley.

Esto quiere decir que los negocios populares, que son aquellos con ingresos brutos de hasta $20.000,00 (veinte mil dólares de los Estados Unidos), pagarán una cuota única de $60,00 dólares que incluye el pago del Impuesto a la Renta **y** el Impuesto al Valor Agregado. (Hidalgo, 2021, p.3)

- **Permiso de los Bomberos**

Para obtener el permiso de funcionamiento, debe presentar al cuerpo de bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección de local
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC.
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados), (Si la actividad aplica).
- V Presentar informe de compatibilidad de uso de suelo para los siguientes establecimientos: Centros de tolerancia, cantinas, bares, karaokes, discotecas, licorerías, distribuidoras de gas, bodegas de combustible, estaciones de servicios – gasolineras, asaderos, carpinterías, granjas agrícolas, fábricas en general, y otros establecimientos que se encuentren regulados en el PD y OT.

Según su taxonomía: Clasificación de los servicios de la institución que permite proporcionar de una manera eficaz los requisitos para un determinado servicio.

- **Permiso para locales medianos (Desde 101 m2 hasta 499 m2)**

- Extintor de 10 lbs. de polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m2. Debe instalarse a una altura de 1.50 mts. del piso al soporte.
- Lámparas de emergencia que estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.

- Sistema de detección de humo con panel centralizado (no a batería ni pila).
- Letreros de evacuación “SALIDA” que estén con fondo verde y letras blancas en formato de 30 cm x 20 cm. Deben instalarse en vías de evacuación. Puede ser tipo reflectante o foto luminiscente.
- Letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente en la parte superior de la puerta principal y alterna.
- Apertura de las puertas en sentido de la evacuación, es decir, de adentro hacia afuera. Se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o egreso de personas.
- Puerta de emergencia debidamente señalizada con letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente.
- Escaleras de emergencia en caso de ser requeridas.
- Plan de Emergencia y Evacuación será presentado mediante el formato de entrega firmado por el representante legal. (Cuerpo de Bomberos Portoviejo, 2022)

- **Licencia de funcionamiento comercial y profesional en el GAD Manta**

  - Número de RUC
  - Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente.
  - Declaración de impuesto a la renta
  - Cancelar la patente municipal.
  - Reparto proporcional en relación a los ingresos y los totales de los activos del Cantón Manta.
  - Arrendada – Contrato de arriendo.
  - Propia – Pago de impuesto predial actualizado. (GAD Manta, 2022)

- **Patente Municipal**

- Número de RUC.
- Declaración de impuesto a la renta
- Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente.
- Si es empresa nacional además presentará el reparto proporcional en relación

a los ingresos y los totales de los activos del Cantón Manta.
– Los artesanos calificados también presentarán: copia de calificación artesanal y copia de la recalificación artesanal (cuando se calificaron como artesanos. (GAD Municipal, 2022)

- **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

  – El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).
  –Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
  –Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
  –Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
  –Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
  –Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
  –Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

Tabla 15. Derechos y Obligaciones del trabajador.

DERECHOS	OBLIGACIONES
Derecho a la jubilación por vejes	Desempeñar el servicio contratado bajo la dirección del patrón o de su representante.
Derecho a la jubilación por invalides.	Ejecutar el trabajo con la eficiencia, cuidado y esmero apropiados y en la forma, tiempo y lugar convenidos.
Derecho a la pensión de Monte Pio	Observar buenas costumbres durante el trabajo.

Tabla 16. Derechos y Obligaciones del Empleador.

DERECHOS	OBLIGACIONES
Derecho de recibir la prestación del trabajo.	Cumplir con las normas y reglas.
Derecho a tener las contribuciones del trabajador al sistema de la seguridad social y sindical.	Realizar las actividades que le indicaron en el tiempo convenido con su jefe.
Derecho a premiar diferencialmente al personal.	Cumplir con sus funciones laborales.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1. Objetivo de área

Dentro de la industria del calzado, en la actualidad se escucha de materia prima ecológica o fibras naturales a la hora de crear nuevas piezas con el fin de aportar numerosas soluciones al objeto de mitigar el impacto perjudicial.

En el proceso de la comercialización de calzado se origina un efecto mínimo sobre la contaminación del medio ambiente. Esto motiva para que los centros que comercializan calzado utilicen fundas elaboradas con materiales ecológicos en los empaques de los productos, buscando soluciones innovadoras, sostenibles tanto para el medio ambiente como para el negocio.

Valorar la protección del Medio Ambiente como principal responsabilidad de la empresa Super Calzado. Se remarca que la protección del Medio Ambiente es cosa de todos los que forman parte de la empresa Super Calzado por lo que se debe proceder en cada situación con un comportamiento responsable tanto dentro como fuera de la empresa.

El impacto social del proyecto de comercialización de calzado presenta un impacto muy positivo en la comunidad en general, donde se pretende comercializar y distribuir los productos, los cuales tendrían acceso los habitantes de la ciudad de Manta.

5.2 Impacto ambiental

5.2.1 Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar Super Calzado.

La empresa comercializadora Super Calzado, debe aplicar sistemas de gestión ambiental, con el fin de prevenir costos, control de situaciones que puedan verse afectadas las relaciones con autoridades ambientales. Por lo cual se dará cumplimiento a la normativa ambiental vigente, para aprovechar recursos y aportar al mejoramiento continuo de la empresa.

- Residuos.
- Aguas.
- Ruidos.
- Atmósfera.

Si bien hoy en día, y teniendo en cuenta la tendencia hacia la prevención de la contaminación en contra de la corrección, otro campo importante sería también el consumo de recursos. En cuanto al caso particular de empresas de limpieza tenemos:

- **Reciclar**

Para que esta tarea resulte más fácil, el local instalará contenedores en donde se coloquen latas, botellas de vidrio, toallas desechables, plásticos y papel organizar que todo se envíe a planta de reciclaje.

- **Desconectar la tecnología cuando no se usa**

La electrónica consume energía cuando está conectada y apagada. Para ahorrarla es buena idea desconectar aparatos tecnológicos, cargadores, luces y las computadoras en la noche, o incluso cuando no se tenga clientes en el establecimiento.

- **Usar iluminación eficiente**

Las bombillas LED, por ejemplo, usan del 20% al 25% de energía menos que las bombillas incandescentes tradicionales, y duran 25 veces más.

- **Escoger productos de limpieza ecológicos**

Super Calzado puede elegir productos de limpieza sin toxinas ni productos químicos.

5.2.2 Medidas para contrarrestar los impactos generados.

- Instalar lámparas LED.
- Iniciar programas inteligentes de agua: instalar inodoros y grifos de bajo flujo puede ahorrar 2.5 galones de agua por minuto.
- Usar productos orgánicos para la empaquetada del producto.
- Reducir, reciclar y reutilizar.
- La basura generada en el local colocar en sus debidos sitios estratégicos que estén visibles a los clientes.
- Comprobar que las instalaciones de agua estén en buen estado.

5.3 Impacto social

Bajo normas legales

Super Calzado cumple con todos los requerimientos legales actuales de cada entidad y organismo de control, para su respectivo funcionamiento por lo que los servicios que brinda el emprendimiento son lícitas amparadas por el Código de Trabajo y la Constitución de la República del Ecuador.

Igualdad de género

La igualdad de género se refiere a “la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres” que se pueda tener a lo largo de la vida de la empresa. Super Calzado priorizará la participación igualitaria de hombres y mujeres.

Generar empleo

Es uno de los factores que tiene mayor incidencia en lo social ya que es importante destacar que en Manta, al igual que en el resto del país existe una gran tasa de desempleo, representando una disminución de ingresos lo que hace que la población más vulnerable no logré satisfacer las necesidades mínimas vitales de toda persona; es por ello que Super Calzado generará empleos a habitantes del sector que sean capacitados y cuente con experiencia de la actividad a realizar, apoyando y contribuyendo al desarrollo económico de ciudad.

Atracción de empleados

Super Calzado mantendrá una política que incluya una gestión empresarial que sea eficiente y responsable de manera que los empleados y trabajadores se sientan motivados y seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en sus actividades encomendadas a cada uno.

Es importante crear un ambiente armónico en el lugar de trabajo para que cada uno aporte con su esfuerzo e ímpetu laboral, logrando que todo marche bien a satisfacción de los clientes.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1 Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero del plan de negocio para la comercialización de calzado “Super Calzado”, en el cual se indica la perspectiva del punto de vista económico y en donde se analiza la viabilidad de cada punto financiero hasta llegar a la inversión total, misma que se requiere para posicionar el emprendimiento en la ciudad de Manta.

6.2 Inversiones

La mayoría de las inversiones de un proyecto se concentra en aquellas que se deben realizar antes del inicio de la operación, aunque es importante considerar también las que se deben realizar durante la operación del proyecto, tanto por la necesidad de reemplazar activos como para enfrentar la ampliación proyectada del nivel de actividad.

6.3 Activos Fijos

El activo fijo se refiere al bien que posee una empresa o negocio, sea tangible o intangible. Una de sus características es que no pueden convertirse en liquidez a corto plazo. Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa, se toman en cuenta los edificios, vehículos, quipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles (Kueski, 2020), sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: $2.840,17 *(Ver tabla 17)*.

Tabla 17. Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	$1.829,98
Equipos de Computación	$886,20
Equipos Ind./ seguridad	$123,99
Total	**$2.840,17**

Nogales, F. (2022). *Activos fijos.* Manta

6.4 Activos diferidos

Concierne a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define al conjunto de bienes de que son propiedad de la empresa y son necesarios para su funcionamiento en los cuales se incluye gastos de inversión, gastos legales, permiso de funcionamiento, patentes municipales y permiso de bomberos. *(Ver tabla 18).*

Tabla 18. Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de constitución	$450,00
Total	**$450,00**

Nogales, F. (2022). *Activos diferidos.* Manta.

6.5 Capital de trabajo

El Capital de Trabajo es el conjunto de activos requeridos para dar continuidad al proceso productivo y permitir financiar los desfases entre la adquisición de insumos o materias primas y las ventas de los productos. (Espinoza, 2007).

En lo que concierne al establecimiento, trimestralmente tenemos un costo de materia prima $11.750,00; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de $180,00; de sueldos y salarios de $4.982,15, material de oficina un valor de $14,68, material de limpieza un valor de $56,48, alquiler del local un valor de $450,00, gastos financieros un valor de $350,00 y los gastos de publicidad de $84,50. Dando un total de gasto trimestral de $17.867,81. *Ver tabla 19).*

Tabla 19. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Costo de materia prima	$11.750,00
Servicios básicos	$180,00
Sueldos y salarios	$4.982,15
Material de oficina	$14,68
Material de limpieza	$56,48
Alquiler de local	$450,00
Gastos publicidad	$84,50
Gastos financieros	$350,00
Nro, meses	3
Total	**$17.867,81**

Nogales, F. (2022). *Capital de trabajo.* Manta

6.6 Inversión total

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 3 meses de la empresa es de $21.157,98. *(Ver tabla 20).*

Tabla 20. Detalles de inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	$2.840,17
Total Activos Diferidos	$ 450,00
Total Capital de Trabajo	$17.867,81
Total	**$21.157,98**

Nogales, F. (2022). Total, de Inversión. Manta

6.7 Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales *(Ver tablas 20-23).*

Tabla 21. Sueldos.

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMP.	GASTO SUELDO ANUAL
Gerente/Administrador	$550,00	$6.600,00	$623,70	$801,90	$6.778,20
Vendedor polivalente	$425,00	$5.100,00	$481,95	$619,65	$5.237,70
Bodeguero polivalente	$425,00	$5.100,00	$481,95	$619,65	$5.237,70
TOTAL	**$1.400,00**	**$16.800,00**	**$1.587,60**	**$2.041,20**	**$17.253,60**

Nogales, F. (2022). Sueldos. Manta

Tabla 22. Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4º	DECIMO 3º	T. DECIMOS
Gerente/Administrador	$550,00	$425,00	$550,00	$975,00
Vendedor polivalente	$425,00	$425,00	$425,00	$850,00
Bodeguero polivalente	$425,00	$425,00	$425,00	$850,00
TOTAL	**$1.400,00**	**$1.275,00**	**$1.400,00**	**$2.675,00**

Nogales, F. (2022). Décimos. Manta

Tabla 23. Sueldos Totales

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANNUAL
$17.253,60	$2.675,00	$19.928,60

Nogales, F. (2022). Sueldos Totales. Manta

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de $19.928,60 anual.

6.8 Depreciación activos fijos.

La depreciación es la diminución del valor del activo fijo que se produce por su uso y desgaste, lo cual disminuye su valor económico. La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes: (Castro, 2011)

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcazas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual

En esta tabla, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de $490,77.

Tabla 24. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	**DEPRECIACIÓN**
Equipos Ind.	$123,99	10%	$12,40
Edificio	$0,00	20%	$0,00
Vehículos	$0,00	5%	$0,00
Equipos de Computación	$886,20	33,33%	$295,37
Muebles y Enseres	$1.829,98	10%	$183,00
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			$490,77

Nogales, F. (2022). Depreciación activos fijos. Manta

6.9 Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a $70,00, ya que el monto por constitución equivale a $450,00 *(Ver tabla 25)*

Tabla 25. Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución de la empresa	$450,00	20%	$90,00

Nogales, F. (2022). Amortizaciones. Manta

6.10 Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de $10000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (Ver tabla 26).

Tabla 26. Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	$10.000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	**DIVIDENDO**	**PAGO INTERES**	**PAGO CAPITAL**	**SALDO**
0	-	-	-	10.000
1	2912,84	1.400,00	1.512,84	8.487,16
2	2912,84	1.188,20	1.724,63	6.762,53
3	2912,84	946,75	1.966,08	4.796,45
4	2912,84	671,50	2.241,33	2.555,12
5	2912,84	357,72	2.555,12	0,00

Nogales, F. (2022). Tabla de Amortización. Manta

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 10.000, llegando al año 5, el pago de interés de $357,72 y a su vez el pago capital de $2.555,12, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

6.11 Estructura capital

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es

lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones.

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de $11.157,98 que equivale a una estructura del 53%; costo 13% con una tasa de descuento de 6,9 %; por consiguiente el Capital Financiero es de $10.000 con una estructura del 47% , el costo es del 14 % que otorga el 6,6% de tasa de descuento; con un total de inversión de $21.157,98 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,5% valor indicador de la factibilidad de la empresa (Ver tabla 2).

Tabla 27. Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	**Costo**	**TD**	
Capital Propio	$11.157,98	43%	13%	6,9%	
Capital Financiero	$10.000,00	57%	14%	6,6%	
Total	$21.157,98	100%		**13,5%**	**TMAR**

Nogales, F. (2022). Estructura capital. *Manta.*

6.12 Punto de equilibrio

En la siguiente tabla, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos (Espinoza, 2007). El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de $5.787,39 (Ver tabla 28)

Tabla 28. Costos fijos

COSTOS FIJOS	
Materia prima	$3.916,67
Arriendo	$150
Sueldos	$1.660,72
Servicios Básicos	$60,00
Total	$5.787,39

Nogales, F. (2022). Costos Fijos. Manta

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para Super Calzado se tomó en cuenta los gastos administrativos.

Tabla 29. Margen de contribución

Relación P/C calzado para damas y caballeros		
Precio	35	
Costo	20	
Ganancia	15	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Nogales, F. (2022). Margen de Distribución Fijos. Manta

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad, es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales.

Por tanto, el punto muerto no es más que ese mínimo necesario para no tener pérdidas y donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias. Este concepto es esencial para saber cuál es el mínimo vital para poder sobrevivir en el mercado. (Rus 2020)

En la tabla 27, se puede observar que se deberá realizar 322 consultas mensuales, es decir 11 consultas diarias para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 28 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia será de 600 consultas.

Tabla 30. Punto de equilibrio

	NÚMERO	VALOR	TOTAL
VENTA	386	$35	$13.503,89
COSTO	386	$20	$7.716,50
GASTO			$5.787,39
PUNTO DE EQUILIBRIO			**0**

Nogales, F. (2022). Punto de Equilibrio. Manta

Tabla 31. Ventas Proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
NÚMERO	**VALOR**	**TOTAL**	
396	$13.860,00	$166.320,00	**VENTAS**
396	$7.920,00	$95.040,00	**COSTO**

Nogales, F. (2022). Ventas Proyectadas. Manta

6.13 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La presente tabla está contemplada a 5 años con un crecimiento país del 3.01% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de $29.470,36 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de $34.005,52.

Tabla 32. Costo de ventas.

COSTO DE VENTAS						
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
VENTAS		166.320,00	171.326,23	176.483,15	181.795,29	187.267,33
COSTO DE VENTAS		95.040,00	97.900,70	100.847,52	103.883,03	107.009,90
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		71.280,00	73.425,53	75.635,64	77.912,27	80.257,43
GASTOS ADMINISTRATIVOS		19.928,60	20528,45	21146,36	21.782,86	22.438,53

SERVICIOS BASICOS		720,00	741,67	764,00	786,99	810,68
MATERIAL OFICINA		58,71	60,48	62,30	64,17	66,10
MATERIAL LIMPIEZA		225,91	232,71	239,71	246,93	254,36
ALQUILER		1.800,00	1.854,18	1.909,99	1.967,48	2.026,70
PUBLICIDAD		338,00	348,17	358,65	369,45	380,57
DEPRECIACIONES		490,77	490,77	490,77	490,77	490,77
AMORTIZACIONES		90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
UTILIDAD OPERATIVA		47.628,01	49.079,10	50.573,86	52.113,61	53.699,71
GASTOS FINANCIEROS		1.400,00	1.188,20	946,75	671,50	357,72
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		46.228,01	47.890,89	49.627,10	51.442,11	53.342,00
BASE IMPOSITIVA		16.757,65	17.360,45	17.989,83	18.647,76	19.336,47
UTILIDAD NETA		29.470,36	30.530,44	31.637,28	32.794,35	34.005,52

Nogales, F. (2022). Costo de Ventas. Manta

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de $ 29.470,36 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de $ 34.005,52.

6.14 Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo específico, brinda la información sobre los ingresos y gastos, permitiendo determinar la solvencia y liquidez que posee la empresa.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de $28.538,29, mientras que para el 5 año esta aumentará a $32.031,17 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (Ver tabla 33).

Tabla 33. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
UTILIDAD OPERATIVA		47.628,01	49.079,10	50.573,86	52.113,61	53.699,71
DEPRECIACION		490,77	490,77	490,77	490,77	490,77
AMORTIZACION		90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
- BASE IMPOSITIVA		16.757,65	17.360,45	17.989,83	18.647,76	19.336,47
- GASTOS FINACIEROS		1.400,00	1.188,20	946,75	671,50	357,72
- PAGO CAPITAL		1.512,84	1.724,63	1.966,08	2.241,33	2.555,12
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-74761,84	28.538,29	29.386,58	30.251,97	31.133,78	32.031,17

Nogales, F. (2022). Flujo de Caja. Manta

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de $28.583.29, mientras que para el 5 año esta aumentará a $ 32.031,17.

6.15 Calculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.15.1 VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el

VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de $31.217,37; por lo tanto, el negocio es factible.

6.15.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión y está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 28,54 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,46% con el TMAR.

Tabla 34. Calculo VAN/ TIR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	31.217,37
TIR	28,54%
TMAR	13,46%

Nogales, F. (2022). Cálculo VAN/TIR. Manta

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 **CONCLUSIONES**

Luego de realizar el presente trabajo concluyo que será un éxito la comercialización de calzado de calidad en el proyecto que se va a emprender ya que dará comodidad a damas, caballeros y niños y a la vez estará destinada para todos los gustos, además que se pretende cuidar de la salud de la población en general.

En cuanto a la realización de la investigación de mercados y marketing concluyo indicando que es un proceso importante para la creación de mi empresa ya que con esto puedo valorar la factibilidad y rentabilidad de mi proyecto, teniendo en cuenta la opinión de posibles clientes; que me permitirá el ingreso al mercado nacional con distintivos de la tienda.

Se concluye que es importante conocer sobre la normativa legal en cuanto a la creación y funcionamiento de una empresa y obtener los permisos pertinentes en las instituciones a cargo, para lograr un adecuado desempeño en la actividad comercial planteada.

En cuanto al impacto social y Ambiental he planteado que los productos a ser comercializados se realizaran con material de fibra natural, ecológico con el objetivo de aplacar el riesgo de contaminación ambiental, también es importante tener en cuenta que pretendo ofertar empleo a personas residentes en la localidad lo cual ayuda al desarrollo económico de la población.

En el tema financiero he analizado la factibilidad de ejecución de mi proyecto teniendo en cuenta que la inversión total y valorando cada uno de los aspectos necesarios como es la adquisición de implementos, los sueldos, la depreciación de los bienes y concluyo diciendo que es un Proyecto viable

7.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar un análisis administrativo exhaustivo y eficaz para la formación de una empresa ya que este nos permitirá alcanzar los objetivos planteados; empleando de manera óptima los recursos disponibles.

Se recomienda realizar análisis de investigación que ayuden a conocer el mercado o la población a la que va dirigida un emprendimiento con la finalidad de comercializar un producto ideal.

También es recomendable que para realizar este tipo de trabajos se tome en cuenta el ámbito financiero; porque esto nos beneficiará para saber si una empresa es rentable, con una proyección a futuro.

7.3 Bibliografía

AMARU, A. C. (2009). Fundamentos De Administración. MEXICO: PEARSON EDUCACION.

Ambrosio, V. (2000). Plan de Marketing Paso a Paso. Prentice Hall: Colombia

NEC. (2010). Censo Económico 2010.

GAD Municipal. (2022). Requisitos Patente Municipal. Recuperado el 2022, de https://portalciudadano.manta.gob.ec/portalciudadano/serviciosdigitales

Espinoza, M. A. (2007). Evaluación de Proyectos de Inversión. Chile.

Enrique Rus Arias, 06 de mayo, 2020 *Punto de equilibrio*. Economipedia.com

Cámara de comercio de Manta. (s.f.). Requisitos para afiliarse a la cámara de comercio de Manta. Manta: https://ccm.org.ec/index.php/afiliacion/

Servicio de Rentas internas. (s.f.). Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares. Manta: www.sri.gob.ec/rimpe

(Google maps, 2022) *Ubicación*. Recuperado de https://www.google.com/maps/place/Manta/@-0.9539502,80.7165467,18z

7.4 Anexos

Anexo 1 Encuesta

Buenos días, soy estudiante de V semestre de Administración del Instituto Tecnológico Internacional, el objetivo de la presente encuesta es con fines académicos para conocer la factibilidad de crear un local comercial, que tiene como objetivo principal la comercialización de calzado, para lo cual precisamos información veraz y confiable.

Selecciona tu género

_____Masculino

_____Femenino

Por favor marque con una X la respuesta elegida.

1. **¿Qué edad tiene?**

   a.____18-25 Años

   b. ____26-33 Años

   c. ____34-41 Años

   d. ____42-49 Años

   d. ____Mayor a 49 años

2. **De las siguientes líneas de calzado cual es la que usted compra con más frecuencia**

   a.____Línea Deportiva

   b. ____Línea Informal

   c. ____Línea formal

   d. ____Industrial

   d. ____Otros

3. **¿En qué material prefiere su calzado?**

a. ___ gamuza
b. ___ cuero
c. ___ sintéticos
d. ___ tela
e. ___ Plástico

4. **¿En qué época del año compra su calzado?**

a.___ Enero-Febrero- Marzo
b. ___ Abril-Mayo-Junio
c. ___ Julio-Agosto- Septiembre
d. ___ Octubre-Noviembre-Diciembre
e. ___ Indiferente

5. **¿Cuáles son los sitios que más frecuenta a la hora de comprar calzado**?

a. ___ Tienda / Almacén
b. ___ Mercados
c. ___ Centro Comercial
d. ___ Medios Digitales
e. ___ Otros

6. **¿Cuáles son las características que más influyen al momento de comprar calzado para usted o su familia?**

a. ____Calidad y comodidad

b. ____Exclusividad y diseño

c. ____Precio y garantía

7. **¿Al momento de comprar calzado, que forma de pago utiliza?**

a. ____ Efectivo

b. ____Tarjeta de crédito

c. ____Tarjeta de débito

d. ____Transferencia bancaria

8. **¿Cuántos pares de calzado compra al año?**

a. ____1 a 3 pares

b. ____4 a 6 pares

c. ____7 a 9 pares

d. ____más de 10 pares

9. **¿Al momento de comprar calzado tiene preferencia por alguna marca? Si su respuesta es SI especifique la marca**

a. ____SI

b. ____NO

10. **¿Estaría dispuesto a comprar calzado de calidad y garantía, en un almacén con la opción de elegir variedad de modelos y diseños, con la posibilidad de participar de increíbles promociones?**

a. ____SI
b. ____NO
c. ____Tal vez

11. **¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir?**

a. ____Precio
b. ____Producto

12. **¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse, conocer productos y promociones afines a la comercialización de calzado?**

a. ____Redes Sociales

b. ____Radio

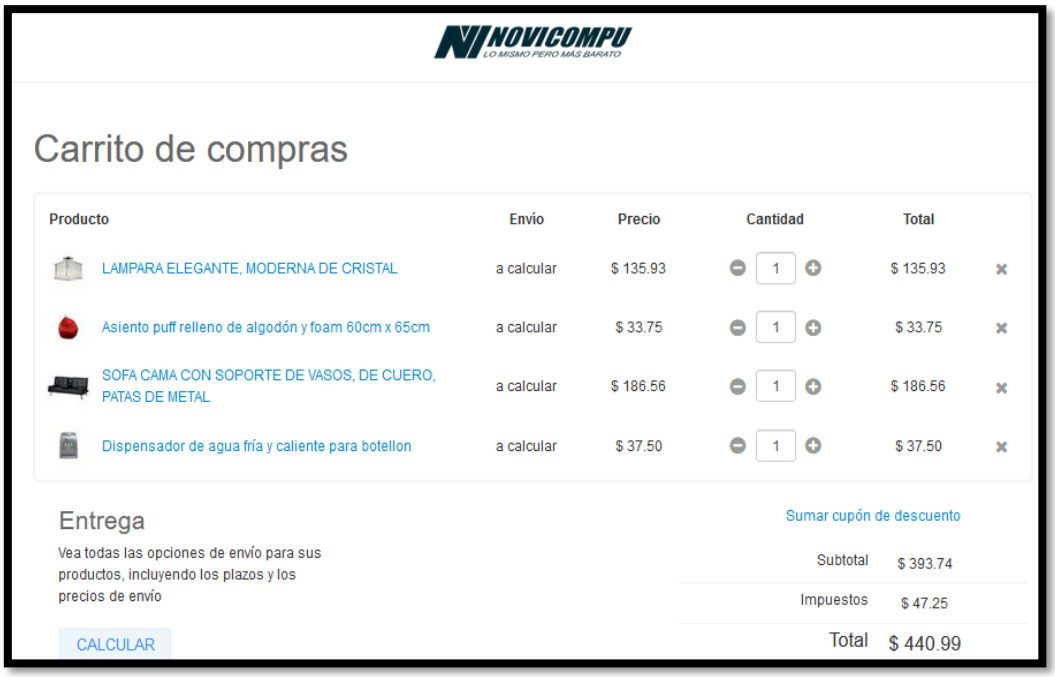
c. ____Televisión

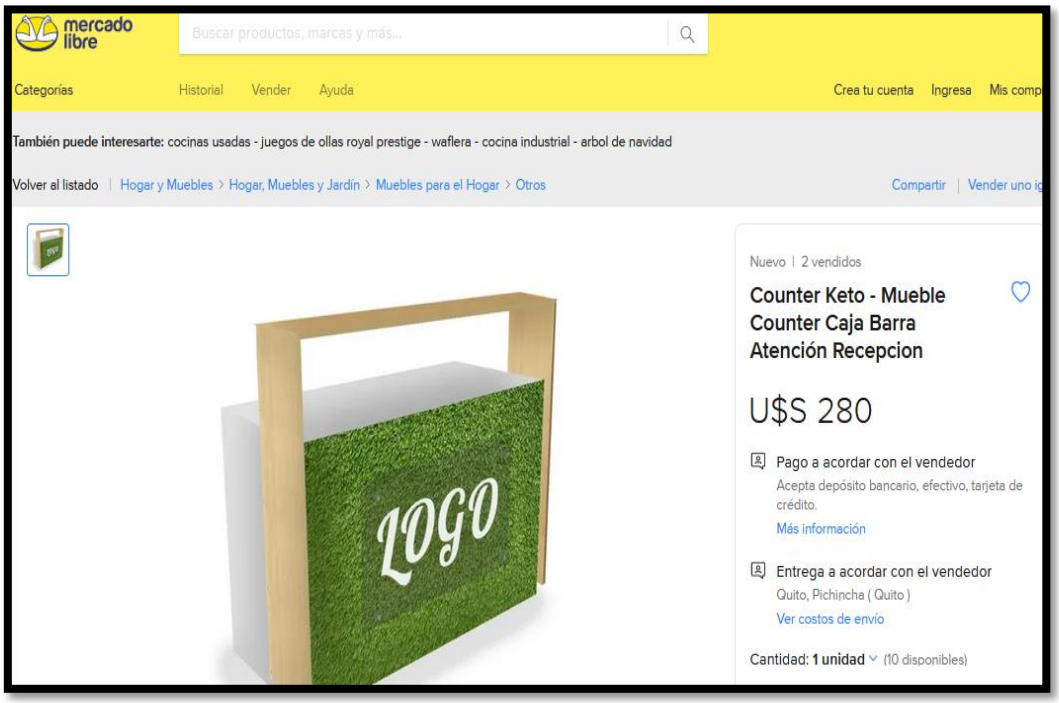
d. ____Internet

Le agradezco el tiempo que dedicó a esta encuesta, gracias por su colaboración.

Anexo 2 Equipos de computación.

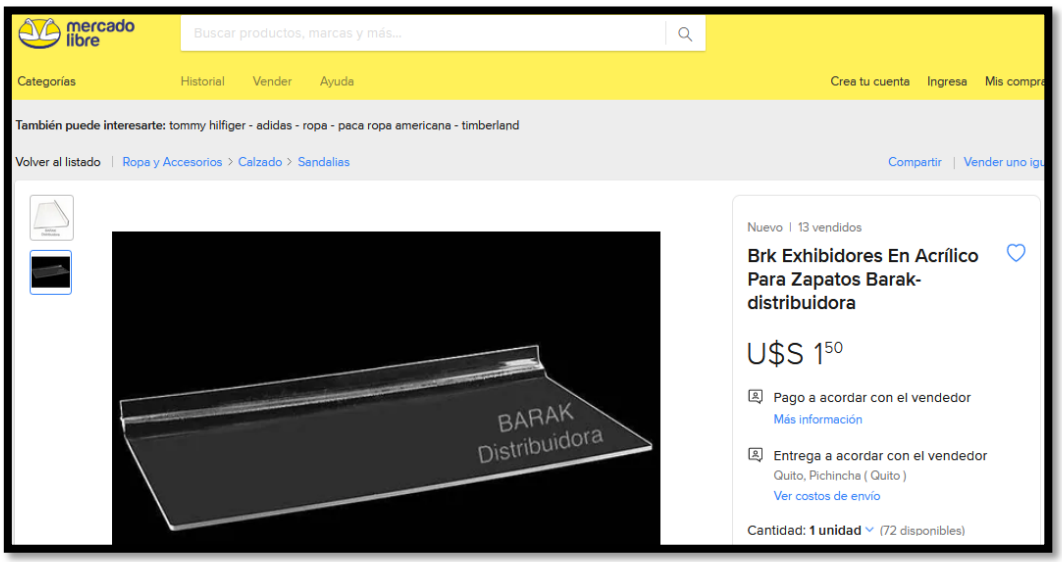
Anexo 3 Muebles y enseres.





Espejos resistentes con marco en aluminio
$25

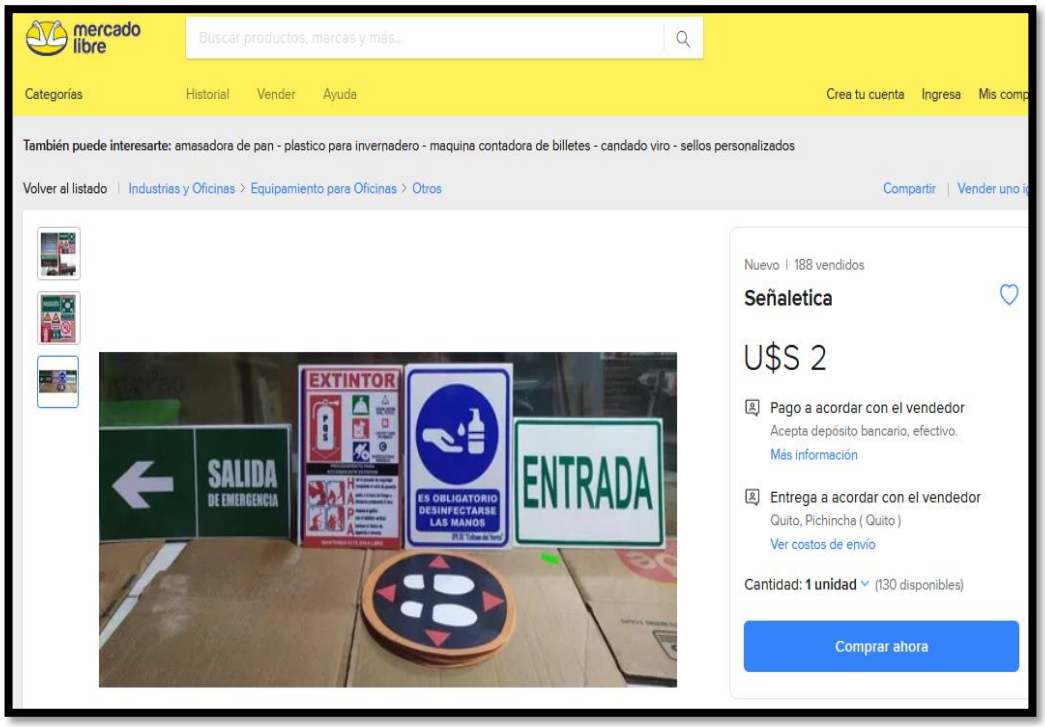
Exibidores ranurados 1.80 x 1.20 x 0.25
$90

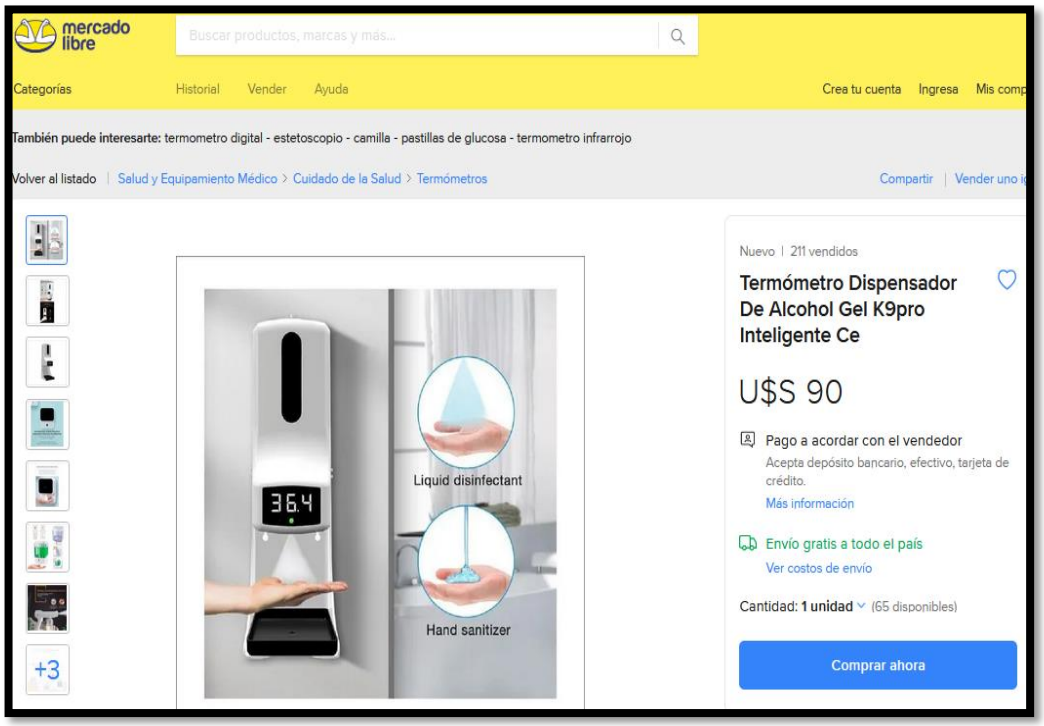


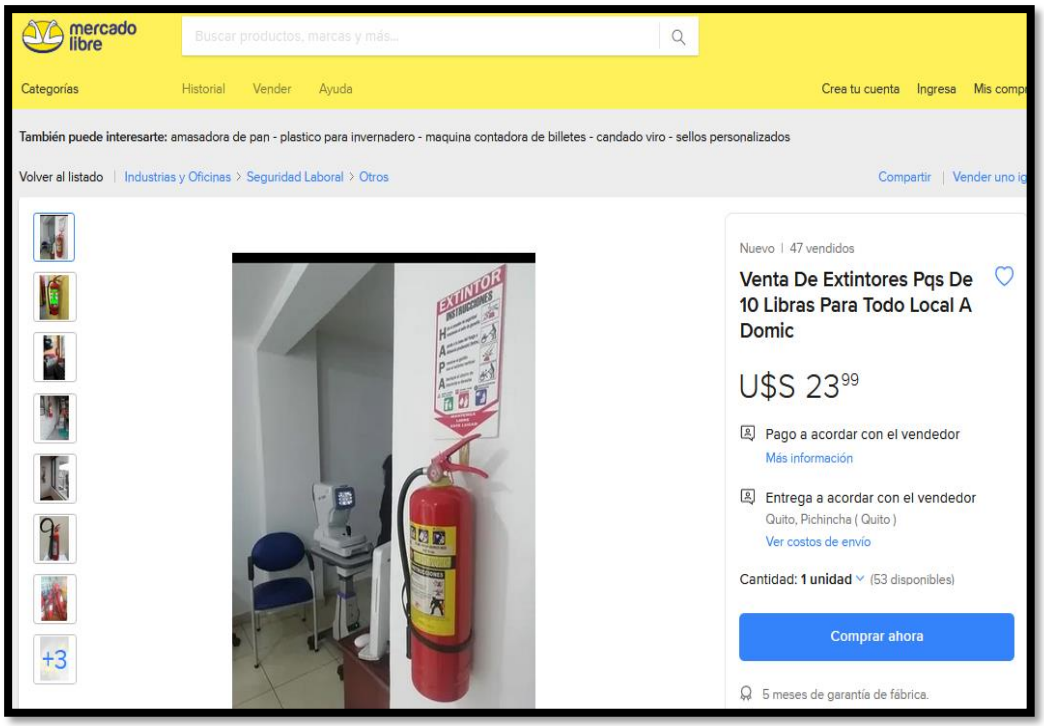
Letreros Led Luminosos Programables 2mx0,40cm - Publicidad

$220

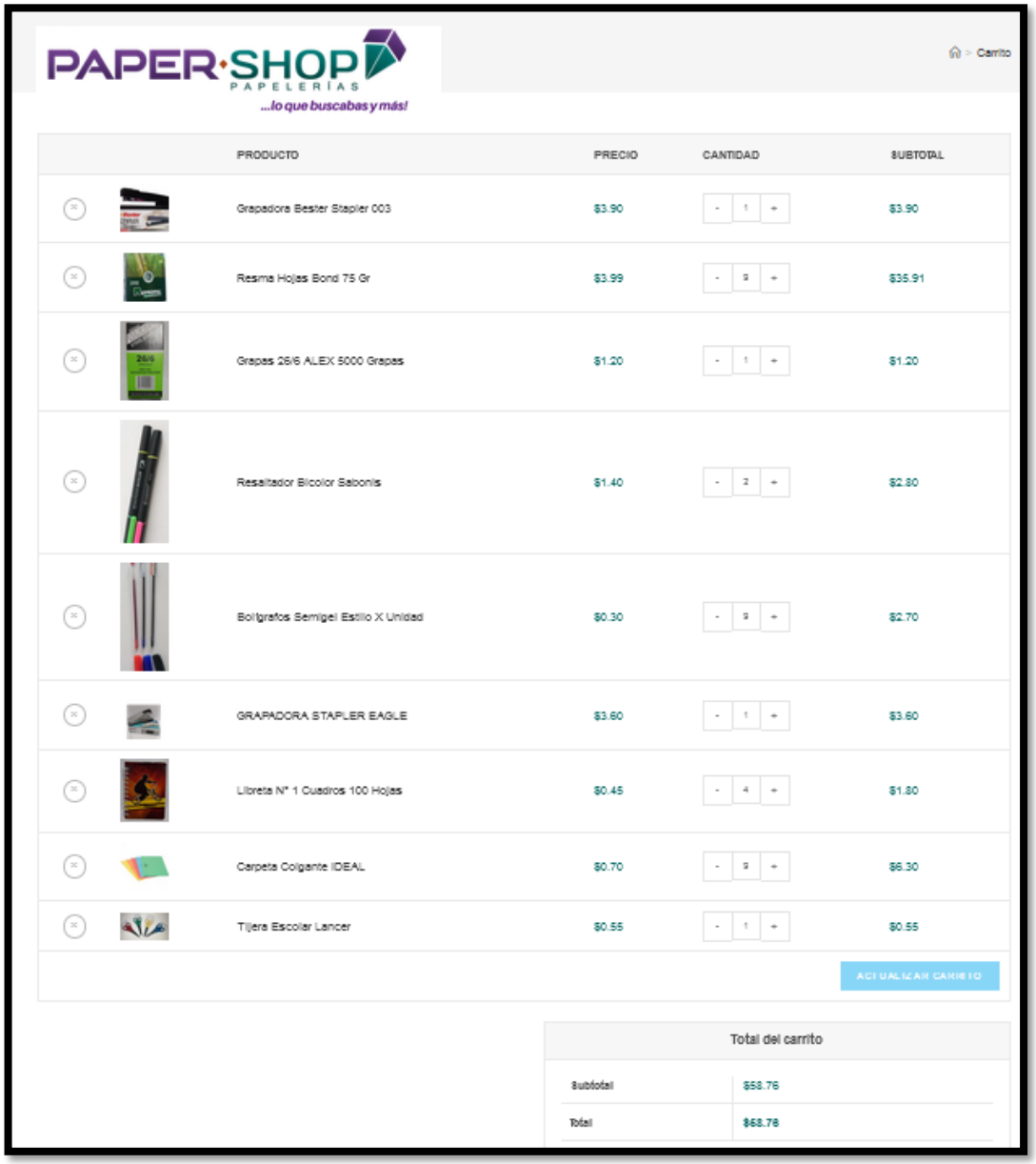
Anexo 4 Equipos industriales de seguridad.






mercado libre
Buscar productos, marcas y más...
Categorías
Historial
Vender
Ayuda
Crea tu cuenta
Ingresa
También puede interesarte: amasadora de pan - plastico para invernadero - maquina contadora de billetes - candado viro - sellos personalizados
Volver al listado | Industrias y Oficinas > Seguridad Laboral > Otros
Compartir
+3
EXTINTOR
Nuevo | 47 vendidos
Venta De Extintores Pqs De 10 Libras Para Todo Local A Domic
U$S 23 99
Pago a acordar con el vendedor
Más información
Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
Ver costos de envío
Cantidad: 1 unidad (53 disponibles)
Comprar ahora
5 meses de garantía de fábrica.

Anexo 5 Suministros de oficina.



PAPER·SHOP PAPELERÍAS ...lo que buscabas y más!

Carrito

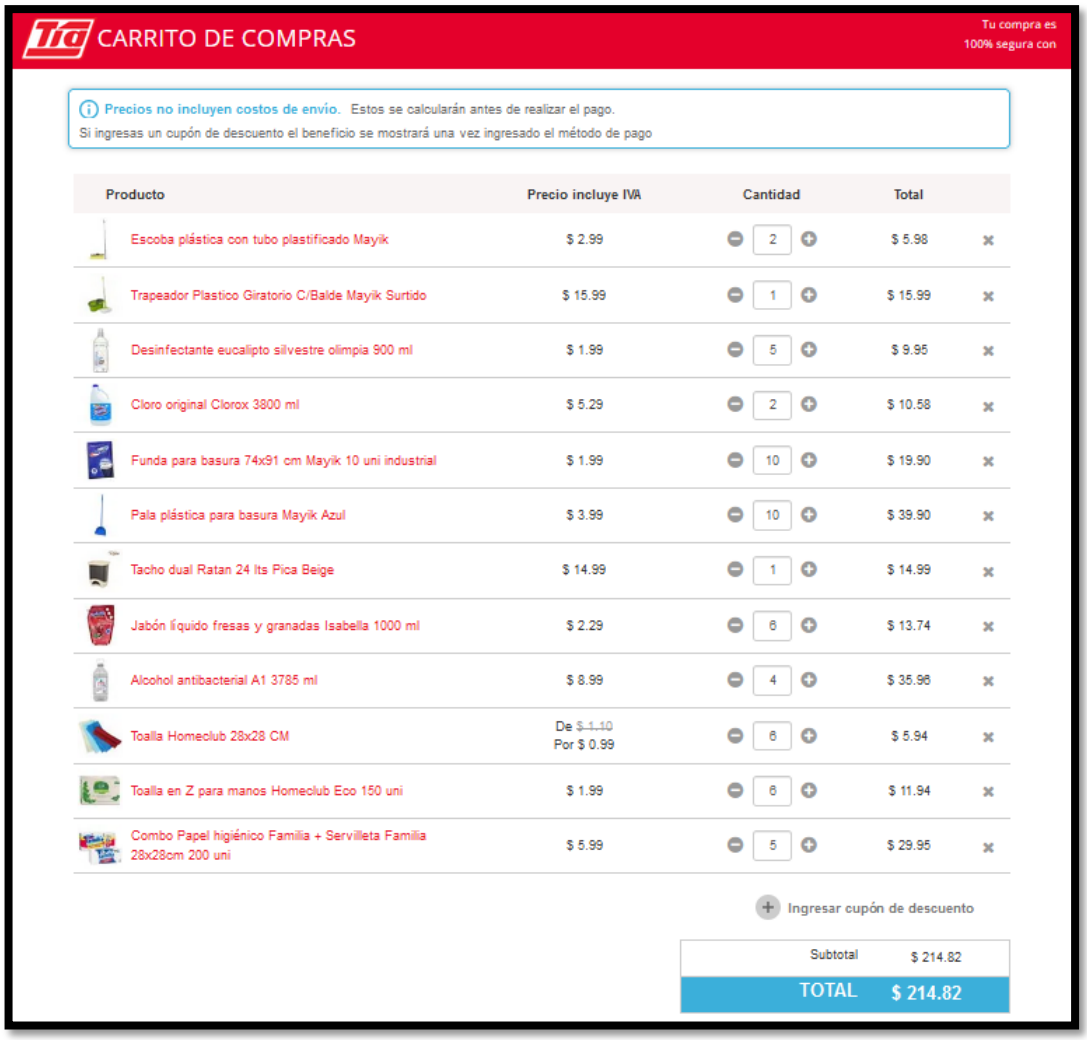
	PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
	Grapadora Bester Stapler 003	$3.90	1	$3.90
	Resma Hojas Bond 75 Gr	$3.99	9	$35.91
	Grapas 26/6 ALEX 5000 Grapas	$1.20	1	$1.20
	Resaltador Bicolor Saboris	$1.40	2	$2.80
	Bolígrafos Semigel Estilo X Unidad	$0.30	9	$2.70
	GRAPADORA STAPLER EAGLE	$3.60	1	$3.60
	Libreta N° 1 Cuadros 100 Hojas	$0.45	4	$1.80
	Carpeta Colgante IDEAL	$0.70	9	$6.30
	Tijera Escolar Lancer	$0.55	1	$0.55

ACTUALIZAR CARRITO

Total del carrito

Subtotal	$58.76
Total	$68.78

Anexo 6 Materiales de limpieza.



CARRITO DE COMPRAS

Tu compra es 100% segura con

Precios no incluyen costos de envío. Estos se calcularán antes de realizar el pago.
Si ingresas un cupón de descuento el beneficio se mostrará una vez ingresado el método de pago

Producto	Precio incluye IVA	Cantidad	Total
Escoba plástica con tubo plastificado Mayik	$ 2.99	2	$ 5.98
Trapeador Plastico Giratorio C/Balde Mayik Surtido	$ 15.99	1	$ 15.99
Desinfectante eucalipto silvestre olimpia 900 ml	$ 1.99	5	$ 9.95
Cloro original Clorox 3800 ml	$ 5.29	2	$ 10.58
Funda para basura 74x91 cm Mayik 10 uni industrial	$ 1.99	10	$ 19.90
Pala plástica para basura Mayik Azul	$ 3.99	10	$ 39.90
Tacho dual Ratan 24 lts Pica Beige	$ 14.99	1	$ 14.99
Jabón líquido fresas y granadas Isabella 1000 ml	$ 2.29	6	$ 13.74
Alcohol antibacterial A1 3785 ml	$ 8.99	4	$ 35.96
Toalla Homeclub 28x28 CM	De ~~$ 1.10~~ Por $ 0.99	6	$ 5.94
Toalla en Z para manos Homeclub Eco 150 uni	$ 1.99	6	$ 11.94
Combo Papel higiénico Familia + Servilleta Familia 28x28cm 200 uni	$ 5.99	5	$ 29.95

Ingresar cupón de descuento

Subtotal	$ 214.82
TOTAL	$ 214.82