



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**SEPTIEMBRE 2019 – FEBRERO 2020**

**EMPRENDIMIENTO**

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**Comercialización de calzados en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (JUJAN)**

**EGRESADO:**

**Bravo Mota Edinson Andrés**

**TUTOR:**

**Ing. Washington Enrique Pazmiño Gavilánez, MAE**

**AÑO 2020**

## INDICE DE CONTENIDOS

INDICE DE TABLAS .....	3
INDICE DE ILUSTRACIONES .....	4
RESUMEN .....	5
INTRODUCCION .....	6
CAPITULO I. IDEA DE NEGOCIOS .....	7
1.1. Descripción de la idea de negocio. ....	7
1.2. Fundamentación teórica de la idea de negocio. ....	7
1.3. Estudio de mercado. ....	17
CAPITULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO .....	34
2.1. Descripción del emprendimiento. ....	34
2.2. Fundamentación gerencial del emprendimiento. ....	41
2.3. Estructura organizacional y funcional del emprendimiento. ....	45
CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIO. ....	50
3.1. Matriz Canvas de la Zapatería: SHOES FOR MEN “JUJAN” .....	50
3.2. Segmento de mercado. ....	51
3.3. Productos y servicios como propuesta de valor. ....	51
3.4. Canales de comercialización. ....	53
3.5. Relaciones con los clientes. ....	54
3.6. Fuentes de ingreso. ....	55
3.7. Activos para el funcionamiento del negocio. ....	55
3.8. Actividades del negocio. ....	60
3.9. Red de socios. ....	60
3.10. Estructura de costos. ....	64
CAPITULO IV. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO .....	65
4.1. Factibilidad técnica. ....	65
4.2. Factibilidad financiera. ....	70
4.3. Factibilidad operativa. ....	79
4.4. Factibilidad ambiental. ....	82
4.5. Factibilidad social. ....	83
CONCLUSIONES .....	84
RECOMENDACIONES .....	85
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	86

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Utiliza usted zapatos formales? .....	20
Tabla 2. ¿Utiliza usted zapatos deportivos? .....	21
Tabla 3. ¿Utiliza usted zapatos mocasines?.....	22
Tabla 4. ¿Utiliza usted bota industrial o todoterreno?.....	23
Tabla 5. ¿Qué tipo de calzado utiliza con mayor frecuencia?.....	24
Tabla 6. ¿De qué procedencia prefiere comprar calzado? .....	25
Tabla 7. ¿Con qué frecuencia compras zapatos?.....	26
Tabla 8. ¿Por lo general donde compra los calzados? .....	27
Tabla 9. ¿Conoce alguna tienda que oferte zapatos exclusivamente para hombres? .....	28
Tabla 10. ¿Cuál es la razón principal que importa al momento de comprar calzado?.....	29
Tabla 11. ¿Le gustaría que se implemente en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) una zapatería exclusiva para hombres? .....	30
Tabla 12. ¿Estaría de acuerdo que se implemente un Sitio Web para dar a conocer los calzados y las novedades de la zapatería? .....	31
Tabla 13. Calzado Clásico .....	37
Tabla 14. Calzado deportivo .....	38
Tabla 15. Calzado mocasín .....	39
Tabla 16. Calzado todo terreno .....	40
Tabla 17. FODA.....	44
Tabla 18. Descripción de los puestos .....	46
Tabla 19. Activos del negocio .....	56
Tabla 20. Capital de trabajo .....	65
Tabla 21. Inversión inicial .....	71
Tabla 22. Sueldos .....	72
Tabla 23. Beneficios sociales .....	72
Tabla 24. Amortización.....	73
Tabla 25. Depreciación .....	74
Tabla 26. Compra de unidades mensuales .....	74
Tabla 27. Compra de unidades anuales.....	74
Tabla 28. Compra anual en dólares .....	75
Tabla 29. Venta de unidades mensuales .....	75
Tabla 30. Venta de unidades anuales .....	75
Tabla 31. Venta anual en dólares .....	76
Tabla 32. Gastos administrativos .....	76
Tabla 33. Flujo de caja .....	77
Tabla 34. Recuperación de la inversión .....	78

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Calzado clásico.....	14
Ilustración 2. Calzado mocasín .....	14
Ilustración 3. Calzado deportivo.....	15
Ilustración 4. Calzado todoterreno.....	16
Ilustración 5. ¿Utiliza usted zapatos formales? .....	20
Ilustración 6. ¿Utiliza usted zapatos deportivos? .....	21
Ilustración 7. ¿Utiliza usted zapatos mocasines? .....	22
Ilustración 8. ¿Utiliza usted bota industrial o todoterreno?.....	23
Ilustración 9. ¿Qué tipo de calzado utiliza con mayor frecuencia?.....	24
Ilustración 10. ¿De qué procedencia prefiere comprar calzado? .....	25
Ilustración 11. ¿Con qué frecuencia compras zapatos? .....	26
Ilustración 12. ¿Por lo general donde compra los calzados?.....	27
Ilustración 13. ¿Conoce alguna tienda que oferte zapatos exclusivamente para hombres? .....	28
Ilustración 14. ¿Cuál es la razón principal que importa al momento de comprar calzado? .....	29
Ilustración 15. ¿Le gustaría que se implemente en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) una zapatería exclusiva para hombres? .....	30
Ilustración 16. ¿Estaría de acuerdo que se implemente un Sitio Web para dar a conocer los calzados y las novedades de la zapatería? .....	31
Ilustración 17. Isologotipo.....	35
Ilustración 18. Misión.....	41
Ilustración 19. Misión.....	42
Ilustración 20. Política de calidad .....	43
Ilustración 21. Organigrama .....	45
Ilustración 22. Proceso de reclutamiento.....	48
Ilustración 23. Proceso de selección .....	49
Ilustración 24. Matriz Canvas .....	50
Ilustración 25. Página web .....	52
Ilustración 26. Localización del emprendimiento.....	67
Ilustración 27. Diseño del local.....	68
Ilustración 28. Proceso de gestión para la compra de calzados .....	80
Ilustración 29. Proceso para la gestión de servicio al cliente .....	81

## **RESUMEN**

La moda es un aspecto que siempre ha condicionado la conducta de las personas y de la sociedad en general, ya que genera necesidades más allá de lo básico para las personas. El calzado es un elemento básico para las personas, pero también es alcanzado por procesos innovadores que generan tendencias. Dentro del cantón Alfredo Baquerizo Moreno, no existe un negocio que oferte exclusivamente calzados y es aquí donde surge la oportunidad de negocio para diseñar una propuesta técnica de emprendimiento, basada en un modelo de negocio de una tienda de calzado exclusivo para hombres. El resultado de los procesos técnicos de factibilidad proporcionó resultados positivos para la futura implementación de este negocio. Esta idea de negocio fue validada por la metodología CANVAS y se generaron propuestas de valor de interés para el mercado objetivo.

Palabras claves: Calzado – Comercialización - Emprendimiento – Modelo de negocio

## INTRODUCCION

El presente emprendimiento está basado en un modelo de negocio bastante convencional en la oferta de calzado de última tendencia en el cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan), pero que se impone por su propuesta de valor dirigida exclusivamente a hombres.

En el CAPITULO I, se detalla la idea de negocio y los resultados de la investigación de mercado sobre la misma idea. También se citan los principales fundamentos teóricos en torno al negocio.

En el CAPITULO II, se plantea los direccionamientos estratégicos del emprendimiento como: misión, visión y objetivos empresariales. También se detallan los diferentes tipos de calzados a ofertar y la estructura funcional que tendrá la tienda de calzado.

En el CAPITULO III, se bosqueja la idea de negocio mediante la filosofía Canvas y permite tener una visión más interactiva y estratégica de la relación mercado – empresa.

En el CAPITULO IV, se describen los estudios de factibilidad y se evidencia que técnicamente si es posible la implementación de la tienda de calzado, así mismo financieramente existen indicadores como la tasa de retorno establecida en un 68% y que permite recuperar la inversión antes de los tres años.

Ambientalmente es factible por cuanto al no desarrollar actividades de producción, se diseñan procesos para gestión de plástico y cartones. Socialmente el proyecto genera desarrollo socioeconómico del cantón mediante la generación de empleos.

## **CAPITULO I. IDEA DE NEGOCIOS**

### **1.1. Descripción de la idea de negocio.**

Las prendas de vestir desde una mirada histórica forman parte íntegra de los seres humanos, y con el pasar del tiempo han venido adaptándose a las múltiples facetas y roles que desempeña una persona. Los calzados forman parte complementaria al momento de vestir bien y a la moda; y justamente es ahí donde radica la problemática que da origen a esta idea de negocio. Los niños, jóvenes y adultos que radican en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno, más conocido como Jujan y los sectores aledaños, no encuentran un lugar específico para caballeros, donde puedan adquirir calzados.

Esta idea de negocio consiste en la implementación de una zapatería exclusiva para hombres, donde se ofrezcan calzados: ejecutivos o clásicos, mocasines o casuales, deportivos y botas, mediante la modalidad de tarifa plana. Existirá una diversidad de modelos y los clientes podrán tomar una buena decisión, apoyándolos con asesoría personalizada. Otra característica importante del negocio será la calidad y garantía de los diferentes tipos de calzados que se ofrezcan, dándoles así seguridad a los clientes en sus compras. Es importante señalar que el negocio tendrá una estructura y diseño acogedor, donde los clientes podrán experimentar un buen momento al comprar sus calzados. Para fidelizar a los clientes se realizarán promociones periódicas, que resultaren atractivas para ellos.

### **1.2. Fundamentación teórica de la idea de negocio.**

#### **1.2.1. Antecedentes del sector.**

El sector del calzado y la confección se distingue por estar inmersos en la matriz productiva del país, sin embargo, la crisis económica del 2008 y el motivo de los

factores del contrabando del calzado que ingresan al país en un bajo costo como el peruano, el asiático y el colombiano. (Segura & Torres , 2017)

A través de la historia se ha visto como el calzado se convirtió en uno de los elementos importantes no solo para vestir, sino también como elemento de protección y seguridad en las personas. Por lo tanto “el calzado se origina en la necesidad de proteger el pie de la intemperie o de accidentes por las texturas de los terrenos y sus relieves”. (Castro & Barrero, 2017)

En el año 2009 hubo una disminución de las importaciones de calzado de acuerdo a la aplicación de la ley vigente, esto permitió mejorar la producción nacional del calzado reactivando el sector a beneficio de la pequeña y mediana empresas productoras que eran 600 aproximadamente en el año 2008 por lo que contamos en el año 2015 con unos 5500 productores de calzado, cabe indicar que el 50% de los productores pertenecen a la provincia del Tungurahua. (Segura & Torres , 2017)

Según Cámara de Calzado de Tungurahua responsable del 44% de la producción nacional de cuero y calzado, la elaboración de calzado en Ecuador se ha visto incrementada en un 154% en el lapso de tres años que va desde el 2008 a 2011 principalmente por la aplicación del arancel mixto vigente desde 2010 que permitió proteger el calzado nacional y colocarlo competitivamente ante productos con costos más económicos que llegaban desde China, Colombia o Perú. (Illapa, 2017)

En el año 2012 la elaboración de calzado a nivel nacional fue de 30 millones de pares y los productores aumentaron a 5000 unidades a nivel nacional, según cifras de la cámara de calzado del Tungurahua (CALTU) en el país se consume 2,5 pares de zapatos por

persona, por lo que se necesitará producir más de 35 millones de pares para poder cubrir la demanda del mercado nacional. (Segura & Torres , 2017)

El ministerio coordinador de la productividad, empleo y competitividad está promoviendo facilidades de créditos y políticas productivas comerciales que se llevan a cabo mediante capacitaciones, el sector de la producción del calzado se ha favorecido desde que entró en vigencia las leyes regulatorias que favorecen a la industria nacional por medio del consejo de comercio exterior (COMEX) con la finalidad de reducir importaciones de bienes que puedan afectar la producción nacional. (Segura & Torres , 2017)

### **1.2.2. Ley Orgánica de la Producción, Comercio e Inversión.**

En noviembre de 2016, la asamblea nacional aprobó el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones, mismo que entro en vigencia a partir de finales de diciembre del mismo año. Este código motivó a mejorar la producción nacional y competitividad sistemática al incluir diferentes incentivos, con el fin de regular el proceso productivo de las empresas dedicadas a la producción, comercio y la distribución; además de la apertura nuevas de plazas de trabajo por parte de los productores nacionales. (Illapa, 2017)

### **1.2.3. Historia del calzado.**

- ❖ Existen evidencias de que el calzado se elaboraba ya desde 10.000 A.C. el primer zapato que se encontró fue en Estados Unidos.
- ❖ 1.600 a. C. en Babilonia se hacían zapatos modelo mocasín de cuero, que tenían cordones para sujetarse el pie.

- ❖ En Grecia, 500 A.C. únicamente las mujeres que pertenecían a la clase alta se ponían zapatos que fueran ajustados al pie.
- ❖ Debido a la arena caliente del desierto se le colocó a los zapatos un tacón para levantar al pie, esto se dio en el Medio Oriente.
- ❖ En la Edad Media, se adornaban a los zapatos con telas.
- ❖ Ya en el siglo XVI y XVII nacieron nuevos estilos y se elaboró el zapato como lo conocemos hoy en día, los tacones eran muy altos.
- ❖ En Filadelfia en el siglo XIX, se fabrican los primeros pares de zapatos con distinción del pie izquierdo y derecho, pues hasta ese entonces todos los zapatos eran iguales.
- ❖ En el siglo XX, se empiezan a utilizar diferentes tipos de materiales como caucho y plásticos, además gracias a los avances en la tecnología se fabrica una mayor cantidad en menos tiempo.
- ❖ En el año de 1916 en América se inventan los primeros zapatos de deporte que se caracterizaban por ser muy cómodos. (Guaraca, 2015)

Según Cubillo Villegas (2014) La historia del calzado comienza hace más de 15.000 años, con la necesidad del hombre de proteger sus pies de los diferentes climas en que vivía, así como las condiciones por las cuales transitaba, comenzando con hojas de árboles para taparse seguido con piel de animales cuando aprendió a cazarlos, con el desarrollo de la inteligencia de los habitantes poco a poco fue tomando forma de calzado cuando estos trozo de materiales fueron amarrados a sus pies. (Cabrera, 2016)

Como dice Klaus (2011) las personas siglos atrás dependían mucho del clima y la condición del suelo ya que en ese entonces la mayoría de tareas eran en la agricultura, ganadería cuyas actividades implicaban un gran esfuerzo físico. Ya después con el

desarrollo de los pueblos y las culturas cada una crearon diferentes tipos de calzado para los chinos, egipcios, y demás culturas. (Cabrera, 2016)

Se sabe que desde épocas remotas el calzado siempre fue un diferenciador de clases sociales, separando al rico del pobre, pues el rico por su lado siempre usó diseños más sofisticados, más decorados, en comparación con los pobres siempre sencillos de materiales de menos calidad. (Cabrera, 2016)

Se dice que la sandalia fue el primer tipo de calzado que se conoce en el mundo, a fin de sustituir a cualquier tipo rustico calzado que se haya visto antes, tuvo su aparición a finales del siglo IV, obviamente no eran cómodos pues lastimaban los talones, las plantas de los pies y de diseños simples. (Cabrera, 2016)

Un avance muy importante en la historia del calzado se dio a mediados del siglo XX con la creación de la máquina de coser, la cual hace que permita diseñar calzados muy diferentes a los tradicionales y el trabajo con otros materiales también se hizo más fácil. (Cabrera, 2016)

#### **1.2.4. El calzado en América del Sur.**

Enfocándonos ya en América del Sur, su evolución se ha ido dando poco a poco frente a una globalización de la producción de calzado extranjero en especial del chino con un 63.1% de participación global en tema de producción, seguido de la India (10.4%) y Brasil (4.1%) según (Prospecta). Sin embargo, gracias al desarrollo tecnológico e innovador en el diseño y modelaje de calzado, varios países de América del Sur son los más avanzados como: Brasil, Argentina, Colombia, y Perú. Se conoce que en estos países hoy por hoy son los que marcan la tendencia en el continente y la realización de grandes ferias comerciales ha permitido el gran desarrollo del calzado. (Cabrera, 2016)

### **1.2.5. El calzado en Ecuador.**

Un poco centrándonos en el Ecuador, podemos separar por décadas según Cubillo Villegas (2014) en la época de los cincuenta ya se aplicó los aranceles con el objetivo de proteger la industria nacional, en la época de los sesenta se logra llegar a un desarrollo artesanal muy bueno en las ciudades conocidas hasta hoy día como las pioneras en la producción de calzado como Ambato, Cuenca. Después en los años setenta ya en tiempo de industrialización, muchas empresas que eran talleres deciden transformarse a empresas, con una visión más amplia hasta el punto de llegar a introducirse en mercados internacionales a mediados de los años ochenta, los años noventa arraso con las empresas quebrándolas gracias a la globalización y con la entrada de calzado extranjero de bajo costo frente al costo promedio de producción en el Ecuador, poco a poco ha ido creciendo nuevamente pero con todas las restricción y costos de producción, no se podrá llegar alcanzar no calidad ni costo de mercadería extranjera. (Cabrera, 2016)

En el Ecuador existe un total de 898 empresas productoras de calzado de las cuales 175 pertenecen a la provincia del Azuay, y 62 al Cantón Gualaceo. Del total de 898 Empresas del país el 50% se encuentran ubicadas en Tungurahua, el 18% en el Guayas, el 15% en Pichincha, el 12% en el Azuay, el 3% en el Oro y el 2% restante en otras provincias del país, según datos de CALTU que es el gremio representativo del calzado nacional, y del último censo nacional económico realizado en 2010. (Guaraca, 2015)

### **1.2.6. Tipos de calzados.**

Klaus (2011) refiere que dentro del tema cultural es obvio saber que no siempre las personas usan el mismo calzado, es por esto que según el calzado ha ayudado bastante

en el estudio del hábitat y estilos de vida de los habitantes de la antigüedad hasta la actualidad. (Cabrera, 2016)

En la actualidad la industrialización nos ha permitido contar con una gama inmensa de modelos de calzado con grandes ventajas en la calidad de materiales utilizados en su confección, materiales que permiten que el cliente pueda escoger un zapato que cubra sus diferentes necesidades ya sea esta por estar a la moda, por seguridad o simplemente por comodidad e incluso poder obtener un producto que cumpla con todas las características antes mencionadas y con precios relativamente muy asequibles. (Chuquillangui, 2013)

#### **1.2.6.1. Calzados de hombres.**

El hombre tiene un gusto menor por la moda en el calzado que la mujer, pero no deja atrás su combinación al momento de vestir, pues el zapato es fundamental al momento de lucir su aspecto físico. Los zapatos más adecuados para el hombre son con cordones o una pequeña elasticidad en la parte lateral. (Salvatierra & Sanchez, 2015)

#### **1.2.6.2. Zapatos clásicos de hombres.**

Es un calzado que no puede dejar de existir en el armario de un hombre pues siempre va tener un evento formal en su vida social. Dependiendo el tipo de zapatos se puede transmitir la personalidad de un hombre y más aún a quienes les toca en su diario vivir una vestimenta formal enfocada más en la rutina y las actividades propias del esfuerzo de su trabajo. No debe dejar de ser un complemento a la hora de vestir y lucir bien siendo más estilizado y sobrio demostrando su distintivo y formalidad con buenas prendas de vestir. (Salvatierra & Sanchez, 2015)



Ilustración 1. Calzado clásico

### 1.2.6.3. Zapatos mocasines de hombres.

Este tipo de calzado proviene de los nativos americanos, su cosido es más elaborado y de forma artesanal por lo general de una sola pieza a través de la piel animal. Tiene a ser semiformal demostrando una personalidad más ligera y un buen gusto por el vestir y llega a ser una tendencia juvenil y a la moda, se reconoce una prudencia y creatividad al momento de combinar sus prendas del vestuario, es muy opcional al momento del encuentro con unos amigos, o familiares para pasar un buen rato en compañía de conocidos, su mayor recomendación es unos jean, pantalones vaqueros, o bermudas. (Salvatierra & Sanchez, 2015)



Ilustración 2. Calzado mocasín

Los mocasines son muy solicitados por el consumidor final y su diferenciación está en el diseño, color y pequeños accesorios al momento de la fabricación, tienden a ser más cómodos, ligeros y frescos que son características del producto a ofrecer, su parte externa es de un cuero pulido clásico y dependerá del labrado para su distinción sin dejar la pérdida de la piel original, el cosido con hilo nylon y sus broches como accesorios serán en las partes laterales, como también hay modelos con cordones de cuero sintético. (Salvatierra & Sanchez, 2015)

#### **1.2.6.4. Zapatos deportivos de hombres.**

El calzado deportivo tiene un mayor nivel de exigencia en cuanto a prestaciones en comparación con el calzado convencional, además de cumplir con todo lo exigido anteriormente a un buen calzado, con la mayor eficacia posible, el calzado deportivo está sometido a esfuerzos superiores que exigen mucha más amortiguación, agarre, ajuste y confort. (Cherrez, 2014)



**Ilustración 3. Calzado deportivo**

Aunque en el ámbito deportivo existen numerosos calzados técnicos, como es el caso de calzados específicos, cuyo proceso de tecnificación se ha producido en base a la aplicación de técnicas, análisis y criterios procedentes de la biomecánica conjuntamente con las características necesarias para cada tipo de deporte, como el calzado de ciclismo, diferente para cada uno de los tipos de carrera. (Cherrez, 2014)

#### **1.2.6.5. Calzado tipo industrial o todoterreno.**

Las botas industriales no son un producto de calzado que tenga una gran variedad de modelos como lo son las sandalias, los tacos, los zapatos casuales y los zapatos deportivos, en realidad los modelos entre marcas de botas de este segmento son muy similares con muy pocas variaciones entre ellas, las diferencias van en los materiales utilizados para la confección y su proceso de producción, en la actualidad se cuenta con materiales que permiten cumplir con lo requerido dentro de las normas de seguridad por ejemplo: suelas anti-deslizantes, suelas de goma, etc. (Chuquillangui, 2013)



**Ilustración 4. Calzado todoterreno**

### **1.3. Estudio de mercado.**

#### **1.3.1. Característica de los clientes.**

La conducta que adquiere el consumidor al momento de comprar un calzado se basa en la necesidad que se le presente: trabajo, compromiso social, salida informal, deporte, de acuerdo a este detalle dependiendo el tipo de calzado y al segmento que apunte se estima el precio siendo este el factor clave para el cierre de la compra en el caso del nivel socio económico bajo, los niveles medios y altos se guían por la tendencia actual y el diseño. (Zavala, 2017)

#### **1.3.2. Mercado o Localización geográfica de los clientes.**

Geográficamente el mercado potencial de acción para el presente emprendimiento es el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Cabecera Cantonal) y sus sectores o recintos aledaños. Este importante Cantón de la Provincia del Guayas, cuenta con una población de 25.179 habitantes y demográficamente se ha seleccionado a hombres de 10 a 60 años de edad, como el nicho o segmento de mercado al cual se ofertarán los distintos tipos de calzado.

#### **1.3.3. Calculo de la muestra.**

Para efecto de establecer un criterio del mercado, se procede a determinar la muestra, considerando la totalidad de la población del Cantón Alfredo Baquerizo Moreno.

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

n = el tamaño de la muestra.

$N$  = tamaño de la población.

$\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

$Z$  = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

$e$  = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

$n = ?$

$N = 25.179$  habitantes.

$\sigma = 0,5$

$Z = 1,96$

$e = 0.05$

Remplazando valores tendremos:

$$n = \frac{25179 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,05^2(25179 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,96^2} = 360 \text{ personas}$$

#### **1.3.4. Instrumento de levantamiento de información.**

El tipo de investigación que se realizara es de campo, por lo que se consideró pertinente diseñar una encuesta para obtener el criterio del mercado, considerando que este instrumento proporciona información de carácter cuantitativo y facilita la toma de decisiones. Según el autor Santa Paella y Feliberto Martins (2010), “La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural.” (Segura & Torres , 2017)

### 1.3.5. Análisis de los resultados.

#### 1. ¿Utiliza usted zapatos formales?

Tabla 1. ¿Utiliza usted zapatos formales?

Detalle	Frecuencia	%
Si	328	91,11%
No	32	8,89%
Total	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

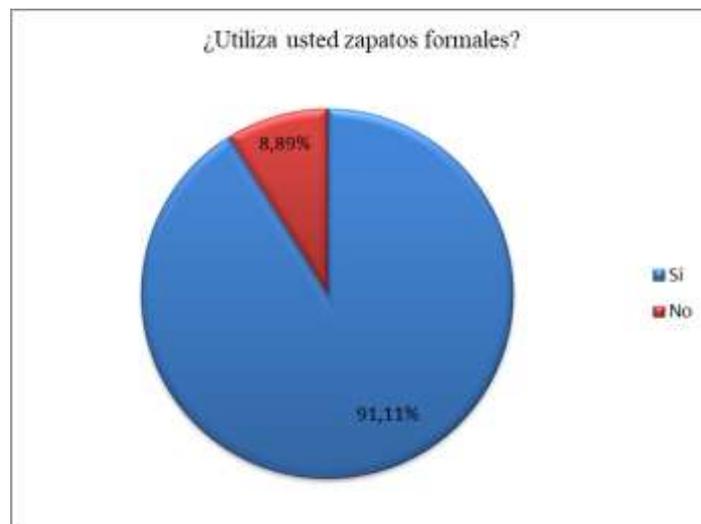


Ilustración 5. ¿Utiliza usted zapatos formales?

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

#### Análisis

Las personas encuestadas manifestaron en un 91,11% que, si utilizan zapatos formales o también llamados zapatos clásicos, mientras que un 8,89% no utiliza dichos zapatos.

## 2. ¿Utiliza usted zapatos deportivos?

Tabla 2. ¿Utiliza usted zapatos deportivos?

Detalle	Frecuencia	%
Si	295	81,94%
No	65	18,06%
Total	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

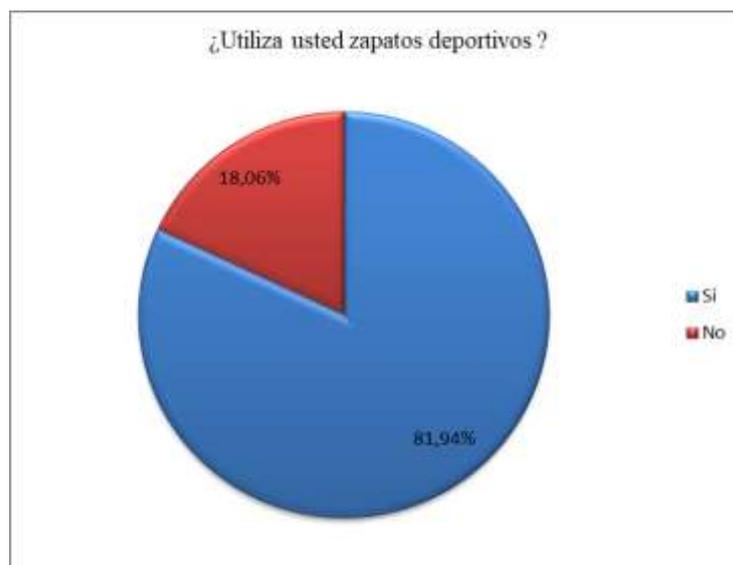


Ilustración 6. ¿Utiliza usted zapatos deportivos?

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

### Análisis

Las personas encuestadas manifestaron en un 81,94% que, si utilizan zapatos deportivos, mientras que un 18,06% no utiliza dichos zapatos.

### 3. ¿Utiliza usted zapatos mocasines?

**Tabla 3. ¿Utiliza usted zapatos mocasines?**

Detalle	Frecuencia	%
Si	147	40,83%
No	213	59,17%
Total	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés



**Ilustración 7. ¿Utiliza usted zapatos mocasines?**

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

### Análisis

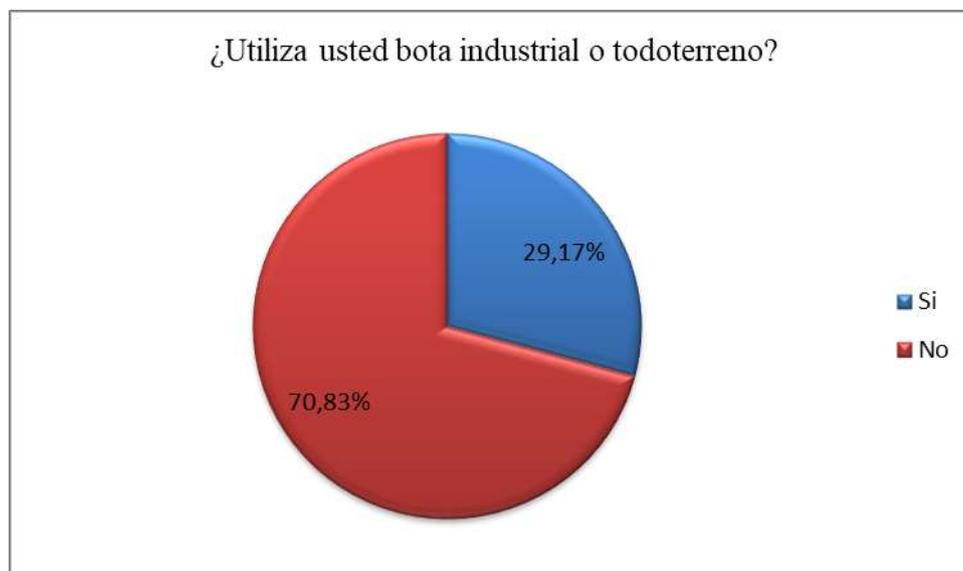
Las personas encuestadas manifestaron en un 59,17% que, si utilizan zapatos mocasines, mientras que un 40,83% no utiliza dichos zapatos.

#### 4. ¿Utiliza usted bota industrial o todoterreno?

**Tabla 4. ¿Utiliza usted bota industrial o todoterreno?**

Detalle	Frecuencia	%
Si	105	29,17%
No	255	70,83%
Total	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés



**Ilustración 8. ¿Utiliza usted bota industrial o todoterreno?**

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

#### Análisis

Las personas encuestadas manifestaron en un 70,83% que, si utilizan bota industrial o todoterreno, mientras que un 29,17% no utiliza dichos zapatos.

5. ¿Qué tipo de calzado utiliza con mayor frecuencia?

Tabla 5. ¿Qué tipo de calzado utiliza con mayor frecuencia?

Detalle	Frecuencia	%
Formal o clásico	211	58,61%
Deportivo	73	20,28%
Mocazines	41	11,39%
Botas tipo industrial o todoterreno	35	9,72%
Otro( especifique)	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

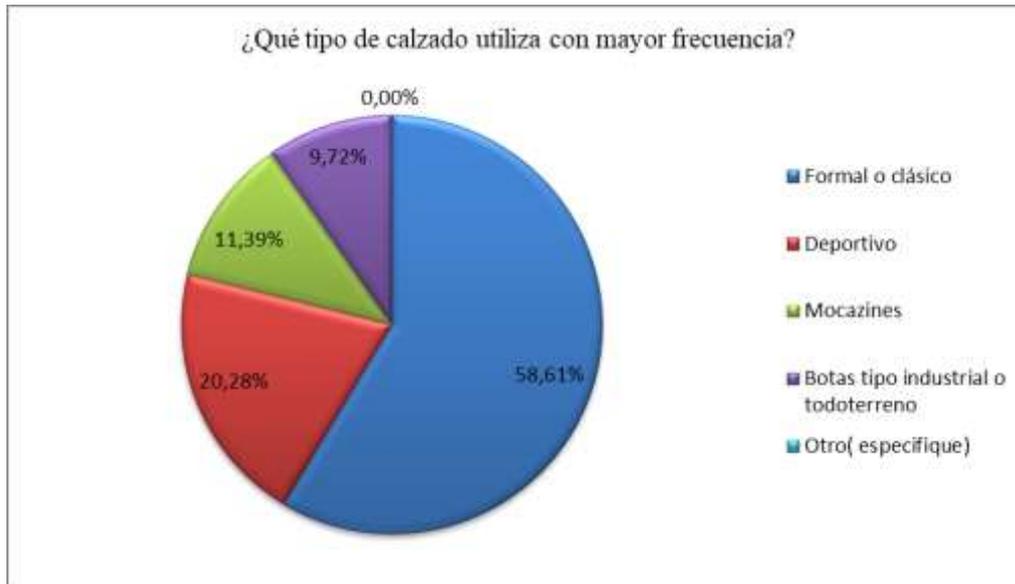


Ilustración 9. ¿Qué tipo de calzado utiliza con mayor frecuencia?

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

Análisis

Según las personas encuestadas el zapato de mayor se da en base al siguiente detalle: el 58,61% calzado formal o clásico, el 20,28% calzado deportivo, el 11,39% calzado mocasín, el 9,72% calzado industrial o todoterreno.

6. ¿De qué procedencia prefiere comprar calzado?

Tabla 6. ¿De qué procedencia prefiere comprar calzado?

Detalle	Frecuencia	%
Calzado nacional	351	97,50%
Calzado importado	9	2,50%
Total	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés



Ilustración 10. ¿De qué procedencia prefiere comprar calzado?

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

Análisis

Según las personas encuestadas en un 97,50% prefieren usar calzados de fabricación nacional, mientras que un 2,50% prefieren calzados importados.

## 7. ¿Con qué frecuencia compras zapatos?

Tabla 7. ¿Con qué frecuencia compras zapatos?

Detalle	Frecuencia	%
Una vez al año	104	28,89%
Dos veces al año	193	53,61%
Tres veces al año	63	17,50%
Otro( especifique)	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

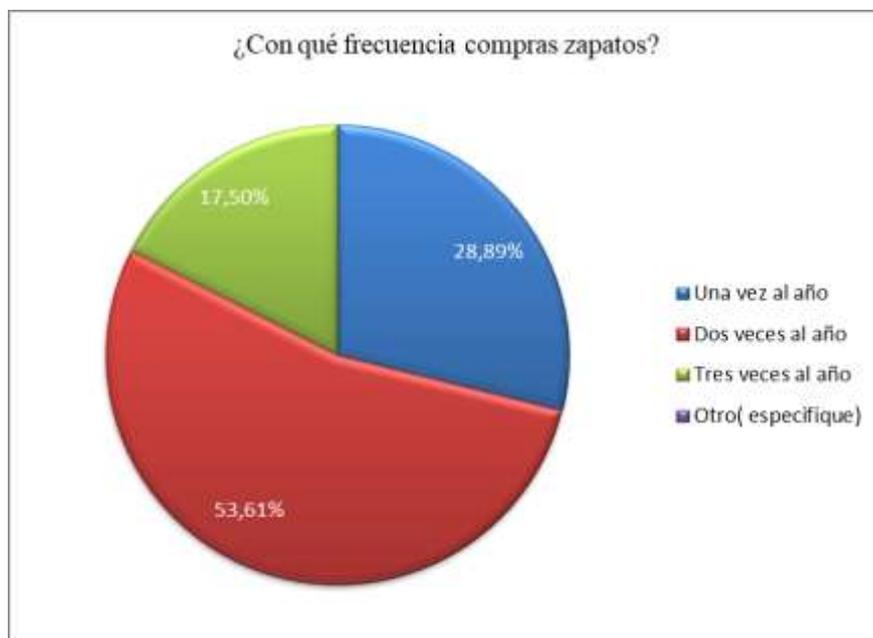


Ilustración 11. ¿Con qué frecuencia compras zapatos?

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

### Análisis

Según las personas encuestadas el 53,61% compra calzado dos veces por año, el 28,89% compra calzado una vez al año y el 17,50% compra calzado tres veces por año.

8. ¿Por lo general donde compra los calzados?

Tabla 8. ¿Por lo general donde compra los calzados?

Detalle	Frecuencia	%
Dentro del Canton Jujan	86	23,89%
En otra ciudad o Canton (Babahoyo)	274	76,11%
Total	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

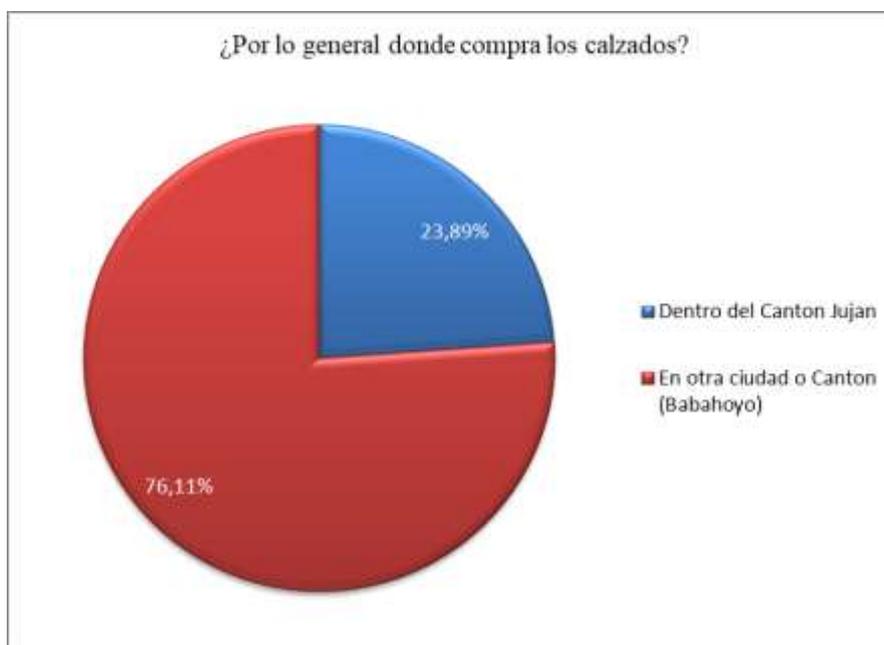


Ilustración 12. ¿Por lo general donde compra los calzados?

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

Análisis

Según las personas encuestadas el 76,11% compran calzados fuera del cantón Alfredo Baquerizo Moreno, específicamente en la ciudad de Babahoyo, por la cercanía que existe y por no existir locales exclusivos de venta de calzado. El 23,89% compra dentro del cantón sus calzados.

9. ¿Conoce alguna tienda que oferte zapatos exclusivamente para hombres?

Tabla 9. ¿Conoce alguna tienda que oferte zapatos exclusivamente para hombres?

Detalle	Frecuencia	%
Si	0	0,00%
No	360	100,00%
Total	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

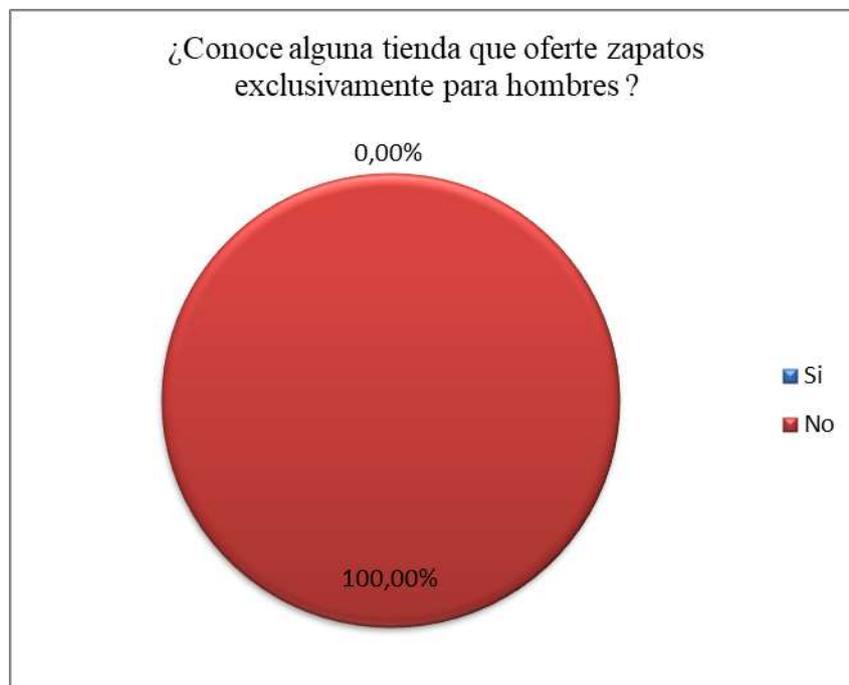


Ilustración 13. ¿Conoce alguna tienda que oferte zapatos exclusivamente para hombres?

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

### Análisis

Según las personas encuestadas el 100% no conoce algún tipo de negocio que venda exclusivamente calzado para hombres.

10. ¿Cuál es la razón principal que importa al momento de comprar calzado?

Tabla 10. ¿Cuál es la razón principal que importa al momento de comprar calzado?

Detalle	Frecuencia	%
Tendencia en moda	15	4,17%
Precio u ofertas	14	3,89%
Comodidad.	54	15,00%
Exclusividad.	26	7,22%
Todas las anteriores	251	69,72%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

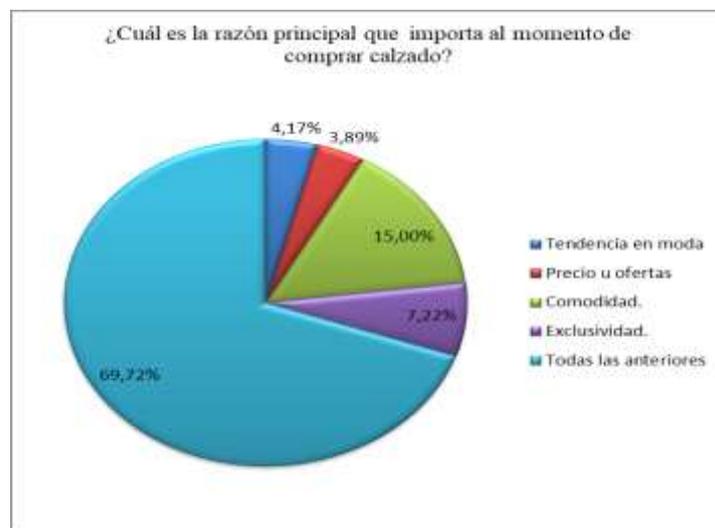


Ilustración 14. ¿Cuál es la razón principal que importa al momento de comprar calzado?

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

## Análisis

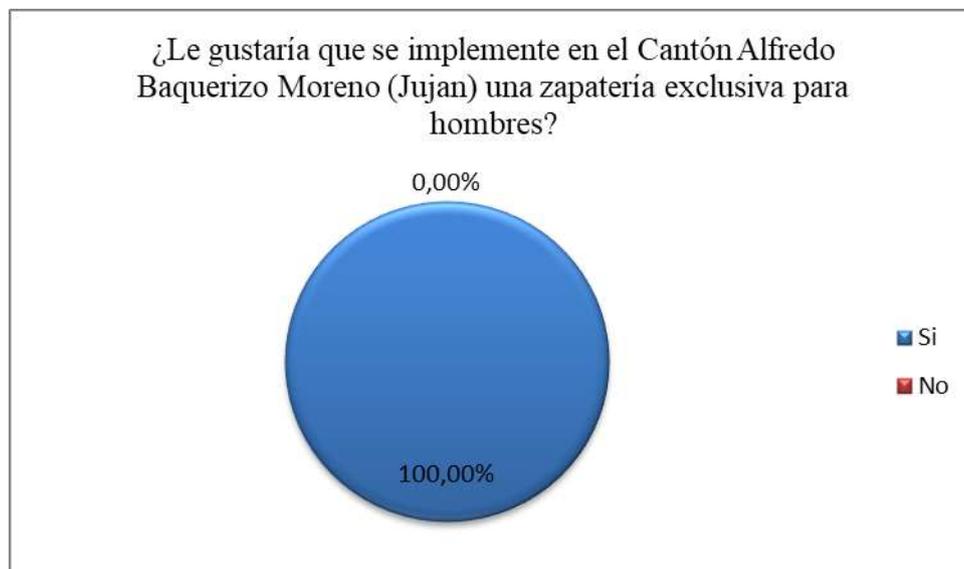
Según las personas encuestadas el 69,72% al momento de comprar calzados, buscan: moda, ofertas, comodidad, exclusividad. El 15% se centra en la comodidad del calzado, el 7,22% se centra en la exclusividad del calzado, el 4,17% se centra en la tendencia y moda, el 3,89% se centra en las ofertas y precios.

11. ¿Le gustaría que se implemente en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) una zapatería exclusiva para hombres?

**Tabla 11.** ¿Le gustaría que se implemente en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) una zapatería exclusiva para hombres?

Detalle	Frecuencia	%
Si	360	100,00%
No	0	0,00%
Total	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés



**Ilustración 15.** ¿Le gustaría que se implemente en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) una zapatería exclusiva para hombres?

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

## Análisis

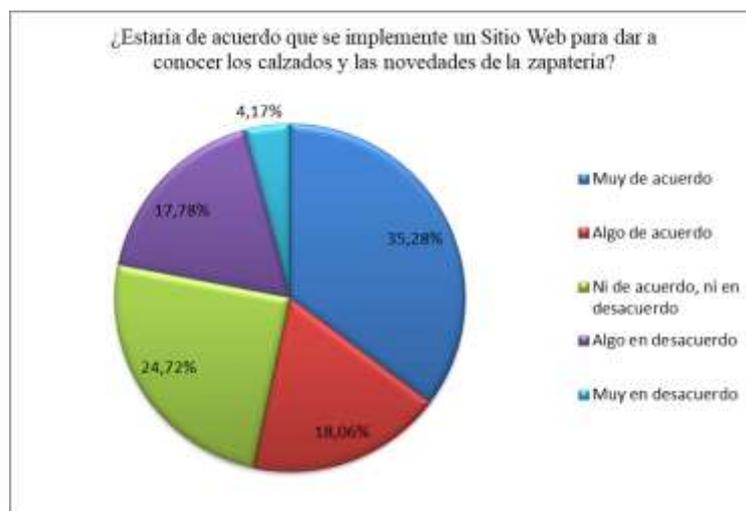
Según las personas encuestadas al 100% de estas, les gustaría que se implemente en el cantón Alfredo Baquerizo Moreno una zapatería exclusiva para hombres. Lo que brinda una factibilidad positiva para este emprendimiento.

12. ¿Estaría de acuerdo que se implemente un Sitio Web para dar a conocer los calzados y las novedades de la zapatería?

**Tabla 12.** ¿Estaría de acuerdo que se implemente un Sitio Web para dar a conocer los calzados y las novedades de la zapatería?

Detalle	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	127	35,28%
Algo de acuerdo	65	18,06%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	89	24,72%
Algo en desacuerdo	64	17,78%
Muy en desacuerdo	15	4,17%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada a la población de Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)  
Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés



**Ilustración 16.** ¿Estaría de acuerdo que se implemente un Sitio Web para dar a conocer los calzados y las novedades de la zapatería?

Elaborado por: Bravo Mota Edinson Andrés

### Análisis

Según las personas encuestadas el 53,34% se muestran favorables por la implementación de una página web para dar a conocer las novedades de la zapatería. El 24,72% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo. El 21,95% no está de acuerdo con su implementación.

### **1.3.6. Informe ejecutivo.**

En base a los resultados obtenidos para determinar el comportamiento del mercado, respecto a la implementación de una Zapatería exclusiva para hombres en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan), se recogió el criterio de 360 personas y tenemos lo siguiente:

- ❖ En cuanto al tipo de calzado que usan con más frecuencia se obtuvo que el 58,61% calzado formal o clásico, el 20,28% calzado deportivo, el 11,39% calzado mocasín, el 9,72% calzado industrial o todoterreno. Estos resultados evidencian la demanda por los tipos de calzados que se pretende ofertar.
- ❖ Otro aspecto importante es que el 97,50% prefieren usar calzados de fabricación nacional, mientras que un 2,50% prefieren calzados importados. Esto nos da la oportunidad de participar activamente con fabricantes nacionales.
- ❖ Que el 76,11% de las personas compran calzados fuera del cantón Alfredo Baquerizo Moreno, específicamente en la ciudad de Babahoyo. Esto nos da la oportunidad de captar dichos clientes, satisfaciendo su demanda internamente en el cantón Alfredo Baquerizo Moreno.
- ❖ Que el 69,72% de las personas al momento de comprar calzados, buscan: moda, ofertas, comodidad, exclusividad. Esto permite crear una propuesta de valor muy importante para ellos.
- ❖ Finalmente, el 100% de estas personas, les gustaría que se implemente en el cantón Alfredo Baquerizo Moreno una zapatería exclusiva para hombres. Lo que brinda una factibilidad positiva para este emprendimiento.

### 1.3.7. Análisis de la competencia.

Dentro de la cabecera cantonal del Cantón Alfredo Baquerizo Moreno, existen únicamente dos negocios que ofertan zapatos para hombres, tal como se detalla:

Competencia	Oferta que realiza	Precios referenciales	Observaciones
	<p>Ropa para niños y niñas.</p> <p>Ropa para damas.</p> <p>Ropa para caballeros.</p> <p>Zapatos.</p> <p>Artículos de fiestas.</p>	<p>Valor fluctuante de zapatos</p> <p>\$40 a \$45</p>	<p>Local con limitaciones de espacio por la variedad de productos que se ofrecen.</p> <p>No hay variedad actualizada de calzados.</p>
	<p>CDs de música.</p> <p>CDs de películas.</p> <p>Zapatos.</p>	<p>Valor fluctuante de zapatos</p> <p>\$25 a \$40</p>	<p>Local sin nombre y con espacio muy reducido.</p> <p>Los calzados que se ofrecen son replicas chinas.</p>

Fuente: *Datos de la investigación*

Elaborado por: *Bravo Mota Edinson Andrés*

## **CAPITULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO**

### **2.1. Descripción del emprendimiento.**

#### **2.1.1. Giro del negocio.**

El negocio o emprendimiento se basa en la oferta de calzado exclusivo para hombres comprendidos entre los 10 a 60 años de edad, mediante el modelo de negocio de una zapatería en la cual se ofrecerá a los clientes: zapatos clásicos, zapatos deportivos, zapatos mocasines o casuales y calzado industrial o todoterreno.

#### **2.1.2. Razón social.**

El nombre con el que se identificara el negocio hace énfasis en la exclusividad del mercado al cual va dirigida su oferta, adicionalmente se incluye el nombre popular del cantón en el que funcionara la zapatería.



La traducción al español de la razón social es; ZAPATOS PARA HOMBRES “JUAN”.

### 2.1.3. Isologotipo.

Como parte de la imagen empresarial de la zapatería, se diseña un Isologotipo entendiendo que un “Isologo es el texto y el icono fundidos, no se pueden separar. El texto está dentro de la imagen o la imagen está dentro del texto” (Muñoz, 2019).



Ilustración 17. Isologotipo

Elaborado por: *Bravo Mota Edinson Andrés*

En la estructura del Isologotipo se identifica un círculo que es atravesado por el nombre del negocio o zapatería, en la parte superior del nombre se visualiza los cuatro tipos de calzados exclusivos para hombres que se ofertaran; y en la parte inferior de la razón social, se identifican dos cordones de calzado, que representan la seguridad y calidad de

los productos al ser utilizados. Todo el diseño del Isologotipo tiene una apariencia ejecutiva, basada en vectores monocromáticos o blancos y negros.

#### **2.1.4. Eslogan de la zapatería.**

Como complemento al Isologotipo, se establece un eslogan que está orientado a inducir a los clientes, la comodidad y satisfacción que tendrán al usar los calzados ofertados en la zapatería. El propósito principal es brindar confianza a los caballeros para que usen los diferentes tipos de calzados ofertados.

*Satisfacción en cada paso*

#### **2.1.5. Productos ofertados en la zapatería.**

Los calzados que se ofertarán en la zapatería “JUJAN”, son de cuatro tipos:

- ❖ Clásicos.
- ❖ Deportivos.
- ❖ Mocasines o casuales.
- ❖ Industriales o todoterreno (botas).

Tabla 13. Calzado Clásico

CALZADO CLÁSICO		
		
CARACTERISTICAS		OBSEVACION
<b>Estructura superior</b>	Cuero	Varios colores y modelos
<b>Plantilla</b>	Anatómica, forrada de material textil	
<b>Ojaletes</b>	Redondos metálicos	
<b>Suela</b>	Caucho resistente y antideslizante	
<b>Cuello</b>	Anatómico	
<b>tallas</b>	34 - 45	

Tabla 14. Calzado deportivo

CALZADO DEPORTIVO		
		
CARACTERISTICAS		OBSEVACION
<b>Estructura superior</b>	Microfibra transpirable y material sintético	Varios colores y modelos
<b>Plantilla</b>	Anatómica, esponjada y forrada de material textil	
<b>Ojaletes</b>	Redondos plásticos	
<b>Suela</b>	CAUCHO EVA INDUSTRIAL (copolímero de etileno-acetato de vinilo)	
<b>Cuello</b>	Acolchado y anatómico	
<b>tallas</b>	34 - 45	

Tabla 15. Calzado mocasín

CALZADO MOCASINE O CASUAL		
		
CARACTERISTICAS		OBSEVACION
<b>Estructura superior</b>	Cuero suave e impermeable	Varios colores y modelos
<b>Plantilla</b>	Anatómica, transpirante en aglomerado de poliéster y algodón	
<b>Lengüeta</b>	Sencilla de cuero suave e impermeable	
<b>Suela</b>	Caucho resistente a hidrocarburos y antideslizante	
<b>Cuello</b>	Acolchado y anatómico	
<b>tallas</b>	34 - 45	

Tabla 16. Calzado todo terreno

CALZADO TIPO INDUSTRIAL O TODOTERRENO		
		
CARACTERISTICAS		OBSEVACION
<b>Estructura superior</b>	Cuero y microfibra transpirable, punta antigolpes	Varios colores y modelos
<b>Plantilla</b>	Anatómica, esponjada y forrada de material textil	
<b>Ojaletes</b>	Redondos policarbonato dieléctrico	
<b>Suela</b>	CAUCHO EVA INDUSTRIAL (copolímero de etileno-acetato de vinilo)	
<b>Cuello</b>	Acolchado y anatómico	
<b>tallas</b>	34 - 45	

## 2.2. Fundamentación gerencial del emprendimiento.

Es fundamental que se diseñe fundamentos específicos para que la gerencia de Zapatería “SHOES FOR MEN – JUJAN”, pueda tener éxito y para este efecto debe existir una misión, visión, valores, política de calidad y objetivos empresariales claros.

### 2.2.1. Misión.

Como misión la Zapatería “SHOES FOR MEN – JUJAN”, de manera estratégica se plantea lo siguiente:



**Ilustración 18. Misión**

Elaborado por: *Bravo Mota Edinson Andrés*

### 2.2.2. Visión.

Como visión la Zapatería “SHOES FOR MEN – JUJAN”, de manera estratégica se plantea lo siguiente:

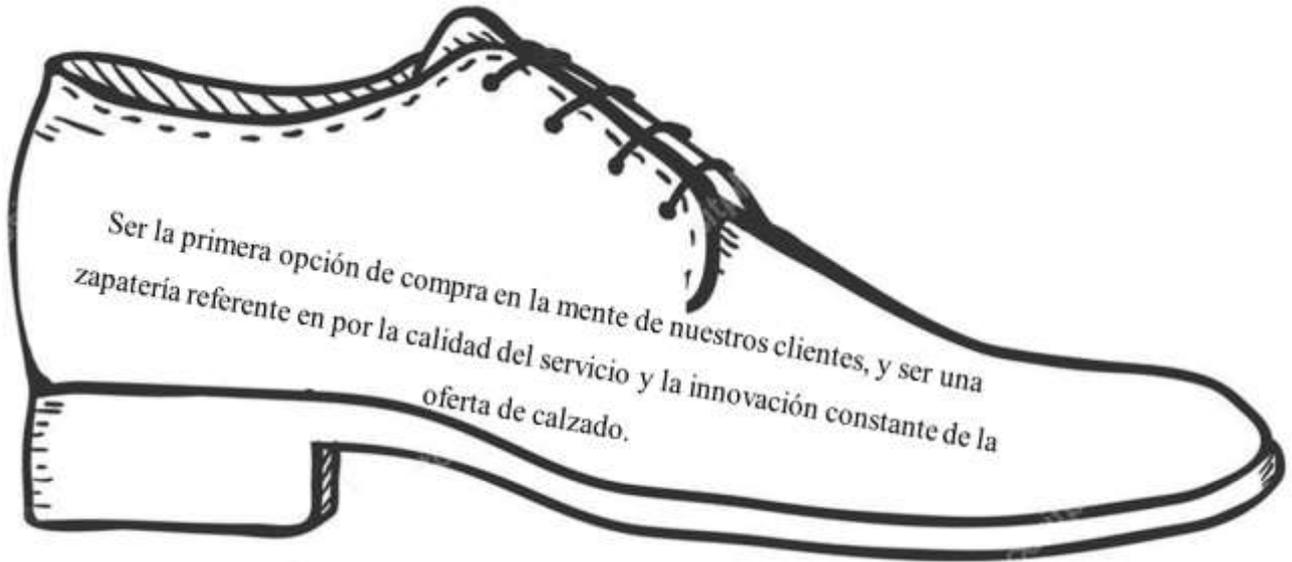


Ilustración 19. Misión

Elaborado por: *Bravo Mota Edinson Andrés*

### 2.2.3. Valores organizacionales.

Zapatería “SHOES FOR MEN – JUJAN”, se plantea tres valores fundamentales que guiarán la conducta de todo el personal, buscando siempre cumplir con los objetivos propuestos:

- ❖ Compromiso: - orientado siempre a cumplir con los procesos organizacionales y a brindar un servicio adecuado a los clientes.
- ❖ Trabajo en equipo. - orientado siempre a articular las actividades para lograr una satisfacción plena de los clientes y de la empresa.

- ❖ Seguridad. - orientado siempre a brindar productos de calidad, que permita obtener un buen posicionamiento en el mercado.

#### **2.2.4. Política de calidad.**

Zapatería “SHOES FOR MEN – JUJAN”, se plantea de manera estratégica la siguiente política de calidad:



**Ilustración 20. Política de calidad**

Elaborado por: *Bravo Mota Edinson Andrés*

#### **2.2.5. Objetivos empresariales.**

El éxito de un negocio se basa en tener objetivos claros, por tal razón en este emprendimiento se establecen algunos objetivos importantes:

Objetivo general

- ❖ Ofertar una variedad de calzados exclusivos para hombres, basados en las nuevas tendencias del mercado, que permita tener una amplia aceptación por parte de los clientes.

### Objetivos generales

- ❖ Promover una comunicación efectiva para que los clientes estén bien informados de los calzados que se ofertan.
- ❖ Brindar un servicio personalizado que permita fidelizar a los clientes.
- ❖ Mantener un stock de calzados actualizados permanentemente para dar la oportunidad de que nuestros clientes siempre consigan el calzado deseado.

### **2.2.6. Análisis FODA.**

El análisis estratégico del contexto interno y externo de Zapatería “SHOES FOR MEN – JUJAN” es el siguiente:

**Tabla 17. FODA**

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Modelo de negocio único en el mercado.</li> <li>❖ Atención personalizada a los clientes.</li> <li>❖ Innovación constante del stock de calzados.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Falta de experiencia en el comercio de calzado.</li> <li>❖ Zapatería de reciente creación, no existe posicionamiento.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Usar social media para comunicarnos</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Situación económica del país crítica.</li> </ul>

con el mercado.	❖ Desempleo.
❖ Crecimiento al no existir negocios de igual naturaleza.	❖ Surgimiento de otros negocios que oferten calzado para hombres.

### 2.3. Estructura organizacional y funcional del emprendimiento.

#### 2.3.1. Organigrama estructural.

La Zapatería “SHOES FOR MEN – JUJAN”, contará con una estructura orgánica muy pequeña conformada por cuatro personas, pero que garantiza el cumplimiento de los objetivos empresariales:

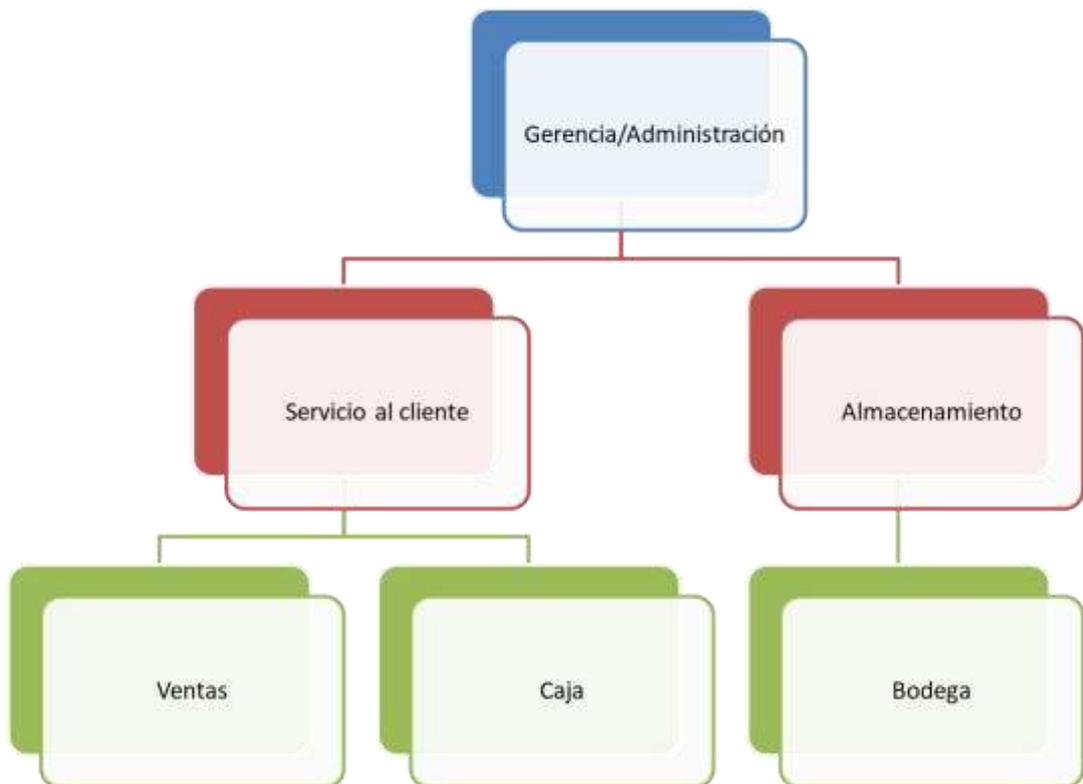


Ilustración 21. Organigrama

Elaborado por: *Bravo Mota Edinson Andrés*

### 2.3.2. Estructura funcional – análisis y diseño de puestos.

Funcionalmente se describe los diferentes puestos con sus respectivos requisitos, para que la Zapatería “SHOES FOR MEN – JUJAN” pueda contar con el personal idóneo.

Los puestos son: Gerente, Responsable de bodega, Vendedor y Cajero(a).

**Tabla 18. Descripción de los puestos**

<b>CARGO</b>	<b>FUNCIONES</b>	<b>REQUISITOS</b>
Gerente/Administrador	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Tomar decisiones de carácter administrativo y legal.</li> <li>❖ Gestionar ante proveedores.</li> <li>❖ Emitir solicitudes de pedidos de calzados.</li> <li>❖ Diseñar estrategias de mercadeo.</li> <li>❖ Reclutar, seleccionar y capacitar al personal.</li> <li>❖ Llevar el control financiero de la zapatería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Título de tercer nivel en área administrativa o afines.</li> <li>❖ Manejo de buenas relaciones interpersonales.</li> <li>❖ Capacidad de trabajo bajo presión.</li> <li>❖ Experiencia de un año administrando negocios.</li> </ul>
Responsable de bodega	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Registrar el ingreso de mercadería.</li> <li>❖ Mantener un stock diario y actualizado de calzados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Estudios superiores en área administrativa o afines.</li> <li>❖ Cursar segundo año de</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Apoyar en el área de servicio al cliente con las ventas.</li> <li>❖ Mantener el lugar de trabajo limpio y ordenado.</li> </ul>	<p>estudios universitarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Manejo de buenas relaciones interpersonales.</li> </ul>
Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Atender cordialmente y de forma personalizada a los clientes.</li> <li>❖ Orientar y brindar información sobre los productos.</li> <li>❖ Solicitar a bodega el calzado requerido.</li> <li>❖ Dar las facilidades para que los clientes puedan probarse cómodamente los calzados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Estudios secundarios.</li> <li>❖ Capacidad de trabajo bajo presión.</li> <li>❖ Manejo de buenas relaciones interpersonales.</li> </ul>
Cajero(a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Receptar la información del vendedor para emitir las facturas pertinentes.</li> <li>❖ Atender con calidez a los clientes que se acerquen a cancelar.</li> <li>❖ Llevar un archivo físico y digital organizado de la información</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Estudios superiores en área administrativa o contable.</li> <li>❖ Cursar segundo año de estudios universitarios.</li> <li>❖ Manejo de buenas relaciones</li> </ul>

	contable y financiera. ❖ Cerrar caja diariamente y emitir informe a gerencia. ❖ Mantener limpia el área de trabajo.	interpersonales. ❖ Experiencia de 6 meses en puesto afines.
--	---	--

### 2.3.3. Proceso de reclutamiento.

Para contar con el personal idóneo en base al análisis y diseño de puesto antes establecido, se establece inicialmente las fuentes externas de reclutamiento:



Ilustración 22. Proceso de reclutamiento

Elaborado por: *Bravo Mota Edinson Andrés*

Como fuentes internas, dada la condición que el negocio recién se creará, se esperará un tiempo prudencial para evaluar el desempeño del personal y en base a eso tomar la decisión de contar con el mismo personal de la zapatería.

#### 2.3.4. Proceso de selección.

Una vez concretado el proceso de reclutamiento de personal, se ejecuta el proceso de selección de personal. Este proceso no es complejo, ya que se trata de un negocio pequeño y que no exige tantos requisitos para ocupar un puesto.

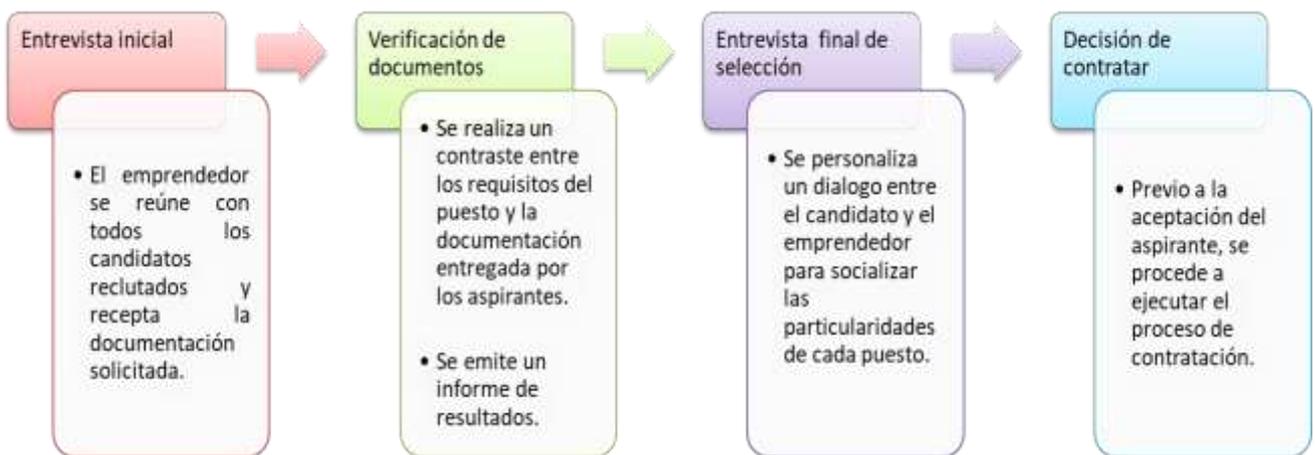


Ilustración 23. Proceso de selección

Elaborado por: *Bravo Mota Edinson Andrés*

### CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIO.

#### 3.1. Matriz Canvas de la Zapatería: SHOES FOR MEN “JUJAN”.

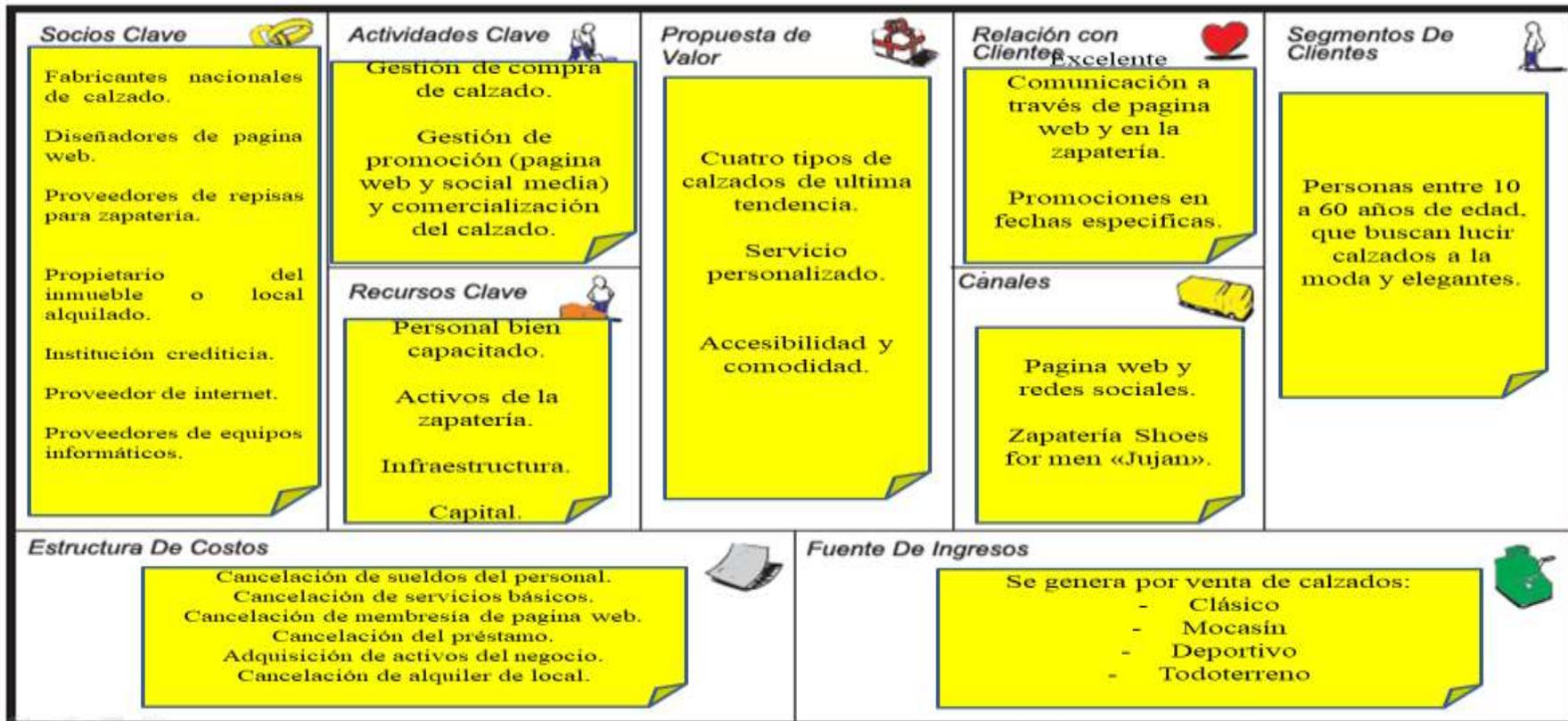


Ilustración 24. Matriz Canvas

### **3.2. Segmento de mercado.**

El segmento de mercado que se pretende beneficiar con la oferta de calzado, es de tipo demográfica ya que se considera a los hombres de 10 a 60 años de edad. Este segmento fue seleccionado por cuanto existe una alta población de niños y adolescentes en etapa escolar y generan compra de calzados para este efecto, de igual forma jóvenes y adultos que buscan las nuevas tendencias en calzado, para así de esta manera satisfacer una necesidad que obedece a exigencias sociales del mercado, es decir vestir a la moda con calzados.

### **3.3. Productos y servicios como propuesta de valor.**

#### **3.3.1. Productos.**

Es importante especificar que son cuatro los productos que se ofertaran en la zapatería:

- ❖ Calzado clásico.
- ❖ Calzado deportivo.
- ❖ Calzado mocasín.
- ❖ Calzado industrial o todoterreno.



### 3.3.2. Servicio personalizado.

Los clientes durante su estancia en la zapatería, tendrán la oportunidad de tener un servicio personalizado de un asesor de ventas, quien lo guiara y brindara información de los diferentes tipos de calzados que se ofertan.

### 3.3.3. Accesibilidad y comodidad.

Los clientes tendrán fácil acceso a una página web desde la comodidad de sus hogares, trabajo o sitio donde se encuentren. En la **página web** encontraran toda la gama de calzados e información sobre dichos productos.

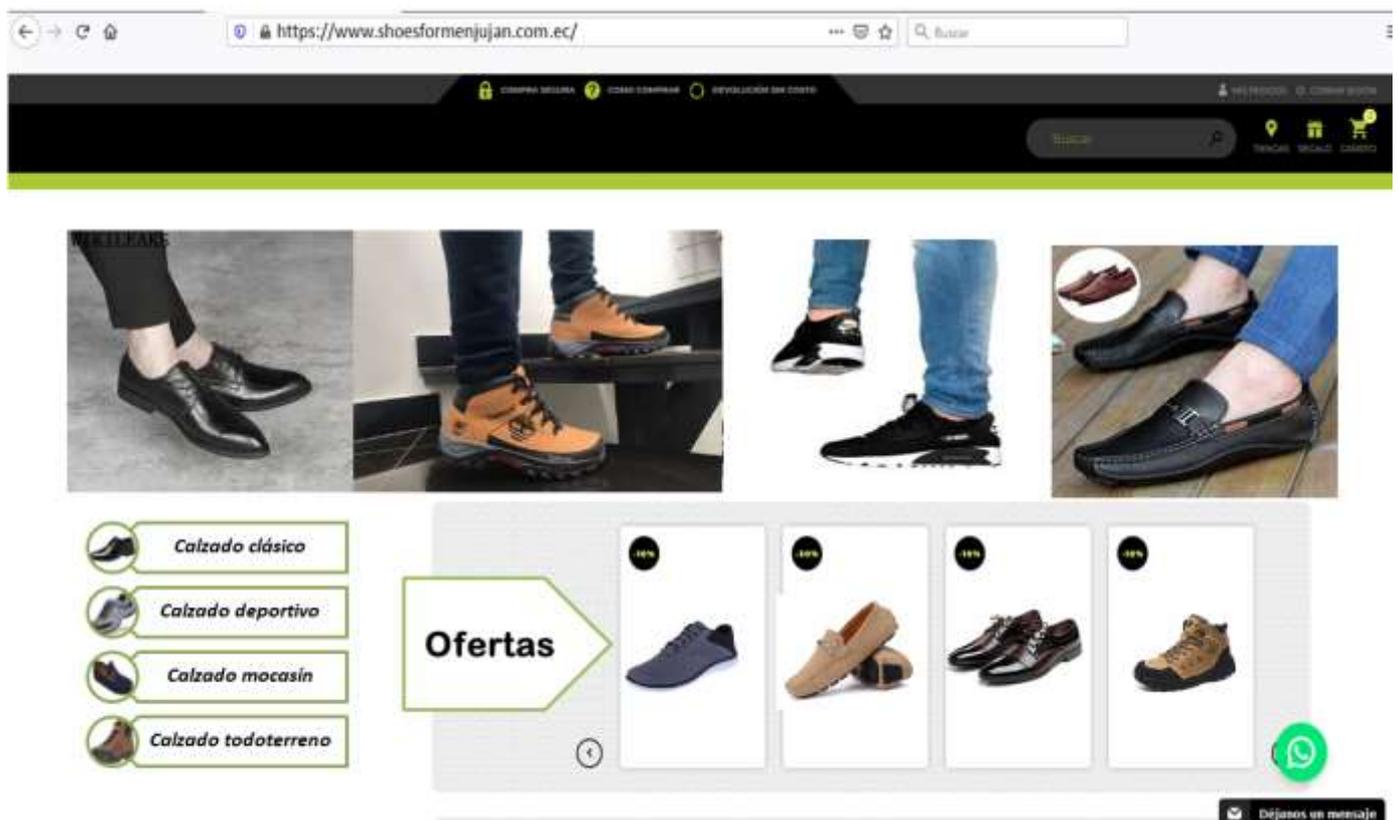


Ilustración 25. Página web

### **3.4. Canales de comercialización.**

Se emplearán dos canales, uno para comunicarnos con el segmento de mercado (Página web y redes sociales) y otro para entregar el producto (Zapatería Shoes for men “Jujan”).

#### **3.4.1. Página web y redes sociales.**

Tal como se describió anteriormente, la página web proporcionará toda la información sobre los calzados y permitirá a los clientes tener una aproximación más real de los diferentes tipos de calzados que se ofertan. También se emplearán las redes sociales de mayor uso actualmente: Facebook, Whatsapp.



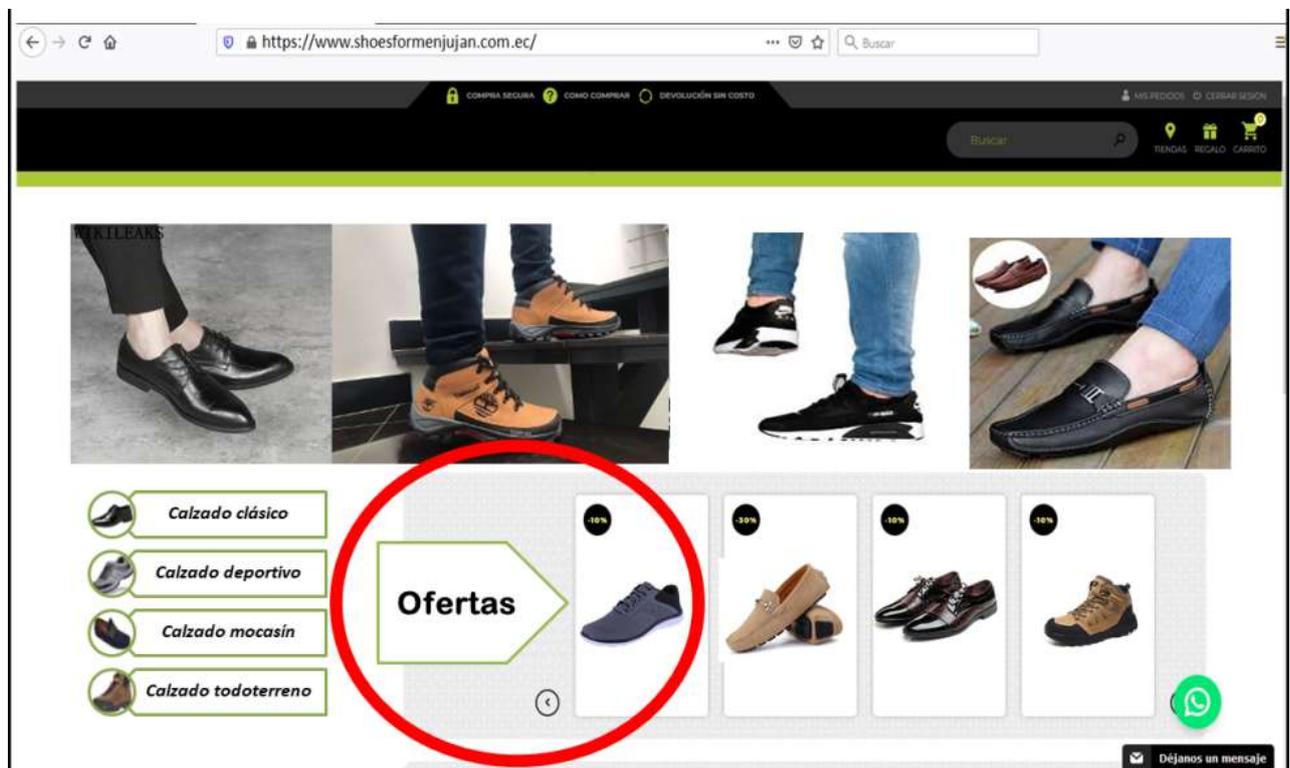
#### **3.4.2. Zapatería Shoes for men “Jujan”.**

En el local físico de la zapatería, los clientes podrán adquirir los zapatos que más se ajusten a sus necesidades.



### 3.5. Relaciones con los clientes.

Para mantener a los clientes fidelizados y que se sientan a gusto, se actualizará la información de la página web de forma continua, esto permitirá que nuestros clientes estén al tanto no solo de los productos, sino de las ofertas o promociones que se realicen.



### **3.6. Fuentes de ingreso.**

Zapatería Shoes for men “Jujan” tendrá sus ingresos mediante la venta de los diferentes calzados que se ofertan: Clásico, Mocasín, Deportivo y Todoterreno. Además, los pagos que realicen los clientes, lo podrán hacer en efectivo o mediante tarjeta de crédito.



### **3.7. Activos para el funcionamiento del negocio.**

Zapatería Shoes for men “Jujan” contará con los siguientes activos:

Tabla 19. Activos del negocio

Activos	Cantidad	Precio unitario(\$)	Total (\$)
<p>Sistema de facturación con caja registradora computarizada</p> 	1	989	989
<p>Escritorio</p> 	1	160	160
<p>Banco plano</p> 	3	50	150
<p>Repisas de pared para calzado</p>	8	40	320

			
<p>Aire acondicionado de 24000 BTU</p> 	1	485	485
<p>Espejos cuadrados grandes</p> 	3	25	75
<p>Impresora tinta continua</p> 	1	196	196
<p>Grapadora</p>	1	3,50	3,50

			
Perforadora 	1	2,50	2,50
Saca grapas 	1	1,50	1,50
Teléfono 	1	30	30
Bauchadora	1	50	50

			
<p>Sistema de seguridad con cuatro cámaras</p> 	1	70	70
<p>Silla giratoria para escritorio</p> 	1	59	59
<p>Extintores</p>	3	17	51
<p>Estantería Percha Góndola Metálico 5 Niveles</p>	8	38	304
<p>Total</p>		2.946,50	

### **3.8. Actividades del negocio.**

Zapatería Shoes for men “Jujan” tendrá tres actividades consideradas claves para el buen funcionamiento del negocio:

- ❖ **Gestión de compra del calzado.** - para esto se realizará con anticipación los pedidos ante los proveedores nacionales de calzado, esto permitirá contar permanentemente con el stock de calzados y no causar incomodidad a los clientes.
- ❖ **Gestión de promoción.** - para esto se utilizará la página web y las redes sociales, lo que permitirá ir ganando posicionamiento en la mente de los consumidores.
- ❖ **Gestión de comercialización del calzado.** - para esto se desarrollará un proceso de atención al cliente en la zapatería, buscando satisfacer con calidez a los clientes.

### **3.9. Red de socios.**

Zapatería Shoes for men “Jujan” establecerá alianza estratégica con:

- ❖ **Fabricantes nacionales de calzado.** - se contará con la interacción de varios fabricantes de calzado dentro del territorio del Ecuador, entre los cuales tenemos:

### Calzado Ecuador

4.2 ★★★★★ (5) - Comercio

Ambato

098 798 6685

**Cerrado** · Horario de apertura: lun.  
08:00



SITIO WEB



RUTA

Su sitio web menciona  
fabricantes de calzado

### CESAR VACA MANUFACTUI

5.0 ★★★★★ (3) - Fábrica de z...

Latacunga

099 532 1575

**Cerrado** · Horario de apertura: 08:00



SITIO WEB



RUTA

### ATA PASHO'S - Fabricantes I

5.0 ★★★★★ (1) - Fábrica de z...

Mocha

099 488 6429

**Cerrado** · Horario de apertura: 07:00



SITIO WEB



RUTA

### EcuainnBotas - Botas Ecuad

4.3 ★★★★★ (4) - Fábrica de z...

Quito

(02) 295-1558

**Cerrado** · Horario de apertura: 08:00



SITIO WEB



RUTA

Su sitio web menciona  
fabricante de calzado

- ❖ **Diseñador de página web.** - para la construcción del sitio web oficial de la zapatería, se articulara acciones con:

#### WebCorp - Páginas web - SEO - Marketing Digital ×

[Sitio web](#) [Cómo llegar](#) [Guardar](#)

5.0 ★★★★★ 26 comentarios de Google  
Diseñador de sitios web en Guayaquil

**Dirección:** Guayaquil 090105  
**Horario:** Abierto las 24 horas ▾  
**Teléfono:** 096 088 6111  
**Citas:** [wa.me](#)  
[Sugerir una edición](#)

¿Conoces este lugar? Responde unas preguntas rápidas

#### Productos Ver todos

 Diseño Tienda On... \$899,00	 Páginas Web (P... \$499,00	 Páginas Web (To... \$299,00	 Pági... \$195
-------------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------	----------------------

- ❖ **Proveedores de repisas de pared para calzado.** - se articulará acciones con una empresa local, domiciliada en la Ciudad de Guayaquil y que se dedica a fabricar todo tipo de estanterías:



- ❖ **Propietario del inmueble que se alquila.** - se articulará acciones con el propietario del local donde funcionará la zapatería. Es importante señalar que, durante los primeros años, se alquilara un local que reúna las condiciones favorables para un diseño interior acogedor para los clientes.
- ❖ **Institución financiera crediticia.** - para financiar el proyecto de emprendimiento, se articulará con la Cooperativa de ahorro y crédito JEP, la cual establece una tasa de interés anual para Pymes del 11,20%.



### CrediPYMES

Son créditos orientados a personas naturales o jurídicas, destinados a financiar diversas actividades productivas y de comercialización a una menor escala que el segmento empresarial, con ingresos por ventas directamente relacionados con la actividad productiva y/o de comercialización, cuya fuente de pago provenga de dicha actividad.

#### Requisitos

- Apertura de cuenta AhorrosJEP
- Cédula
- Planilla de servicio básico (agua, luz o teléfono)
- Balances, entre otros.

#### Beneficios

- Puedes solicitar entre USD 1,00 y USD 3.000.000,00
- Plazo de hasta 10 años.
- Con una tasa nominal del 11,20%.

### Créditos

- » CrediJEP
- » MicroJEP
- » CrediMIVIENDA
- » CrediPYMES
- » Simulador de Créditos
- » Crédito en línea

Ahorros

JEPMóvil

- ❖ **Proveedor de internet.** - el proveedor de internet seleccionado para este emprendimiento, es CNT.



- ❖ **Proveedor de equipos informáticos.** - para realizar los cobros y emitir la factura electrónica, se articulará con un proveedor de cajas registradoras computarizadas, domiciliado en la Ciudad de Guayaquil.



**Un mundo de soluciones tecnológicas para tu día a día.**

### 3.10. Estructura de costos.

Zapatería Shoes for men “Jujan” generará salidas o egresos de dinero por concepto de:

- ❖ Cancelación de sueldos del personal.
- ❖ Cancelación de servicios básicos.
- ❖ Cancelación de membresía de página web.
- ❖ Cancelación del préstamo.
- ❖ Adquisición de activos del negocio.
- ❖ Cancelación de alquiler de local

## CAPITULO IV. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

### 4.1. Factibilidad técnica.

Para la implementación de este emprendimiento basado en el modelo de negocio de una zapatería, es importante considerar que los elementos y actores que participan en la operabilidad del negocio, si están disponibles en el mercado. Para empezar se manifiesta que los calzados serán adquiridos a productores nacionales, los muebles y equipos a emplear también a distribuidores locales, de igual forma el personal que laborará en la zapatería, será local dando prioridad a las personas del cantón Jujan.

### 4.2. Capital de trabajo.

El capital de trabajo del emprendimiento está basado en la mercadería que continuamente se debe ir adquiriendo, para esto se establece dos grupos por cada tipo de calzado:

Tabla 20. Capital de trabajo

CALZADOS				
INSUMO	TALLA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Calzado clásico	34 - 38	25	20,00	500,00
Calzado clásico	39 - 45	25	28,00	700,00
Calzado deportivo	34 - 38	25	20,00	500,00
Calzado deportivo	39 - 45	25	28,00	700,00
Calzado mocasín	34 - 38	25	20,00	500,00
Calzado mocasín	39 - 45	25	28,00	700,00
Calzado todoterreno	34 - 38	25	20,00	500,00
Calzado todoterreno	39 - 45	25	28,00	700,00
<b>TOTAL</b>				<b>4.800,00</b>

### 4.3. Localización del emprendimiento.

La Macrolocalización del negocio estará en la Provincia del Guayas, específicamente en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan).



Este importante Cantón está ubicado en la parte sur de la Provincia del Guayas y en el límite con el Cantón Babahoyo de la Provincia de Los Ríos.

La Microlocalización del emprendimiento está ubicada en la Avenida principal E25 Trocal de la Costa, entre Calle Quinta Victoria y Calle Gruta de la Virgen.

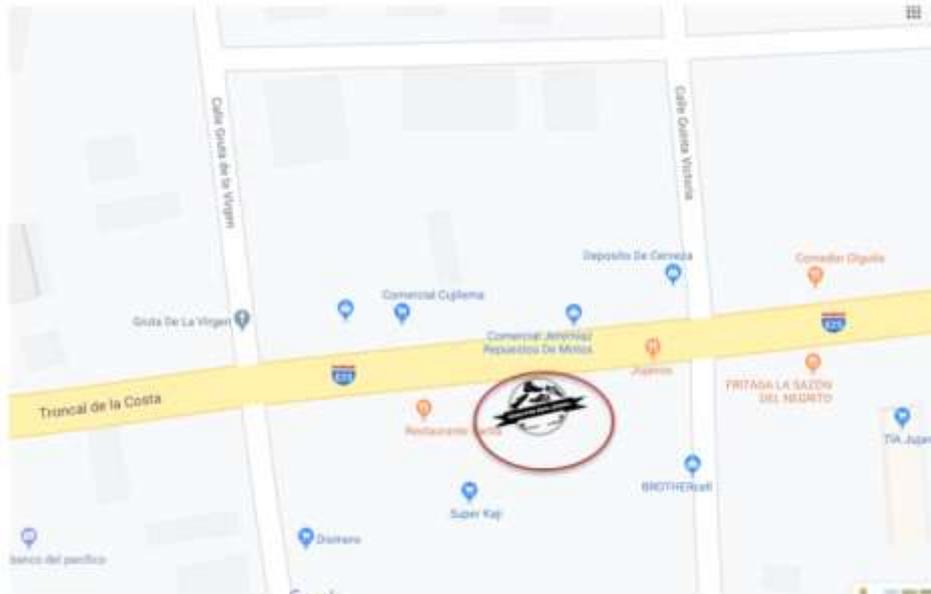
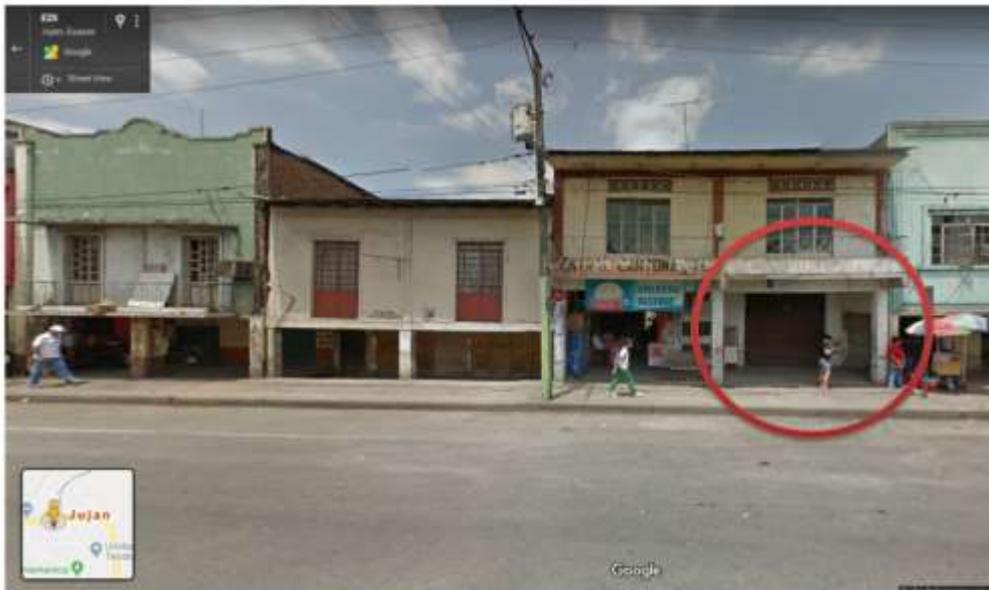


Ilustración 26. Localización del emprendimiento



#### 4.4. Diseño estructural del negocio.

La estructura de la Zapatería Shoes For Men “Jujan”, se adapta a la realidad de las edificaciones de alquiler existentes. Esta estructura tendrá una amplia área de servicio al cliente, también tendrá un área de bodega y un área de baños. La caja o punto de cobro estará ubicada cerca de la zona de acceso del negocio.

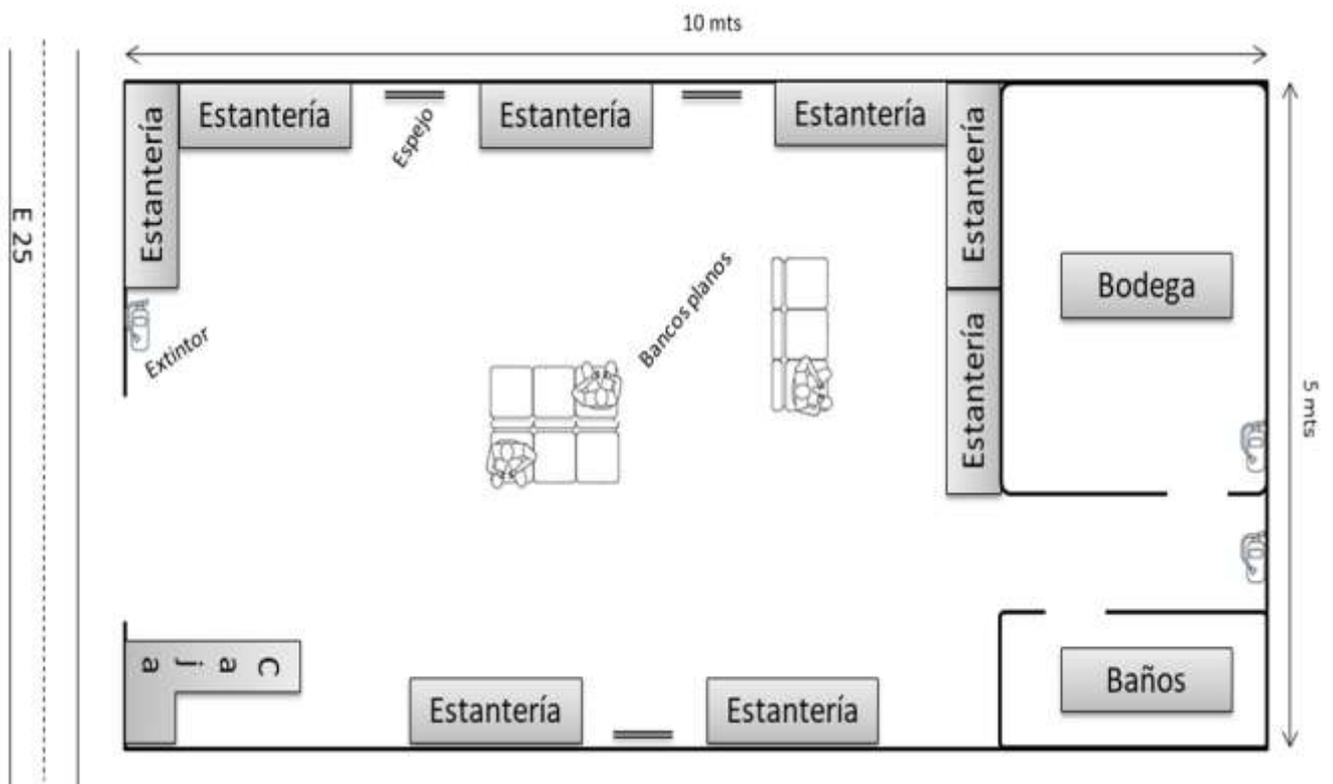


Ilustración 27. Diseño del local

#### **4.5. Aspectos legales.**

Para legal funcionamiento, Zapatería Shoes For Men “Jujan” deberá realizar a través de su mentor una serie de procesos o trámites ante varias instituciones:

##### Sistema de rentas internas.

Para la obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes) los requisitos son:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía
- Original certificado de votación
- Original y copia de planilla del servicio básico del establecimiento
- Contrato de la concesión comercial o contrato en comodato. (Zavala, 2017)

##### Cuerpo de bomberos.

Para la obtención de la tasa contra incendios los requisitos son los siguientes:

- Copia de cedula de ciudadanía
- Copia completa del ruc
- Copia consulta de uso de suelo
- Copia de pago último impuesto predial.
- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal”
- Copia de cédula y certificado de votación. (Zavala, 2017)

##### Tasa de habilitación.

- Registrarse en la página web del municipio de Alfredo Baquerizo Moreno
- Copia de uso de suelo
- Copia de patente del año en curso

- Copia de la tasa de servicios contra incendios del año en curso
- Copia ultima del RUC
- Tasa de trámite y Formulario de Tasa de Habilitación
- Copia del nombramiento, cédula y certificado de votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica)
- Sólo en el caso de que el local sea arrendado y concesionado, deberá presentar copia simple del contrato de arriendo o concesión con sus respectivas copias de cédulas. (Zavala, 2017)

#### **4.2. Factibilidad financiera.**

Para establecer la factibilidad o viabilidad de carácter financiero del emprendimiento, se emplea un Excel financiero, donde se determina:

- Capital de trabajo
- Inversión inicial
- Remuneraciones más beneficios de ley
- Amortización de deuda
- Depreciaciones
- Proyecciones de compra y venta
- Gastos administrativos
- Flujo de caja
- Valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión y relación costo beneficio.

Tabla 21. Inversión inicial

**INVERSION INICIAL SHOES FOR MEN - JUJAN**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>INFRAESTRUCTURA</b>				
Alquiler de local	Unidad	1	230,00	230,00
Mano de obra adecuacion del local	Unidad	1	200,00	200,00
<b>Subtotal</b>				<b>430,00</b>
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>ACTIVOS ÁREA DE BODEGA</b>				
Estanteria Percha Gondola Metalico 5 Niveles	Unidad	8	\$38,00	304,00
Extintor	Unidad	1	\$17,00	17,00
<b>Subtotal</b>				<b>321,00</b>
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>ACTIVOS ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE</b>				
Sistema de facturación con caja registradora computarizada	Unidad	1	\$989,00	989,00
Silla giratoria	Unidad	1	\$59,00	59,00
Banco plano	Unidad	3	\$50,00	150,00
Escritorio	Unidad	1	\$160,00	160,00
Repisas de pared para calzado	Unidad	8	\$40,00	320,00
Espejos cuadrados grandes	Unidad	3	\$25,00	75,00
Aire acondicionado de 24000 BTU	Unidad	1	\$485,00	485,00
Grapadora	Unidad	1	\$3,50	3,50
Perforadora	Unidad	1	\$2,50	2,50
Sacagrapas	Unidad	1	\$1,50	1,50
Sistema de seguridad con cuatro cámaras	Unidad	1	\$70,00	70,00
Teléfono	Unidad	1	\$30,00	30,00
Impresora	Unidad	1	\$196,00	196,00
Extintor	Unidad	2	\$17,00	34,00
Bauchadora	Unidad	1	\$50,00	50,00
<b>Subtotal</b>				<b>2.625,50</b>
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>DOCUMENTOS DE FUNCIONAMIENTO</b>				
Permisos de Funcionamiento	Unidad	1	250,00	250,00
<b>Subtotal</b>				<b>250,00</b>
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>				
Calzados (34 -38)	Mensual	100	20,00	2.000,00
Calzados (39 - 45)	Mensual	100	28,00	2.800,00
<b>Subtotal</b>				<b>4.800,00</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>				<b>8.426,50</b>

**Tabla 22. Sueldos**

SUELDOS					
CARGO	CANTIDAD	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	650,00	241,23	891,23	10.694,70
Responsable de bodega	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
Vendedor	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
Cajera(o)	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>			<b>2.575,03</b>	<b>30.900,30</b>

El gasto corriente por concepto de sueldos asciende a un valor mensual de \$ 2.75,03 dólares americanos, de igual forma el monto total anual asciende a \$30.900,30 dólares americanos. Esto se da por el modelo de negocio establecido, que exige la presencia de cuatro puestos estratégicos de trabajo.

**Tabla 23. Beneficios sociales**

CARGO	SUELDO	BENEFICIOS MENSUALIZADOS					TOTAL
		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	
Gerente	650	54,17	33,33	54,17	72,48	27,08	241,23
Responsable de bodega	400	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27
Vendedor	400	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27
Cajera(o)	400	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27

Para efecto de financiamiento del negocio, se establece conveniente manejar una tasa de interés del 12% a 60 meses plazo, lo que se detalla a continuación:

Tabla 24. Amortización

CUOTA FIJA				
MONTO INICIAL	8.426,50			
PLAZO	5			
INTERES NOMINAL	12%			
PERIODO DE PAGO	Mensual			

PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	8.426,50	84,27	103,18	187,44
2	8.323,32	83,23	104,21	187,44
3	8.219,11	82,19	105,25	187,44
4	8.113,86	81,14	106,30	187,44
5	8.007,56	80,08	107,37	187,44
6	7.900,19	79,00	108,44	187,44
7	7.791,75	77,92	109,53	187,44
8	7.682,22	76,82	110,62	187,44
9	7.571,60	75,72	111,73	187,44
10	7.459,88	74,60	112,84	187,44
11	7.347,03	73,47	113,97	187,44
12	7.233,06	72,33	115,11	187,44
13	7.117,95	71,18	116,26	187,44
14	7.001,68	70,02	117,43	187,44
15	6.884,26	68,84	118,60	187,44
16	6.765,66	67,66	119,79	187,44
17	6.645,87	66,46	120,98	187,44
18	6.524,89	65,25	122,19	187,44
19	6.402,69	64,03	123,42	187,44
20	6.279,28	62,79	124,65	187,44
21	6.154,63	61,55	125,90	187,44
22	6.028,73	60,29	127,16	187,44
23	5.901,57	59,02	128,43	187,44
24	5.773,15	57,73	129,71	187,44
25	5.643,44	56,43	131,01	187,44
26	5.512,43	55,12	132,32	187,44
27	5.380,11	53,80	133,64	187,44
28	5.246,47	52,46	134,98	187,44
29	5.111,49	51,11	136,33	187,44
30	4.975,16	49,75	137,69	187,44
31	4.837,47	48,37	139,07	187,44
32	4.698,40	46,98	140,46	187,44
33	4.557,94	45,58	141,86	187,44
34	4.416,08	44,16	143,28	187,44
35	4.272,80	42,73	144,71	187,44
36	4.128,08	41,28	146,16	187,44
37	3.981,92	39,82	147,62	187,44
38	3.834,30	38,34	149,10	187,44
39	3.685,20	36,85	150,59	187,44
40	3.534,61	35,35	152,10	187,44
41	3.382,51	33,83	153,62	187,44
42	3.228,89	32,29	155,15	187,44
43	3.073,74	30,74	156,71	187,44
44	2.917,03	29,17	158,27	187,44
45	2.758,76	27,59	159,86	187,44
46	2.598,90	25,99	161,45	187,44
47	2.437,45	24,37	163,07	187,44
48	2.274,38	22,74	164,70	187,44
49	2.109,68	21,10	166,35	187,44
50	1.943,34	19,43	168,01	187,44
51	1.775,33	17,75	169,69	187,44
52	1.605,64	16,06	171,39	187,44
53	1.434,25	14,34	173,10	187,44
54	1.261,15	12,61	174,83	187,44
55	1.086,32	10,86	176,58	187,44
56	909,74	9,10	178,35	187,44
57	731,40	7,31	180,13	187,44
58	551,27	5,51	181,93	187,44
59	369,34	3,69	183,75	187,44
60	185,59	1,86	185,59	187,44
		<b>2.820,07</b>	<b>8.426,50</b>	<b>11.246,57</b>

**Tabla 25. Depreciación**

DETALLE	COSTO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Estanteria Percha Gondola Metalico 5 Niveles	304,00	30,40	10	27,36	27,36	27,36	27,36	27,36
Extintor	17,00	1,70	10	1,53	1,53	1,53	1,53	1,53
Sistema de facturación con caja registradora computarizada	989,00	326,37	3	220,88	220,88	220,88	220,88	220,88
Silla giratoria	59,00	5,90	10	5,31	5,31	5,31	5,31	5,31
Banco plano	150,00	15,00	10	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Escritorio	160,00	16,00	10	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40
Repisas de pared para calzado	320,00	32,00	10	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80
Espejos cuadrados grandes	75,00	7,50	10	6,75	6,75	6,75	6,75	6,75
Aire acondicionado de 24000 BTU	485,00	48,50	10	43,65	43,65	43,65	43,65	43,65
Grapadora	3,50	0,35	10	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32
Perforadora	2,50	0,25	10	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23
Sacagrapas	1,50	0,15	10	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14
Sistema de seguridad con cuatro cámaras	70,00	23,10	3	15,63	15,63	15,63	15,63	15,63
Teléfono	30,00	3,00	10	2,70	2,70	2,70	2,70	2,70
Impresora	196,00	64,68	3	43,77	43,77	43,77	43,77	43,77
Extintor	34,00	3,40	10	3,06	3,06	3,06	3,06	3,06
Bauchadora	50,00	16,50	3	11,17	11,17	11,17	11,17	11,17
<b>TOTAL</b>		<b>594,80</b>		<b>439,19</b>	<b>439,19</b>	<b>439,19</b>	<b>439,19</b>	<b>439,19</b>

**Tabla 26. Compra de unidades mensuales**

COMPRA MENSUAL UNIDADES	2021	2022	2023	2024	2025
Calzado clásico (34-38)	25	48	67	80	87,8
Calzado clásico (39-45)	25	48	67	80	88
Calzado deportivo(34-38)	25	48	67	80	88
Calzado deportivo(39-45)	25	48	67	80	88
Calzado mocasin(34-38)	25	48	67	80	88
Calzado mocasin(39-45)	25	48	67	80	88
Calzado todoterreno(34-38)	25	48	67	80	88
Calzado todoterreno(39-45)	25	48	67	80	88

**Tabla 27. Compra de unidades anuales**

COMPRA ANUAL UNIDADES	2021	2022	2023	2024	2025
Calzado clásico (34-38)	300	570	798	958	1.053,4
Calzado clásico (39-45)	300	570	798	958	1.053
Calzado deportivo(34-38)	300	570	798	958	1.053
Calzado deportivo(39-45)	300	570	798	958	1.053
Calzado mocasin(34-38)	300	570	798	958	1.053
Calzado mocasin(39-45)	300	570	798	958	1.053
Calzado todoterreno(34-38)	300	570	798	958	1.053
Calzado todoterreno(39-45)	300	570	798	958	1.053

**Tabla 28. Compra anual en dólares**

COSTO DE COMPRA EN DOLARES	COSTO UNITARIO	2021	2022	2023	2024	2025
		COSTO DE COMPRA				
Calzado clásico (34-38)	20,00	6.000	11.400	15.960	19.152	21.067
Calzado clásico (39-45)	28,00	8.400	15.960	22.344	26.813	29.494
Calzado deportivo(34-38)	20,00	6.000	11.400	15.960	19.152	21.067
Calzado deportivo(39-45)	28,00	8.400	15.960	22.344	26.813	29.494
Calzado mocasín(34-38)	20,00	6.000	11.400	15.960	19.152	21.067
Calzado mocasín(39-45)	28,00	8.400	15.960	22.344	26.813	29.494
Calzado todoterreno(34-38)	20,00	6.000	11.400	15.960	19.152	21.067
Calzado todoterreno(39-45)	28,00	8.400	15.960	22.344	26.813	29.494
<b>TOTAL</b>		<b>57.600</b>	<b>109.440</b>	<b>153.216</b>	<b>183.859</b>	<b>202.245</b>

El costo de compra está establecido mediante una modalidad de tarifa plana, que implica que por cada rango de tallas de calzado, se aplica un precio de adquisición fijo.

**Tabla 29. Venta de unidades mensuales**

VENTA MENSUAL UNIDADES	2021	2022	2023	2024	2025
Calzado clásico (34-38)	25	48	67	80	88
Calzado clásico (39-45)	25	48	67	80	88
Calzado deportivo(34-38)	25	48	67	80	88
Calzado deportivo(39-45)	25	48	67	80	88
Calzado mocasín(34-38)	25	48	67	80	88
Calzado mocasín(39-45)	25	48	67	80	88
Calzado todoterreno(34-38)	25	48	67	80	88
Calzado todoterreno(39-45)	25	48	67	80	88

**Tabla 30. Venta de unidades anuales**

VENTA ANUAL UNIDADES	2021	2022	2023	2024	2025
Calzado clásico (34-38)	300,00	570,00	798,00	957,60	1.053,36
Calzado clásico (39-45)	300,00	570,00	798,00	957,60	1.053,36
Calzado deportivo(34-38)	300,00	570,00	798,00	957,60	1.053,36
Calzado deportivo(39-45)	300,00	570,00	798,00	957,60	1.053,36
Calzado mocasín(34-38)	300,00	570,00	798,00	957,60	1.053,36
Calzado mocasín(39-45)	300,00	570,00	798,00	957,60	1.053,36
Calzado todoterreno(34-38)	300,00	570,00	798,00	957,60	1.053,36
Calzado todoterreno(39-45)	300,00	570,00	798,00	957,60	1.053,36

**Tabla 31. Venta anual en dólares**

		2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS ANUALES EN DOLARES	PRECIO DE VENTA UNITARIO	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL
Calzado clásico (34-38)	30,00	9.000	17.100	23.940	28.728	31.601
Calzado clásico (39-45)	40,00	12.000	22.800	31.920	38.304	42.134
Calzado deportivo(34-38)	30,00	9.000	17.100	23.940	28.728	31.601
Calzado deportivo(39-45)	40,00	12.000	22.800	31.920	38.304	42.134
Calzado mocasin(34-38)	30,00	9.000	17.100	23.940	28.728	31.601
Calzado mocasin(39-45)	40,00	12.000	22.800	31.920	38.304	42.134
Calzado todoterreno(34-38)	30,00	9.000	17.100	23.940	28.728	31.601
Calzado todoterreno(39-45)	40,00	12.000	22.800	31.920	38.304	42.134
<b>TOTAL</b>		<b>84.000</b>	<b>159.600</b>	<b>223.440</b>	<b>268.128</b>	<b>294.941</b>

Se aplica la estrategia de precio denominada tarifa plana, que permite manejar un precio constante por rangos de tallas de calzado: tallas (34-38) \$30 dólares, tallas (39-45) \$40 dólares.

**Tabla 32. Gastos administrativos**

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
DETALLE	Medida	VALOR	VALOR ANUAL
Remuneraciones	Mensual	2.575,03	30.900,30
Servicios básicos	Mensual	50,00	600,00
Internet	Mensual	35,00	420,00
Papelería	Semestral	21,00	42,00
Materiales de limpieza	Mensual	1,71	20,50
<b>TOTAL</b>			<b>31.982,80</b>

Tabla 33. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos por venta		84.000,00	159.600,00	223.440,00	268.128,00	294.940,80
Costos de Producción		57.600,00	109.440,00	153.216,00	183.859,20	202.245,12
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>26.400,00</b>	<b>50.160,00</b>	<b>70.224,00</b>	<b>84.268,80</b>	<b>92.695,68</b>
Gastos administrativos y de ventas		31.982,80	31.982,80	31.982,80	31.982,80	31.982,80
Depreciación		439,19	439,19	439,19	439,19	439,19
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		<b>-6.021,99</b>	<b>17.738,02</b>	<b>37.802,02</b>	<b>51.846,82</b>	<b>60.273,70</b>
Gastos de Intereses		940,76	774,80	587,80	377,08	139,63
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-6.962,75</b>	<b>16.963,21</b>	<b>37.214,22</b>	<b>51.469,74</b>	<b>60.134,06</b>
25% de impuesto		-1.740,69	4.240,80	9.303,55	12.867,43	15.033,52
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>-5.222,06</b>	<b>12.722,41</b>	<b>27.910,66</b>	<b>38.602,30</b>	<b>45.100,55</b>
Depreciación		439,19	439,19	439,19	439,19	439,19
<b>INVERSION</b>						
Infraestructura	-430,00	-230,00	-230,00	-230,00	-230,00	-230,00
Activos área de abastecimiento	-321,00					
Activos área de atención al cliente	-2.625,50			-1.305,00		
Documentos de Funcionamiento	-250,00					
Capital de Trabajo	-4.800,00	-4.800,00	-4.800,00	-4.800,00	-4.800,00	
Recuperacion del capital de trabajo						9.600,00
Amortización de la inversión		1.308,55	1.474,51	1.661,52	1.872,24	2.109,68
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-8.426,50</b>	<b>-11.121,43</b>	<b>6.657,08</b>	<b>21.658,33</b>	<b>32.139,25</b>	<b>52.800,05</b>

En base a los flujos obtenidos, se determinó una tasa interna de retorno del 68%, que es muy superior a la tasa de descuento del emprendimiento, siendo factible esta oportunidad de negocio.

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= -I_0 + \frac{f_1}{(1+i)^1} + \frac{f_2}{(1+i)^2} + \frac{f_3}{(1+i)^3} + \frac{f_4}{(1+i)^4} + \frac{f_5+V_s}{(1+i)^5} \\
 \text{VAN} &= -8.426,50 + \frac{-11.121,43}{1,12} + \frac{6.657,08}{1,2544} + \frac{21.658,33}{1,404928} + \frac{32.139,25}{1,57351936} + \frac{53.394,85}{1,762341683} \\
 \text{VAN} &= -8.426,50 + -9.929,85 + 5.306,99 + 15.415,97 + 20.425,08 + 30.297,67 \\
 \text{VAN} &= \mathbf{53.089,36} \\
 \text{TIR} &= \mathbf{68\%}
 \end{aligned}$$

Tasa de Descuento= 12%

**Tabla 34. Recuperación de la inversión**

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS</b>	<b>FACTOR DE DESCUENTO</b>	<b>FLUJO DESCONTADO</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
AÑO 0	8.426,50			
2020	-11.121,43	1,12	-9.929,85	-9.929,85
2021	6.657,08	1,2544	5.306,99	-4.622,86
2022	21.658,33	1,404928	15.415,97	10.793,11
2023	32.139,25	1,57351936	20.425,08	31.218,19
2024	52.800,05	1,762341683	29.960,17	61.178,35

PERIODO DE  
 RCUPERACION DE = 2 AÑOS 10 MESES 5 DIAS  
 LA INVERSION

La inversión inicial del negocio, se la recupera en dos años y diez meses con cinco días, considerándose que es un tiempo aceptable de recuperación y que favorece la factibilidad financiera de la zapatería.

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{61.515,86}{8.426,50}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \mathbf{7,30}$$

Mediante la determinación de la relación costo beneficio, se establece que por cada dólar invertido se obtienen \$6,30 dólares americanos adicionales, siendo esto altamente beneficioso para el negocio.

#### **4.3. Factibilidad operativa.**

Para que exista un adecuado funcionamiento del negocio, se establecen dos procesos considerados claves: proceso de compra y el proceso de servicio al cliente.

Proceso de gestión para la compra de calzados:

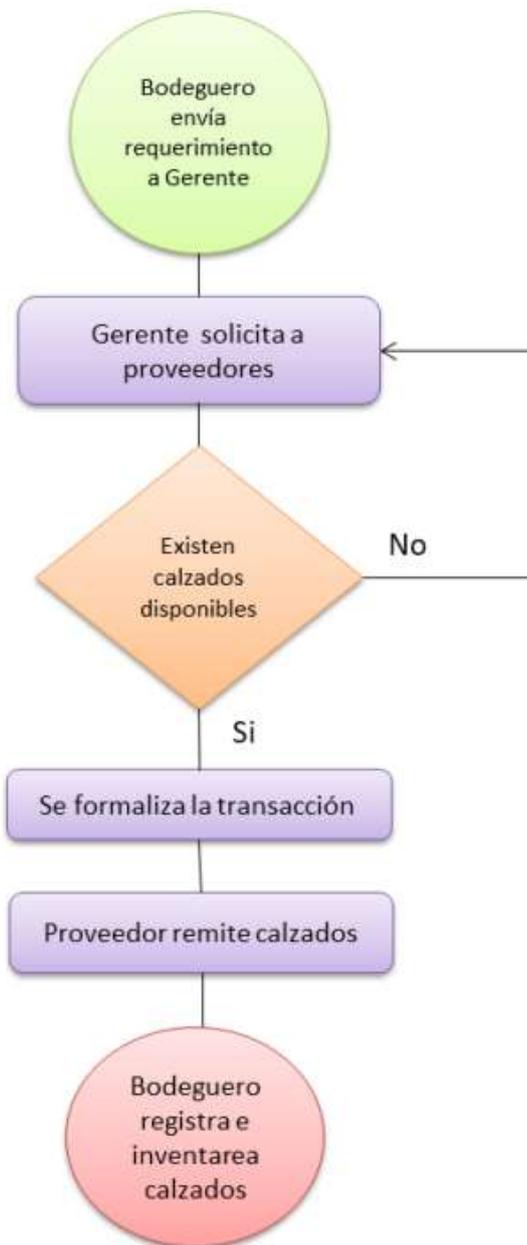


Ilustración 28. Proceso de gestión para la compra de calzados

Proceso para la gestión de servicio al cliente:

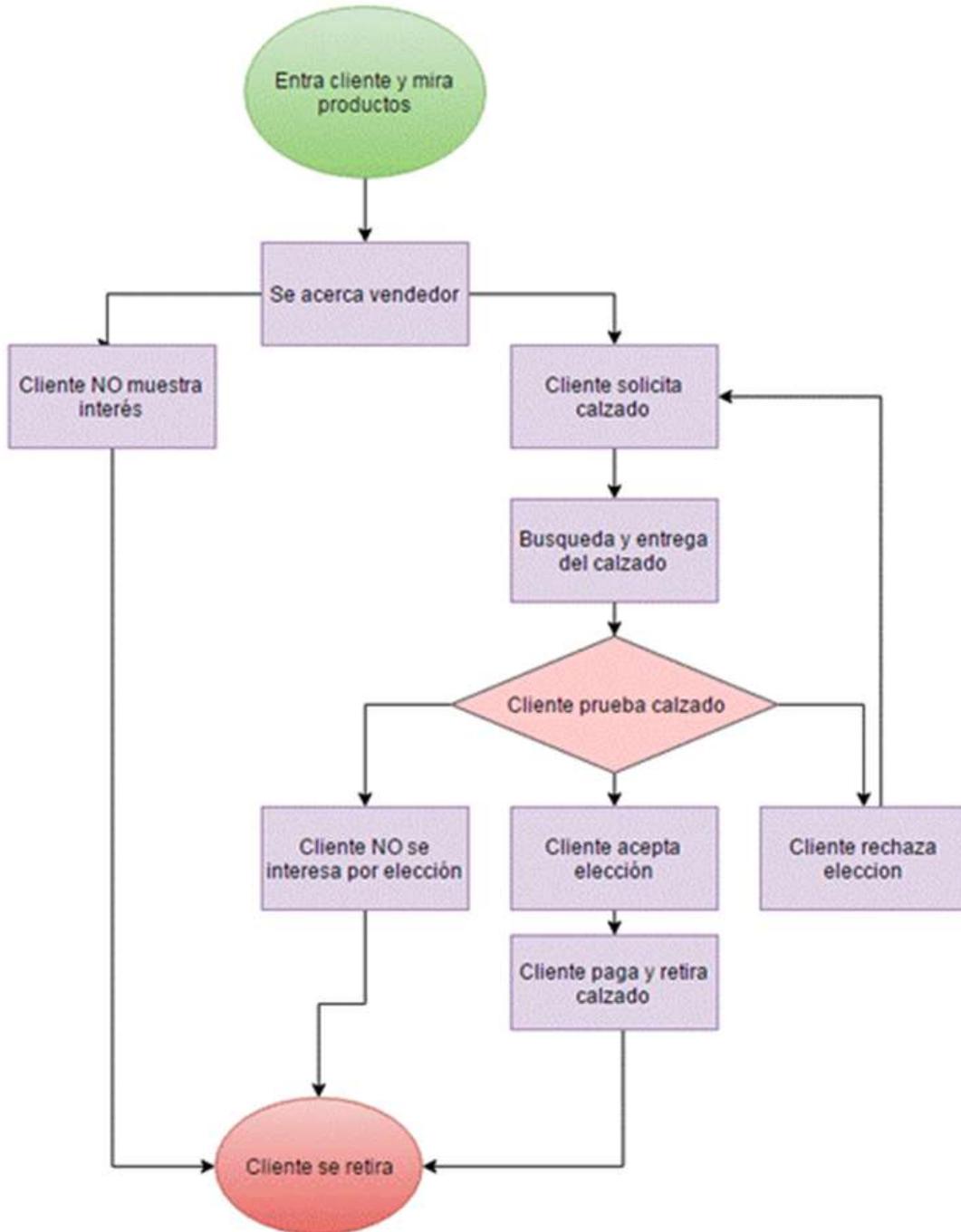


Ilustración 29. Proceso para la gestión de servicio al cliente

#### **4.4. Factibilidad ambiental.**

Este emprendimiento es amigable con el medio ambiente debido a varios factores, en primer lugar no se procesa productos dado que se compra calzado para vender calzado; en segundo lugar se ha diseñado un proceso de gestión de desechos sólidos como plásticos y cartones, que normalmente son los embalajes de los calzados.

##### Proceso de gestión de desechos: cartón y plásticos.

Una vez que los calzados llegan a la zapatería y son perchados, se retiran los contenedores o cartones en los que estos llegan empaquetados desde el proveedor, dejándolos solo en su caja individual la cual se va con el cliente al momento de la compra. Los cartones grandes de embalaje son almacenados en recipientes específicos para este tipo de desechos. De igual forma los plásticos de embalaje son almacenados en otros recipientes específicos para este efecto, finalmente dichos desechos son entregados al recolector de desechos municipal, facilitando su reciclaje.



Con estos procesos se contribuye a reducir la contaminación generada por actividades empresariales, específicamente como lo establece el objetivo N° 12 de desarrollo sostenible de Naciones Unidas.

#### **4.5. Factibilidad social.**

Socialmente existe una factibilidad desde dos puntos de vista: en primer lugar se genera cuatro plazas de trabajo, contribuyendo con el objetivo N° 3 de desarrollo sostenible de Naciones Unidas. Brindando la oportunidad para que jóvenes tengan una fuente de ingreso laboral y satisfagan mejor sus necesidades.



Por otro lado el proyecto contribuye a una mejor satisfacción de las necesidades de uso de calzado, ya que dentro del contexto del Cantón Alfredo Baquerizo Moreno, no existen negocios exclusivos de comercialización de calzado.

## CONCLUSIONES

Una vez realizado los procesos técnicos para determinar la factibilidad del presente emprendimiento, se tienen los siguientes resultados:

Existe una factibilidad de mercado positiva, así lo establece el 100% de las personas que manifestaron que les gustaría que se implemente en el cantón Alfredo Baquerizo Moreno una zapatería exclusiva para hombres.

Técnicamente el proyecto es factible, ya que los activos y proveedores de calzado que participan en la operacionalidad del negocio, si están disponibles en el mercado.

Financieramente existe una buena factibilidad, ya que se obtuvo una tasa interna de retorno del 68%, lo que brinda confianza de invertir en la zapatería.

Operativamente también existe una buena factibilidad, ya que se estructuraron procesos para la compra y servicio al cliente, que van a permitir satisfacer las necesidades del mercado.

Ambientalmente este negocio no genera contaminantes significativos, ya que para efecto de plásticos y cartones de embalaje, se diseñó procesos de clasificación y entrega a la parte municipal competente.

Socialmente el proyecto tiene aportes muy valiosos, por un lado genera empleo y por otro ayuda a cubrir una necesidad básica que hasta ahora esta insatisfecha en el cantón.

## **RECOMENDACIONES**

Una vez que se determinan factibilidades favorables, se recomienda continuar con la implementación del presente proyecto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Cabrera, J. (2016). *Diseño de un plan estratégico de marketing para la marca "JC Sebastian's" de calzado casual en el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Castro, L., & Barrero, N. (2017). *Elaboración de Plan de Negocio para la empresa Luzinda S.A.S.* Bogotá: Universidad Santo Tomás Aquino.
- Cherrez, L. (2014). *Línea de calzado deportivo masculino con construccion Strobel en las tallas 38 al 42*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato.
- Chuquillangui, O. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de calzado industrial en el sur de Quito*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- Guaraca, E. (2015). *Diseño de un sistema de costos por procesos de produccion, para el sector de la zapateria del Cantón Gualaceo*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Illapa, J. (2017). *Estudio de factibilidad para crear una fábrica de calzado de hombre para el litoral ecuatoriano*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Muñoz, M. (2019). *Comunicación visual y su incidencia en la difusión del ícono emblemático de la Isla Santay en el año 2018*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Salvatierra, B., & Sanchez, M. (2015). *Plan de negocio para la confección, distribución y comercialización de calzado enfocado al mercado de la costa ecuatoriana*. Guayaquil: Universidad Católicade Santiago de Guayaquil.

Segura, F., & Torres , J. (2017). *Plan de negocios de una empresa productora y comercializadora de calzado femenino en la ciudad de Guayaquil Setocalza*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Zavala, E. (2017). *Comercialización de calzado personalizado para damas localizado en la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

# ANEXO

## UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE ADMINISTRACION FINANZAS E INFORMATICA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

*El presente instrumento tiene como finalidad, obtener informacion para la implementacion de una zapateria exclusiva para hombres en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno - Jujan.*

### ENCUESTA

1. Utiliza usted zapatos formales?

SI

NO

2. ¿Utiliza usted zapatos deportivos ?

SI

NO

3. ¿Utiliza usted zapatos mocazines ?

SI

NO

4. ¿Utiliza usted botas industriales o todoterreno ?

SI

NO

5. ¿Que tipo de calzado utiliza con mayor frecuencia?

Formal o clásico

Deportivo

Mocazines

Botas tipo industrial o todoterreno

Otro( especifique)

6. ¿De que procedencia prefiere comprar calzado?

Calzado nacional

Calzado importado

7. ¿Con qué frecuencia compras zapatos?

Una vez al año

Dos veces al año

Tres veces al año

Otro( especifique)

8. ¿Por lo general donde compra los calzados?

Dentro del Canton Jujan

En otra ciudad o Canton (especifique)

9. ¿Conoce alguna tienda que oferte zapatos exclusivamente para hombres ?

SI

NO

10. ¿Cuál es la razon principal que importa al momento de comprar calzado?

Tendencia en moda

Precio u ofertas

Comodidad.

Exclusividad.

Todas las anteriores

11. ¿Le gustaria que se implemente en el Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) una zapateria exclusiva para hombres?

SI

NO

12. ¿Estaria de acuerdo que se implemente un Sitio Web para dar a conocer los calzados y las novedades de la zapateria?

Muy de acuerdo

Algo de acuerdo

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

Algo en desacuerdo

Muy en desacuerdo