

# PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CALZADO FEMENINO CON TACÓN INTERCAMBIABLE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Proyecto Integrador realizado por:

CHACÓN OCHOA RONNIE STEVEN

ACOSTA BUENO RAFAEL AGUSTIN

**Presentado a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la Escuela  
Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)**

**Previa a la obtención del Título de:**

**INGENIERIA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Director de Proyecto: José Omar Zurita Cueva

Febrero 2017

## RESUMEN

El proyecto consiste en revolucionar el mercado nacional con calzado femenino innovado en su presentación de tacón removible permitiendo mejorar el confort, diseño y economía manteniendo las expectativas de la moda mundial que se renuevan continuamente.

Se consideró a la ciudad de Guayaquil el lugar donde comenzaron las negociaciones de este nuevo producto debido al estilo de vida que las mujeres tienen en este sector urbano del país, bajo la representación de la marca R&R shoes.

El pronóstico de la empresa es excelente ya que ingresaremos al mercado con un producto para satisfacer necesidades en cuanto a calzado lo que hace, más sencillo posesionar el producto y así lograr su exportación en los años próximos.

Las técnicas de investigación que se utilizan en el proyecto son la exploratoria y concluyente para así obtener resultados relevantes y observar cuál sería la demanda y la proyección de ventas anuales. Además se realiza la evaluación financiera con un periodo de 5 años para conocer la viabilidad del proyecto. De esta forma se concluye que el proyecto de negocio con la marca R&R shoes es rentable.

## **ABSTRACT**

The project consists in revolutionizing the national market for feminine shoe ware by innovating its presentation of a removable heel that allows improving its comfort, design and economy by also maintaining the expectation of the continuously renewing fashion world.

The city of Guayaquil was considered the place where the negotiation for this product started due to the lifestyle of the women in this urban sector of the country, under the representation of the brand R&R shoes.

The forecast for the business is excellent as we entered the market with a product that would satisfy the needs of footwear, which makes it easier to possess the product and that way, achieve its exportation in the coming years.

The research methods that were used in this project were the exploratory and conclusive methods in order to obtain relevant results and be able to observe the demand and the annual projection sales. A financial evaluation is also performed within a 5-year period in order to know the viability of the project. This way we can conclude that the business project with the brand R&R shoes is profitable.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico principalmente a Dios por bendecirme siempre en todas las metas que me he propuesto. A mis padres, abuelitos por apoyarme y darme fuerzas para seguir adelante y así poder cumplir mis objetivos, este logro es para ustedes solo decirles gracias por ser parte de mi vida y por esas fuerzas que me brindaron para poder concluir mis estudios universitarios.

Ronnie Steven Chacón Ochoa.

Este trabajo se lo dedico a Dios por brindarme la vida y todas las capacidades para alcanzar mis metas. A mis padres, por confiar en mí y ser parte de este logro a través de sus esfuerzos, por brindarme la oportunidad de estudiar y motivar mis días con alegría y amor, este logro es para ustedes que han sido parte importante en mi vida.

Rafael Agustín Acosta Bueno.

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar agradecerle a Dios por bendecirme siempre y por ayudarme a poder culminar una meta tan importante como son los estudios universitarios. Le agradezco a mi papá Fausto Chacón y a mi mamá Mónica Ochoa ellos han sido un pilar fundamental en mi vida, este logro es especialmente para Dios y para mis padres gracias por todo, en general solo decirle gracias a toda mi familia por apoyarme en todo momento. Le agradezco mucho a mi novia por su apoyo y por la ayuda que me brindo en el proyecto de tesis de igual manera estoy agradecido con Vinicio Sicha por brindarme su conocimiento y su ayuda para poder realizar los prototipos del calzado.

Ronnie Steven Chacón Ochoa.

En primer lugar agradezco a Dios por sus bendiciones día a día que me permitieron alcanzar esta meta. Un agradecimiento especial para mi padre José Acosta y mi madre Jacqueline Bueno quienes estuvieron siempre a mi lado en todo el camino de mi vida universitaria, mis hermanos y mis tíos José Sánchez y Silvia Bueno, agradezco a toda mi familia y a mi enamorada Adriana Vergara por todo su apoyo que me brinda para lograr mis objetivos.

Rafael Agustín Acosta Bueno.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, nos corresponden exclusivamente; y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual.

---

Ronnie Steven Chacón Ochoa.

---

Rafael Agustín Acosta Bueno

## SIGLAS

INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
CALTU	Cámara de Calzado de Tungurahua
CCIF	Consumo Individual por Finalidades
R&R	Ronnie y Rafael
ROI	Retorno Sobre la Inversión
ENIGHUR	Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	ii
ABSTRACT .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTOS .....	v
DECLARACIÓN EXPRESA .....	vi
SIGLAS .....	vii
TABLA DE CONTENIDO .....	viii
LISTADO DE FIGURAS .....	xi
LISTADO DE TABLAS .....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	1
1. SECCION I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1. Definición del Problema .....	2
1.2. Árbol de problema .....	3
1.3. Objetivos del proyecto .....	4
1.3.1. Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivo específico .....	4
1.4. Justificación .....	5
1.5. Alcance del proyecto y su delimitación .....	5
1.5.1. Delimitación .....	5
1.5.2 Alcance .....	5
1.6. Cronograma del proyecto.....	6
2. SECCIÓN II: ANÁLISIS SITUACIONAL .....	7
2.1. Análisis externo .....	7
2.1.1. Demográfico .....	7
2.1.2. Político/Legal .....	8
2.1.3. Sociocultural.....	9
2.1.4. Tecnológico .....	9
2.2. Análisis Interno .....	10
2.2.1. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter .....	10
2.2.2. Amenaza de nuevos competidores .....	10
2.2.3. Poder de negociación de los proveedores.....	10
2.2.4. Poder de negociación de los clientes .....	11

2.2.5.	Amenazas de Productos Sustitutos .....	11
2.2.6.	Rivalidad entre los competidores .....	11
2.3.	Análisis FODA .....	11
2.3.1.	Fortalezas .....	11
2.3.2.	Oportunidades.....	12
2.3.3.	Debilidades .....	12
2.3.4.	Amenazas.....	12
2.4.	Estrategia Global.....	13
2.4.1.	Diferenciación .....	13
3.	SECCIÓN III: METODOLOGIA .....	14
3.1	Investigación secundaria.....	14
3.2.	Fuentes primarias .....	14
3.2.1.	Entrevistas .....	14
3.2.2.	Encuestas .....	14
3.3.	Objetivos de encuestas.....	15
3.3.1.	Objetivo general .....	15
3.3.2.	Objetivos Específicos .....	15
3.4.	ENTREVISTAS A EXPERTOS .....	16
3.4.1.	ENTREVISTADO #1 .....	16
3.4.2.	ENTREVISTADO #2.....	16
3.4.3.	ENTREVISTADO #3.....	17
3.5.	ENTREVISTA A CONSUMIDORES .....	17
3.5.1.	ENTREVISTADO #1 .....	17
3.6.	ENCUESTAS A USUARIOS POTENCIALES.....	18
3.7.	Diseño de la encuesta.....	18
3.8.	ENCUESTA: Calzado con tacón intercambiable .....	18
3.9.	Resultado de las encuestas .....	23
4.	SECCIÓN IV: MERCADEO ESTRATEGICO.....	32
4.1	Segmentación de mercado .....	32
4.1.1.	Macro-Segmentación.....	32
4.1.2	Micro-Segmentación .....	33
4.2.	Mercado objetivo .....	34
4.2.1	Análisis de la población objetivo y porcentaje de participación en el mercado. ....	37
4.3.	Marketing mix.....	39

4.3.1.	Producto.....	39
4.3.2.	PRECIO .....	43
4.3.3.	PROMOCIÓN .....	43
4.3.4.	PLAZA .....	48
5.	SECCIÓN V: EVALUACIÓN FINANCIERA .....	49
5.1	Costos del proyecto (Fijo y Variable).....	49
5.1.1	Gastos de Ventas .....	50
5.1.2.	Costos Variables .....	50
5.1.3.	Costo Fijo y Variable (Proyección Anual) .....	53
5.2.	Punto de Equilibrio .....	53
5.3.	Inversión del Proyecto .....	54
5.4.	Ingresos del Proyecto.....	55
5.5.	Valor de Desecho .....	57
5.6.	Tasa de descuento .....	59
5.7.	Financiamiento.....	60
5.8.	Flujo de caja mensual R&R shoes .....	61
5.9.	Flujo de caja anual R&R shoes .....	63
6.	SECCIÓN VI: INDICADORES DE DESEMPEÑO .....	65
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	66
	REFERENCIAS .....	67
	ANEXOS .....	69
	Anexo #1.....	69
	Anexo #2.....	70

## LISTADO DE FIGURAS

	<b>Página</b>
Figura 1: Árbol de problema .....	3
Figura 2: Diagrama de Gantt .....	6
Figura 3: Población Total y Tasa de Crecimiento .....	7
Figura 4: Proyección Poblacional.....	7
Figura 5: Diseño de Investigación .....	14
Figura 6: Pastel usar el zapato de Tacón .....	23
Figura 7: Pastel de frecuencia al utilizar el calzado .....	23
Figura 8: Pastel de frecuencia a eventos.....	24
Figura 9: Pastel del factor importante en un calzado.....	24
Figura 10: Pastel del uso de calzado bajo por unos altos .....	25
Figura 11: Pastel de grado de aceptación del producto .....	25
Figura 12: Barra de medio de comunicación.....	28
Figura 13: Pastel del precio del calzado para el cliente.....	28
Figura 14: Pastel lugar del local .....	29
Figura 15: Pastel de Edad de los clientes .....	30
Figura 16: Pastel de ocupación de los clientes .....	30
Figura 17: Pastel del estrato social de los clientes.....	31
Figura 18: Matriz Macro-Segmentación.....	33
Figura 19: Nivel Socioeconómico Agregado .....	34
Figura 20: Ventas anuales del calzado .....	36
Figura 21: Caja de embalaje de R&R shoes .....	40
Figura 22: Calzado femenino intercambiable con punta abierta .....	41

Figura 23: Calzado femenino intercambiable con punta cerrada .....	41
Figura 24: Logotipo de la marca R&R shoes .....	42
Figura 25: Métricas Claves.....	44
Figura 26: Top interés de los usuarios.....	45
Figura 27: Canal de distribución de R&R shoes .....	48
Figura 28: Valor de Desecho .....	58
Figura 29: Datos del sector del calzado.....	59
Figura 30: TMAR .....	59
Figura 31: Flujo de caja mensual.....	62
Figura 32: Flujo de caja anual .....	64

## LISTADO DE TABLAS

	<b>Página</b>
Tabla 1: Tipos de Investigación .....	15
Tabla 2: Frecuencia de compra.....	26
Tabla 3: Volumen de compra .....	27
Tabla 4: Estratificación Nivel Socioeconómico en el Ecuador (INEC) .....	33
Tabla 5: Población de la ciudad de Guayaquil .....	34
Tabla 6: Edad de la población de la ciudad de Guayaquil.....	35
Tabla 7: Preferencia de los modelos de calzado.....	38
Tabla 8: Demanda mercado calzado con tacón intercambiable punta cerrada.....	38
Tabla 9: Métricas claves .....	44
Tabla 10: Top 5 intereses de los usuarios.....	45
Tabla 11: Audiencia Instagram.....	46
Tabla 12: Edad de Audiencia Instagram.....	46
Tabla 13: Genero de Audiencia Instagram .....	47
Tabla 14: Costos Fijos .....	49
Tabla 15: Sueldo de trabajadores.....	49
Tabla 16: Gastos de Ventas .....	50
Tabla 17: Costos Variable Proyectado año 2017 .....	50
Tabla 18: Costos Variable Proyectado año 2018 .....	51
Tabla 19: Costos Variable Proyectado año 2019 .....	51
Tabla 20: Costos Variable Proyectado año 2020 .....	52
Tabla 21: Costos Variable Proyectado año 2021 .....	52
Tabla 22: Costos totales proyección anual .....	53

Tabla 23: Capital Inicial .....	54
Tabla 24: Inversión Inicial del Proyecto.....	54
Tabla 25: Ingreso Proyectado año 2017 .....	55
Tabla 26: Ingreso Proyectado año 2018 .....	55
Tabla 27: Ingreso Proyectado año 2019 .....	56
Tabla 28: Ingreso Proyectado año 2020 .....	56
Tabla 29: Ingreso Proyectado año 2021 .....	57
Tabla 30: Proyección de Ingresos por año .....	57
Tabla 31: Datos del préstamo .....	60
Tabla 32: Amortización .....	60

## INTRODUCCIÓN

Los comerciantes y los clientes de Guayaquil desconfían del calzado ecuatoriano por considerar que los productos importados tienen una mejor calidad. Adicionalmente no existen campañas publicitarias que lo promocionen en los diferentes medios de comunicación, por lo cual repercute en la disminución de sus ventas.

El mercado de calzado para mujeres es un nicho importante debido a que existe una gran demanda de zapatos femeninos de distintos modelos en todas las regiones del país, siendo el zapato con tacón uno de los preferidos para las mujeres en las ciudad de Guayaquil que lo utilizan para ir al trabajo, salidas casuales y eventos sociales.

El cuidado de los pies de toda mujer en edades de adolescencia, juventud y adulta es muy importante porque busca evitar lesiones en los tobillos, rodillas y algún desequilibrio que llegue afectar su salud. Estas por lo general acostumbran a intercambiar los zapatos de tacón por un calzado bajo, lo que ocasiona un gasto adicional. Con esto se presenta la oportunidad de crear un producto nuevo en el mercado que brinde la posibilidad de mantener un solo calzado que cumpla las dos funciones evitando un mayor gasto al cliente: calzado con taco removible.

## **1. SECCION I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Definición del Problema**

La industria nacional ha disminuido la producción y comercialización del calzado femenino debido a que el producto importado se considera de mejor calidad, hay quienes relacionan lo más caro con lo mejor, a pesar de que en nuestra industria si cuenta con acabados de primera calidad, se subestima al artículo ecuatoriano. Por ese motivo, Ecuador trata de proteger su industria con aranceles y salvaguardias que disminuyen las importaciones y provocan pérdidas en los comerciantes que importan.

Debido a esto se realizará un calzado para mujer innovando en el tacón intercambiable para mejorar la salud femenina, manteniendo la belleza que toda mujer debe tener en el cuidado de sus pies. Mejorando en calidad de materiales y mano de obra a su vez implementando medios de promoción para lograr confianza en los clientes y ayudar al mercado nacional con una nueva gama de productos.

## 1.2. Árbol de problema

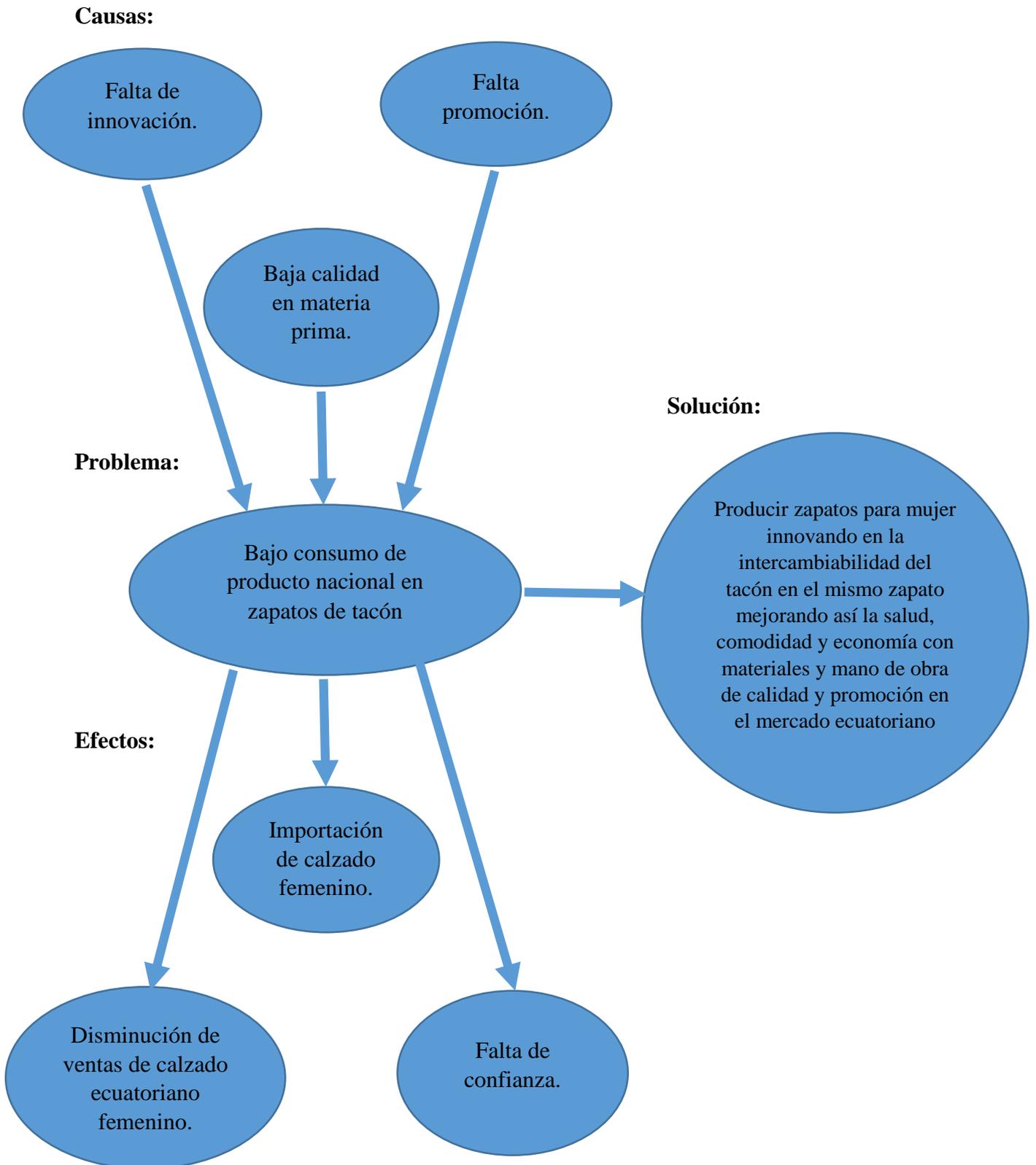


Figura 1: Árbol de problema

Elaborado por: Autores

### **1.3. Objetivos del proyecto**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Implementar una estrategia de mercadeo para el desarrollo del calzado femenino con tacón intercambiable dirigido al mercado guayaquileño con el objetivo de satisfacer las preferencias de la moda, salud y economía.

#### **1.3.2. Objetivo específico**

- Analizar un plan de marketing para conocer el grado de aceptación del mercado de Guayaquil.
- Examinar la perspectiva financiera para la realización del nuevo calzado.
- Convertirse en los pioneros de este producto en el Ecuador.
- Posicionamiento en el mercado nacional innovando diseños para obtener reconocimiento internacional.

## **1.4. Justificación**

Innovar en el mercado del calzado femenino es nuestro objetivo. Haciendo nuestra investigación nos dimos cuenta la falta de confianza que existe en el medio sobre los zapatos nacionales: no usan cuero sino cuerina, pocos tamaños de hormas, falta de creatividad en los diseños, pegamento de mala calidad, cosido y poco estético.

Esto causa la disminución de ingresos por ventas a nivel nacional adicional a esto, la importación de calzado femenino perjudica al productor ecuatoriano por lo tanto, la balanza comercial se ve afectada.

Con el apoyo del gobierno a la industria de calzado nacional, se ha presentado la oportunidad de innovar en este mercado con insumos de calidad que permitan la satisfacción de los clientes, específicamente en la ciudad de Guayaquil, esto permitirá innovar recobrando así la confianza y seguridad a la hora de comprar y lucir un calzado femenino de marca ecuatoriana.

## **1.5. Alcance del proyecto y su delimitación**

### **1.5.1. Delimitación**

El proyecto será elaborado en la ciudad de Guayaquil debido a que es la capital económica y su gente posee un gran sentido estético.

Esta será la primera empresa en producir un producto totalmente nuevo en el mercado, acoplado a las necesidades de la mujer ecuatoriana.

### **1.5.2 Alcance**

El proyecto se centrará en el análisis interno y externo, posteriormente se analizará las 5 Fuerzas de Porter para continuar con la matriz FODA y así poder realizar correctamente el marketing mix, lo que permitirá establecer la estrategia de posicionamiento y crecimiento de la empresa. Para finalizar se efectuará un plan de inversión y análisis financiero para conocer la factibilidad del proyecto.

## 1.6. Cronograma del proyecto

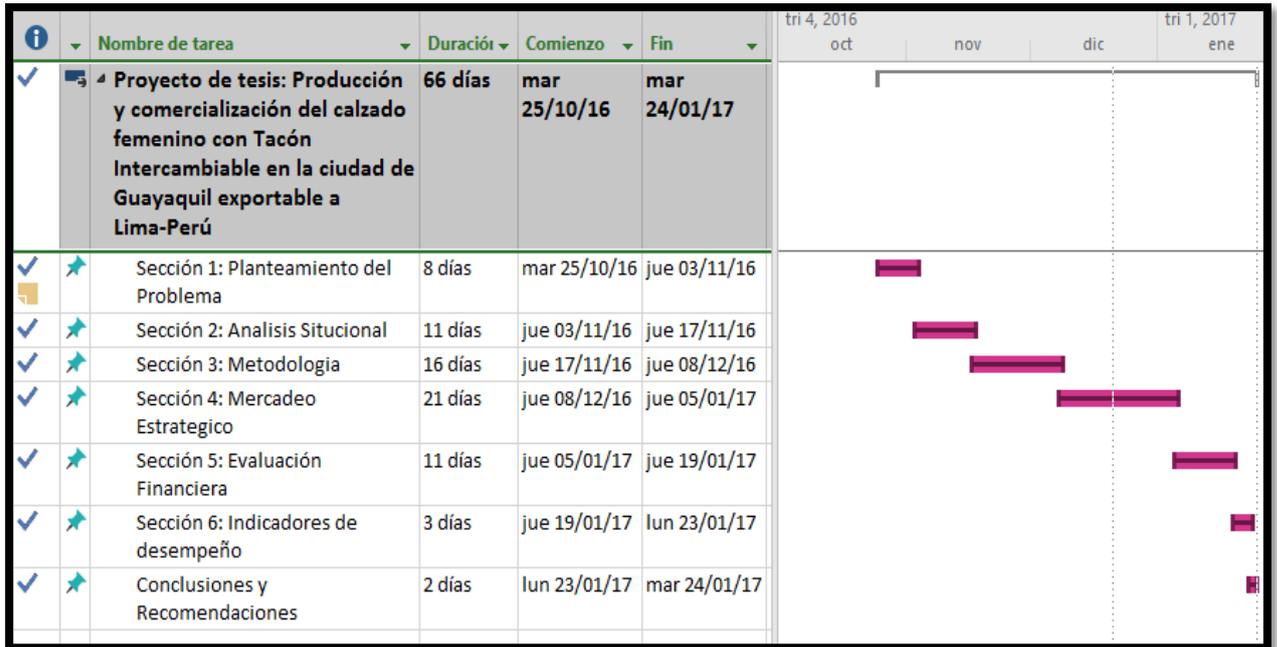


Figura 2: Diagrama de Gantt

Elaborado por: Autores

## 2. SECCIÓN II: ANÁLISIS SITUACIONAL

### 2.1. Análisis externo

#### 2.1.1. Demográfico

Respecto al censo realizado en el año 2010 la población del Ecuador cuenta con 14'483.499 habitantes (INEC) con una tasa de crecimiento demográfico del 1,95%.



Figura 3: Población Total y Tasa de Crecimiento

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016)

Las proyecciones poblacionales realizadas por parte del INEC en el año 2016 dio como resultado la cifra 16'528.730 habitantes en cambio para el año 2020 la cifra es de 17'510.643 habitantes.

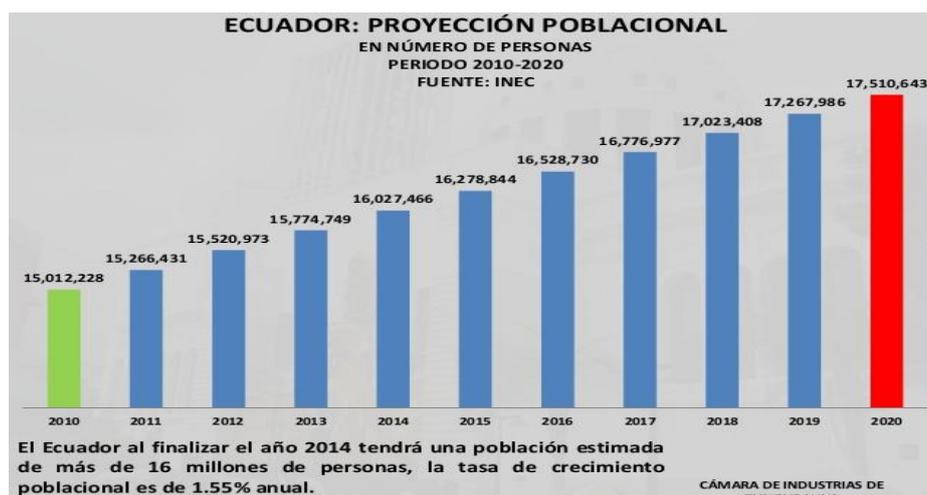


Figura 4: Proyección Poblacional

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016)

### **2.1.2. Político/Legal**

El gobierno ha buscado la forma de trabajar sobre la matriz productiva y la comercialización de productos manufacturados como es el calzado. El país cuenta con una amplia variedad de artesanos que son dedicados totalmente a la fabricación de calzado y a la comercialización de dicho producto.

Esta ley es positiva para las personas naturales, grupos familiares o sociales con ideas emprendedoras y que piensan constituir su empresa a futuro.

Las empresas o personas emprendedoras que cuentan con mucha experiencia en el mercado tienen un porcentaje alto de confiabilidad al momento de obtener financiamientos de inversión a corto o largo plazo, todo depende de la viabilidad del proyecto, su calidad innovadora y que tanto entusiasmo tenga la institución financiera.

Si removemos un poquito la historia, en el 2009 el Gobierno protegió al sector a través de la aplicación de salvaguardias y un arancel mixto al ingreso del producto importado. Eso ayuda alcanzar un crecimiento importante para la producción. De igual manera el mercado está afectado por el contrabando que ingresa de Perú y de Colombia.

Se observa que este entorno trae beneficios para el sector del calzado donde el gobierno trata de impulsar y darle más participación al calzado nacional, con esta medida se busca aumentar más la relación con el cliente ecuatoriano.

### **2.1.3. Sociocultural**

La moda femenina está en constante cambio, por lo que es necesario ser creativos e innovadores al momento de diseñar un zapato con tacón, que cumpla las perspectivas de los clientes y las tendencias modernas.

La mayoría de las mujeres tienen un estilo, es decir una manera muy elegante y sutil en su forma de ser, ya sea como madre, esposa, dedicarse al hogar y trabajo fuera de éste, o las mil cosas que hace una mujer día a día y complementar su tiempo con actividades varias. Cada una de estas mujeres busca tener una buena presentación ante los demás. Habría que decir también, que hace lo necesario para conseguir comodidad.

Para las mujeres el zapato con tacón es muy importante en su guardarropa, ellas usan ese tipo de calzado en su vida cotidiana, así como, lo usan para eventos especiales, trabajo y fiestas.

### **2.1.4. Tecnológico**

En el 2015 se presentó mucha competencia por parte del calzado colombiano, chino y brasileño, eso afectó al área artesanal y al mercado nacional. Muchas empresas quebraron por lo tanto, el gobierno invirtió en la compra de maquinarias sofisticadas para mejorar la materia prima además, contrataron expertos para capacitaciones con respecto a la mano de obra así mismo, se invirtió en materiales inteligentes e incluso existe un laboratorio con todos los estándares de calidad donde se realizan pruebas mecánicas y físicas. Todas estas inversiones ayudaron a la producción nacional y fueron aplicadas como estrategias por partes de Caltu (Cámara de Calzado de Tungurahua) es así como se pudieron recuperar las ventas. (Caltu, 2015)

Con respecto al mercado del calzado siempre será importante el avance tecnológico porque el producto nacional está en malos términos debido a la desconfianza que se generó años atrás por bienes mal elaborados, sin embargo, el desarrollo tecnológico nos brinda la ayuda para poder realizar mejoras en materias primas para la producción de calzado.

## **2.2. Análisis Interno**

### **2.2.1. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter**

Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa. (Riquelme, 2015)

### **2.2.2. Amenaza de nuevos competidores**

Actualmente la industria del calzado ecuatoriano tiene el apoyo total del gobierno nacional esto es debido, al interés del estado por mejorar la balanza comercial del país a través de las exportaciones. Esta medida permite el desarrollo de la industria del calzado ecuatoriano por lo tanto, aumenta la entrada de nuevos competidores en este sector de la industria sin embargo, debemos minimizar esta amenaza a través de estrategias como: la diferenciación, modernización, precios adecuados al entorno, siendo los primeros en llegar al mercado nacional generando confianza en las personas.

### **2.2.3. Poder de negociación de los proveedores**

En el país existen muchos proveedores con la materia prima necesaria para la producción del calzado en Ecuador, de esta manera, es mucho más fácil y conveniente elegir el que ofrezca mejor calidad y precio.

En este escenario, donde existen varios proveedores la negociación es factible lo que beneficia al negocio en su producción y comercialización.

Entre los principales proveedores tenemos:

- Vidatex- este es un proveedor localizado en las ciudades de Guayaquil y Gualaceo. Aquí encontramos las plantillas, los forros sintéticos o de cuero, los cordones, las hebillas y pega amarilla y blanca.
- Vinicio Sicha. - persona natural, será el encargado de proveer el tacón intercambiable.

Adicionalmente a estos proveedores también hay empresas extranjeras en el país que nos pueden proveer de los kits de tacón intercambiables, bases, tacos entre otros materiales de producción que se requiera, estas empresas son:

- Modaplass
- Formiplass

#### **2.2.4. Poder de negociación de los clientes**

En la ciudad Guayaquil, existen una gran variedad de tiendas, centros comerciales y locales exclusivos de calzado y dedicado a clientes de clase media y alta. Este es el medio al que queremos apuntar ya que nos permitirá obtener altos niveles de compra.

#### **2.2.5. Amenazas de Productos Sustitutos**

Podemos observar que en el mercado nacional nos encontramos con algunos productos que pueden sustituir al calzado de tacón intercambiable de mujer como son: zapatos de tacos altos, sandalias, plataformas y zapatos de tacos bajos. Teniendo en cuenta que el zapato de tacón es utilizado para varios eventos sociales, así como también para trabajo o salidas esporádicas.

#### **2.2.6. Rivalidad entre los competidores**

Al ser una empresa con un concepto nuevo e innovador, no existen competidores con un producto de las mismas características que puedan crear rivalidad.

### **2.3. Análisis FODA**

#### **2.3.1. Fortalezas**

- ☞ Innovación en el calzado femenino con *el taco removable*.
- ☞ Materiales y mano de obra de calidad con la maquinaria necesaria.
- ☞ Brindar producto que da beneficios de elegancia y comodidad a la mujer, y que a su vez mejora la salud.

### **2.3.2. Oportunidades**

- ✎ Participar en el mercado de calzado femenino con la innovación del tacón intercambiable.
- ✎ Protección del gobierno a la industria del calzado ecuatoriano, que permite crear y comercializar productos en el resto del país.
- ✎ Exportación del producto innovado y de calidad.

### **2.3.3. Debilidades**

- ✎ Posicionamiento de una empresa nueva en el mercado.
- ✎ Dificultades para conseguir financiamiento.
- ✎ Pocos proveedores del tacón intercambiable.

### **2.3.4. Amenazas**

- ✎ La entrada de nuevas empresas que ofrezcan un producto similar al mercado local.
- ✎ Falta de confianza en del calzado ecuatoriano por parte de los clientes.
- ✎ Copia ilegal del calzado con tacón intercambiable, ya que en Ecuador se tiende a piratear todo lo novedoso.
- ✎ Problemas externos, no controlables al momento de la fabricación del calzado.

- ↳ Cambio de gobierno en el presente año y que no se mantengan los mismos beneficios para la industria del calzado.

## **2.4. Estrategia Global**

### **2.4.1. Diferenciación**

R&R shoes utilizará la estrategia de diferenciación, lo cual permite tener un calzado con tacón removible único en beneficios y calidad con respecto a los demás productos que existen en el mercado, siendo un producto nuevo con buenas prestaciones que satisface las necesidades de los clientes o usuarios finales, que este caso en particular serán las mujeres de la ciudad de Guayaquil.

### 3. SECCIÓN III: METODOLOGIA

Para lograr obtener información precisa, se realizará una investigación de tipo exploratoria y concluyente.



*Figura 5: Diseño de Investigación*

*Elaborado por: Autores*

#### 3.1 Investigación secundaria

Para este tipo de investigación se recopilará información ya existente a través de fuentes como: internet, en páginas web de noticias, INEC, CALTU, calzado Ecuador entre otras que servirán de fuentes de información necesaria para la investigación.

#### 3.2. Fuentes primarias

##### 3.2.1. Entrevistas

Estas serán efectuadas a expertos con conocimientos tanto en la producción y venta de zapatos para mujer y además a clientes potenciales.

##### 3.2.2. Encuestas

Se realizaran por medio del sistema Google Form a potenciales clientes en este caso, mujeres de la ciudad de Guayaquil.

### 3.3. Objetivos de encuestas

#### 3.3.1. Objetivo general

Determinar la demanda potencial del calzado femenino con tacón intercambiable en la ciudad de Guayaquil. Conocer el nivel de aceptación del producto e identificar el grado de importancia de tener y utilizar un zapato con tacón removible.

#### 3.3.2. Objetivos Específicos

- ☞ Mostrar la importancia de tener un calzado con tacón intercambiable.
- ☞ Establecer la inversión que debe hacer el público interesado de este producto.
- ☞ Determinar el grado de aceptación de este calzado.
- ☞ Identificar la demanda potencial en número de personas en la ciudad.

Tabla 1: Tipos de Investigación

No.	Objetivos	Exploratoria		Concluyente
		Secundarias	Entrevistas a expertos (vendedores de tiendas y usuarios)	Encuestas
1	Mostrar la importancia de tener un calzado con tacón intercambiable.	X	X	X
2	Establecer la inversión que debe hacer el público interesado de este producto.	X	X	X
3	Determinar el grado de aceptación de este calzado.	X	X	X
4	Identificar la demanda potencial en número de personas en la ciudad.	X		X

Elaborado por: Autores

### **3.4. ENTREVISTAS A EXPERTOS**

#### **3.4.1. ENTREVISTADO #1**

**Nombre:** Rosario Barahona

**Profesión:** Vendedora de calzado

**Edad:** 30

**Dirección del Local:** Dipiur en Ceibos (Centro Comercial)

**Moderador:** Rafael Acosta y Ronnie Chacón.

**Técnica de muestreo:** Por juicio.

La señorita Rosario nos comenta que el calzado femenino de tacón es muy comercial, las mujeres siempre compran este tipo de zapato sin embargo, Rosario considera que el producto nacional carece de calidad en la materia prima y prefiere trabajar con calzado importado de países como: Brasil, Italia y Estados Unidos. Paga aranceles e impuestos por lo que el precio tiene un costo elevado.

#### **3.4.2. ENTREVISTADO #2**

**Nombre:** Lucia Reinoso

**Profesión:** Vendedora de calzado

**Edad:** 45

**Dirección del Local:** IRONY SHOES (Centro Comercial)

**Moderador:** Rafael Acosta y Ronnie Chacón.

**Técnica de muestreo:** Por juicio.

La señora Lucia considera que el mercado nacional es bueno, ella nos comentó que la mano de obra es de buen nivel y dice que las sandalias y los tacones tienen su respectiva temporada. El local IRONY SHOES cuenta con calzado nacional de diseño moderado y con precios aceptables en gran parte, Lucia tiene un alto nivel de confianza en el artesano ecuatoriano.

### **3.4.3. ENTREVISTADO #3**

**Nombre:** Diosa Chacón

**Profesión:** Artesana y Comerciante de Calzado

**Edad:** 43

**Dirección del Local:** Antholexis (Chordeleg-Cuenca)

**Moderador:** Rafael Acosta y Ronnie Chacón.

**Técnica de muestreo:** Por juicio.

La señora Diosa Chacón nos comenta que su planta es una de las más importantes en Chordeleg (Cuenca), a través de los años se dedicó a sacar su producto a ciudades cercanas con lo que ha ganado mucho mercado en el país, logrando una mayor utilidad.

Su promedio de venta es de 10.000 pares de zapatos anualmente sin embargo, el mercado del calzado tiene meses altos y bajos. Su planta consta de varios trabajadores y cada uno de ellos realiza actividades diferentes.

## **3.5. ENTREVISTA A CONSUMIDORES**

### **3.5.1. ENTREVISTADO #1**

**Nombre:** María Isabel Ruvira

**Edad:** 45

**Dirección:** Ciudadela Bello Horizonte

**Moderador:** Rafael Acosta y Ronnie Chacón.

**Técnica de muestreo:** Por juicio.

La señora María Isabel Ruvira nos comentó que usa moderadamente zapato de tacón ya que tiene una lesión en su rodilla, y le agrada mucho la idea de poder remover el tacón en diferentes actividades del día.

### **3.6. ENCUESTAS A USUARIOS POTENCIALES**

Las encuestas se realizaron a la mujer de la ciudad de Guayaquil, por medio electrónico, utilizando Google Form obteniendo de forma inmediata los resultados de las encuestas efectuadas.

Para obtener el número de personas que fueron encuestadas se establecieron varios parámetros: tamaño de la población infinita, un nivel de confianza de 95%, teniendo un  $z=1.96$  y un error de 0.05, con una probabilidad del 50% tenemos el siguiente número de encuestas a realizar:

$$n=1.962(0.5*0.5)/0.05*2=384 \text{ (Personas encuestadas)}$$

### **3.7. Diseño de la encuesta.**

La encuesta está realizada con una introducción en la cual se explica la razón de las preguntas y con tres tipos de secciones donde en la primera encontraremos el uso de un producto actual, luego la sección del calzado con tacón intercambiable y finalmente la sección sociodemográfica.

### **3.8. ENCUESTA: Calzado con tacón intercambiable**

Saludos cordiales, somos estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral y estamos realizando encuestas para determinar el nivel de aceptación que tendría el calzado femenino con tacón intercambiable en la ciudad de Guayaquil. Por tal razón, solicitamos su colaboración contestando las siguientes preguntas para obtener información que nos ayude con el proceso de investigación de nuestro proyecto.

#### **SECCIÓN A: consumo de calzado femenino de tacón.**

1. ¿Le gusta usar los zapatos con tacón?  
 Si  
 No

**En caso de que su respuesta es “no” por favor diríjase a la pregunta numero 13**

2. ¿Con que frecuencia utiliza zapatos con tacón?

- 1 vez a la semana
- 2 veces a la semana
- 3 veces a la semana
- Más de 4 veces a la semana

3. ¿En cuál de estos lugares prefiere comprar sus zapatos con tacón?

- Centro comerciales
- Locales específicos
- Revistas
- Vía online (páginas web)

4. ¿En qué tipo de eventos usa con mayor frecuencia zapatos con tacón?

- Tienda de barrio
- Trabajo
- Eventos sociales
- Salidas casuales

5. En el momento de comprar los zapatos con tacón, ¿Cuál es el factor más importante para usted?

- Precio
- Marca
- Calidad
- Diseño
- Confort

6. ¿Cuándo usa zapatos con tacón, suele cambiar de calzado por unos bajos?

- Si
- No

**SECCIÓN B: Calzado femenino con tacón intercambiable.**

7. ¿Estaría Ud. Dispuesta a comprar un calzado femenino de tacón elegante, con la posibilidad de cambiar el taco alto por uno más bajo en el mismo zapato manteniendo así el confort, diseño y elegancia? **Si su respuesta es "no" diríjase a la pregunta 14**

SI\_\_\_\_\_

NO\_\_\_\_\_

Si su respuesta es “No” diríjase a la pregunta número 9

8. Con respecto al calzado femenino con tacón intercambiable señalado en el numeral anterior, señale con qué frecuencia Ud. Compraría. Cada \_\_\_\_\_ días. **( su respuesta puede ser cada 15 días, cada 30 días, cada 60 días, 90 días, etc)**

\_\_\_\_\_

9. ¿En referencia al calzado femenino con tacón intercambiable cuántos de estos calzados, Ud. adquiriría en cada ocasión? \_\_\_\_\_ zapatos. **Escriba su respuesta en número de zapatos a comprar en cada ocasión.**

\_\_\_\_\_

10. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría informarse sobre este nuevo producto? Puede marcar más de uno.

Catálogos de zapatos para mujer \_\_\_\_

Instagram \_\_\_\_

Facebook \_\_\_\_

Youtube \_\_\_\_

Snapchat \_\_\_\_

TV\_\_\_\_

11. ¿Qué modelos con zapatos de tacón Ud. prefiere?

Botas altas \_\_\_\_

Punta abierta \_\_\_\_

Botines \_\_\_\_

Punta cerrada \_\_\_\_\_

12. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por los zapatos con tacón intercambiable?

- \$65 a \$75
- \$76 a \$85
- \$86 a \$95
- \$96 a \$105
- Más de 105

13. ¿En qué parte de la ciudad le gustaría encontrar la tienda con zapatos de tacón intercambiable?

- La puntilla
- Urdesa
- Centro comerciales
- centro

### **SECCIÓN C: SOCIODEMOGRAFICA**

14. Edad

- 15 – 25
- 26 – 35
- 36 – 45
- >45

15. Ocupación

- Estudiante
- Profesional
- Ama de casa
- Comerciante/Trabajando

16. Estado Civil

- Soltero/a
- Casado/a
- Viudo/a
- Divorciado/a
- Unión libre

17. Estrato Social

- Baja
- Media
- Media-alta
- Alta

18. Indique su nivel de ingreso

- Menos de \$300
- \$300 - \$600
- \$601 - \$900
- Más de \$900

19. ¿En qué sector de la ciudad vive?

- Norte
- Centro
- Sur
- La puntilla
- Vía la costa

### 3.9. Resultado de las encuestas

A continuación, se presentara los resultados más importantes que arrojaron las encuestas realizadas a 385 mujeres de la ciudad de Guayaquil.

#### 1. ¿Le gusta usar los zapatos con tacón?

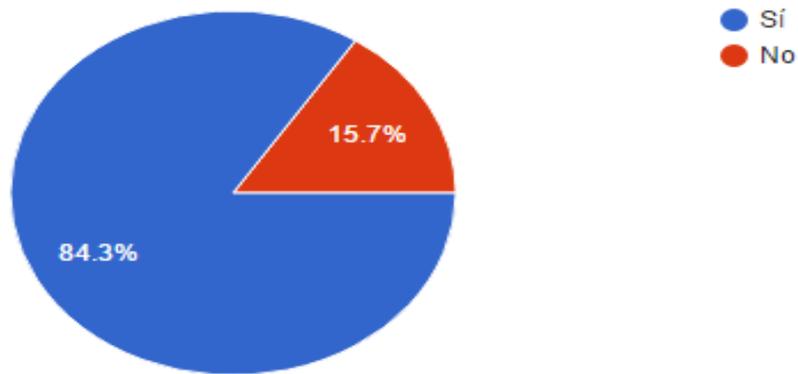


Figura 6: Pastel usar el zapato de Tacón

Elaborado por: Autores

#### Conclusión

Como se puede observar a un 84.3% de las mujeres les gusta usar zapatos con tacón en Guayaquil.

#### 2. ¿Con que frecuencia utiliza zapatos con tacón?

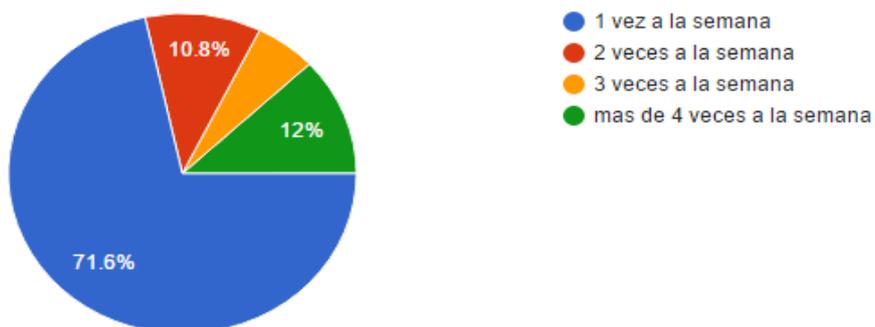


Figura 7: Pastel de frecuencia al utilizar el calzado

Elaborado por: Autores

#### Conclusión

Según las encuestas realizadas, las mujeres usas sus zapatos con tacón 1 vez a la semana en un porcentaje de 71%, y más de 4 veces a la semana 12%.

#### 4. ¿En qué tipo de eventos usa con mayor frecuencia zapatos con tacón?

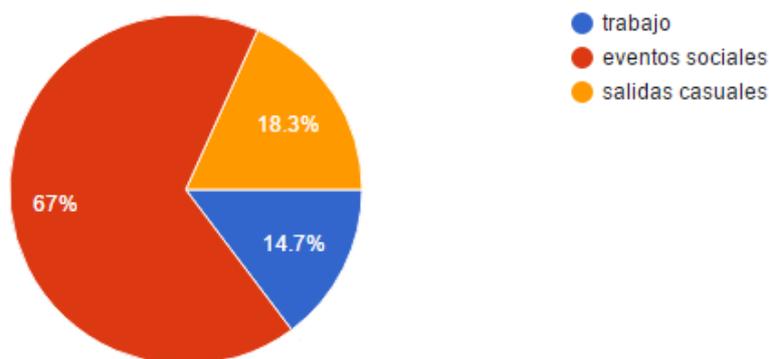


Figura 8: Pastel de frecuencia a eventos

Elaborado por: Autores

#### Conclusión

El 67% de las mujeres usan zapatos de tacón para salidas casuales, y un 18.3% para eventos sociales sin embargo un porcentaje menor pero también importante refleja que un 14.7% usan calzado de tacón para ir al trabajo.

#### 5. En el momento de comprar los zapatos con tacón, ¿Cuál es el factor más importante para usted?

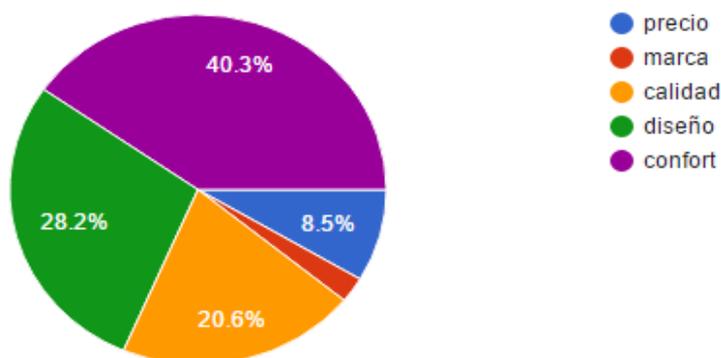


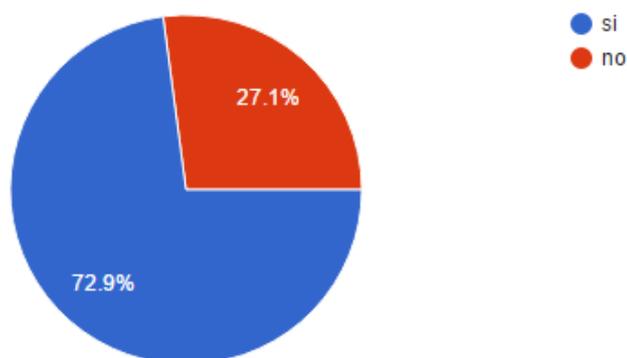
Figura 9: Pastel del factor importante en un calzado

Elaborado por: Autores

#### Conclusión

Según las encuesta realizadas a mujeres, estas nos indican que su preferencia al comprar un zapato de tacón es el confort que ella siente al utilizar el calzado siendo este, según el resultado de esta pregunta el 40.3% de preferencia en las mujeres seguido del diseño y la calidad en 28.2% y 20.6% respectivamente.

**6. ¿Cuándo usa zapatos con tacón, suele cambiar de calzado por unos bajos?**



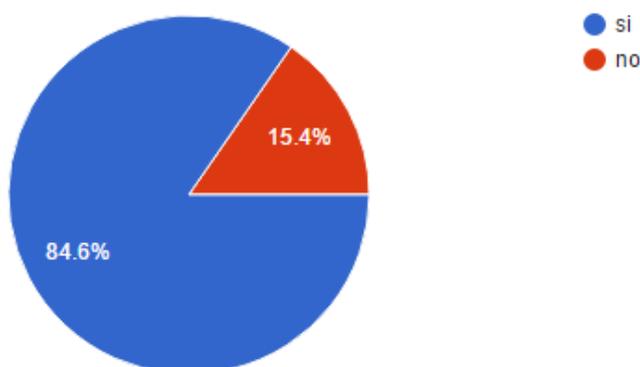
*Figura 10: Pastel del uso de calzado bajo por unos altos*

*Elaborado por: Autores*

**Conclusión:**

En esta pregunta podemos observar que el 72.9% de las mujeres encuestada cambian, al momento de utilizar un zapato de tacón, el calzado alto por otros bajos.

**7. ¿Estaría Ud. Dispuesta a comprar un calzado femenino de tacón elegante, con la posibilidad de cambiar el taco alto por uno más bajo en el mismo zapato manteniendo así el confort, diseño y elegancia?**



*Figura 11: Pastel de grado de aceptación del producto*

*Elaborado por: Autores*

**Conclusión**

El resultado de esta pregunta es una de las más importantes de la encuesta ya que determina el nivel de aceptación del nuevo producción al ser comercializado en Guayaquil, teniendo así la aceptación de un 84.6% por parte de las mujeres de esta ciudad.

8. Con respecto al calzado femenino con tacón intercambiable señalado en el numeral anterior, indique con qué frecuencia Ud. compraría este zapato. Cada \_\_\_\_\_ días. (Su respuesta puede ser cada 15 días, cada 30 días, cada 60 días, 90 días, etc.)

Tabla 2: Frecuencia de compra

Frecuencia de compra	Total		
15	6,27%		
20	0,66%		
30	5,61%		
31	0,33%		
40	0,33%		
45	0,66%	Media	94,1947195
50	0,66%	Varianza de la muestra	4231,28977
60	23,76%	Nivel de confianza (95,0%)	7,35372036
90	41,91%	CVAR	0,69057337
100	0,66%	LS	101,54844
120	2,97%	LI	86,8409991
150	5,28%		
180	4,95%		
210	1,65%		
240	0,66%		
270	0,33%		
300	0,66%		
360	0,33%		
365	2,31%		
<b>Total general</b>	100,00%		

Elaborado por: Autores

### Conclusión

Analizar la demanda y porcentaje de participación en el mercado de nuestro proyecto ya que las mujeres estarían dispuestas a comprar el nuevo producto cada 90 días en un porcentaje de 41.91%. Sin embargo con análisis de estadística descriptiva y

manteniendo una postura conservadora podemos decir que obteniendo un coeficiente de variación de 0.69 y utilizando el límite superior de 101.5 días la frecuencia de compra estaría estimada en  $365/101.5 = 3.5$  que redondeando sería 4 veces al año.

**9. ¿En referencia al calzado femenino con tacón intercambiable cuántos de estos calzados, Ud. adquiriría en cada ocasión? \_\_\_\_\_ Zapatos.**

*Tabla 3: Volumen de compra*

Cuenta de volumen de compra			
volumen de compra	Total		
1	54,66%		
2	39,44%	Media	1,53416149
3	4,35%	Desviación estándar	0,68386893
4	0,93%	CVAR	0,44576072
5	0,62%	Nivel de confianza (95,0%)	0,07497795
<b>Total general</b>	100,00%	LS	1,60913944
		<b>LI</b>	<b>1,45918354</b>

*Elaborado por: Autores*

## Conclusión

El resultado obtenido esta pregunta es que el 54.66% de las mujeres comprarían un par de calzado con tacón intercambiable cada vez que vaya a realizar la compra seguido de otro porcentaje importante que es 39.44% en comprar 2 pares sin embargo, esto es un producto nuevo, se debe considerar un escenario conservador y a través de la estadística descriptica se estima que el volumen de compra por ocasión es de 1 par de este calzado, esta información ayudará a determinar la demanda en la próxima sección.

## 10. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría informarse sobre este nuevo producto?

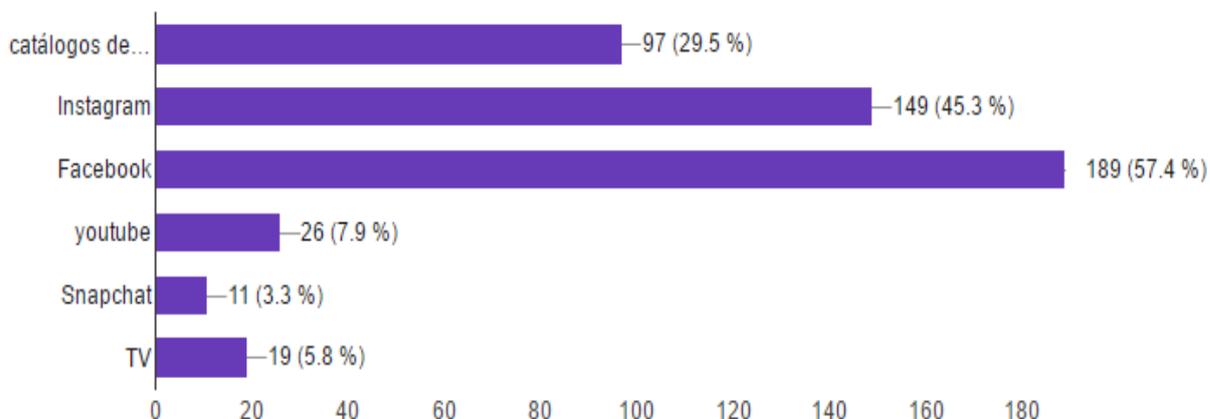


Figura 12: Barra de medio de comunicación

Elaborado por: Autores

## Conclusión

Estos resultados son importantes ya que permiten conocer que medios de comunicación son los que las mujeres prefieren al momento de obtener información del calzado con tacón intercambiable, de esta manera se obtuvo que el 57.4% de las mujeres encuestadas prefieren conocer el producto a través de Facebook, seguido de Instagram y los catálogos de calzado femenino.

## 12. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por los zapatos con tacón intercambiable?

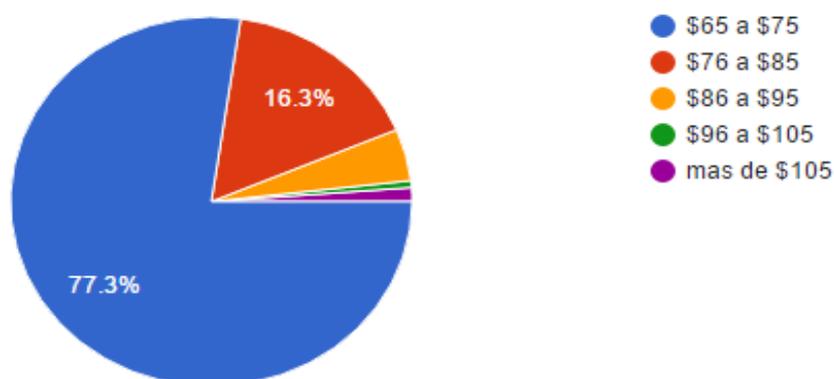


Figura 13: Pastel del precio del calzado para el cliente

Elaborado por: Autores

## Conclusión

El precio con el que saldrá al mercado el nuevo producto será de \$65 a 75\$, debido a que el resultado de las encuesta arrojó que ese sería el precio a pagar por las mujeres teniendo un 77.3%.

### 13. ¿En qué parte de la ciudad le gustaría encontrar la tienda con zapatos de tacón intercambiable?

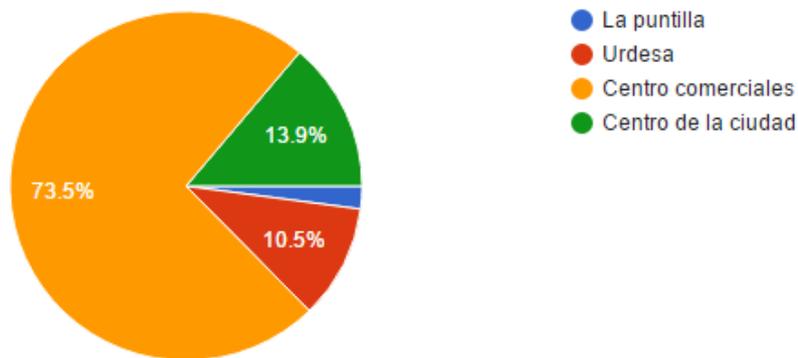


Figura 14: Pastel lugar del local

Elaborado por: Autores

## Conclusión

El 73.5% de las mujeres prefieren comprar sus zapatos con tacón intercambiable en los centros comerciales, considerando que en estos lugares se encuentra varias tiendas de calzado femenino a disposición de los clientes o usuarios finales. Otros porcentajes importantes también son tan el centro de la ciudad con 13.9% y Urdesa con 10.5%.

#### 14. Edad.

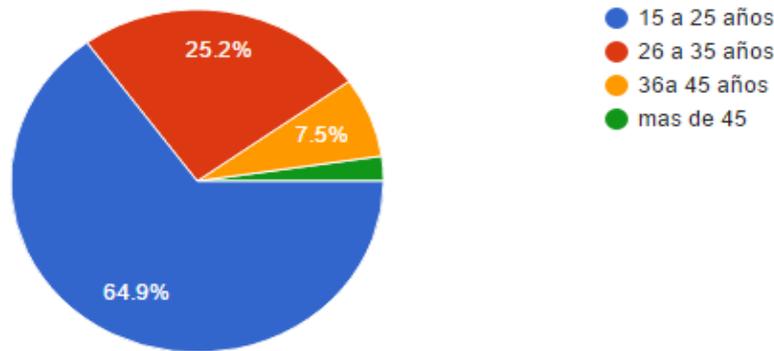


Figura 15: Pastel de Edad de los clientes

Elaborado por: Autores

#### Conclusión

Las mujeres encuestadas están en el rango de 15 a 25 años de edad con el 64.9%, de 26 a 35 años de edad con un 25.2%, y de 36 a 45 años un 7.5% lo que nos indica que son personas jóvenes adultas entre las cuales hay quienes utilizan zapatos de tacón.

#### 15. Ocupación.

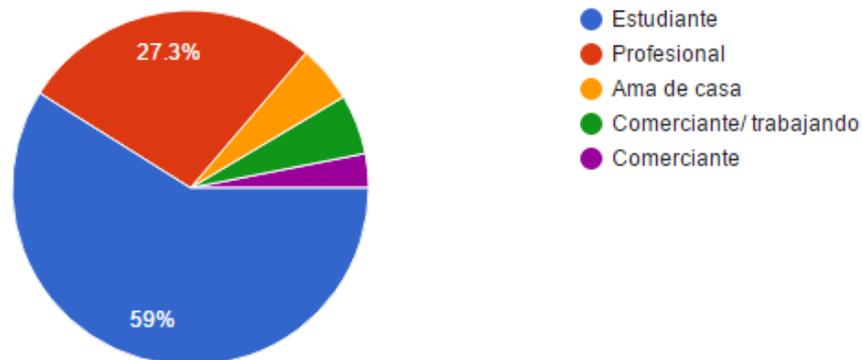


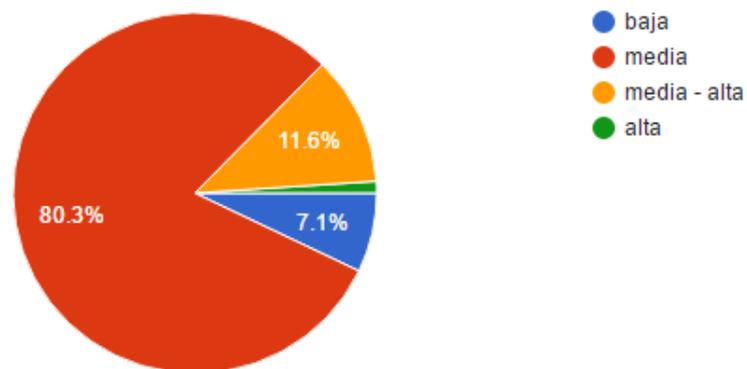
Figura 16: Pastel de ocupación de los clientes

Elaborado por: Autores

#### Conclusión

Como podemos observar en el resultado de las encuestas realizadas que un gran porcentaje de las mujeres se dedican a estudiar y otras ya son profesionales con un 59% y 27.3% respectivamente.

## 15. Estrato social.



*Figura 17: Pastel del estrato social de los clientes*

*Elaborado por: Autores*

### Conclusión

Es importante saber que el 80.3% y el 11.6% pertenecen a la clase social media y media alta respectivamente ya que nuestro proyecto esta direccionado hacia estas clases sociales.

## 4. SECCIÓN IV: MERCADEO ESTRATEGICO

### 4.1 Segmentación de mercado

Nos referimos a la acción de detectar y segmentar (agrupar o clasificar distintos grupos de consumidores). Cuando dichos consumidores se agrupan distintivamente conforman segmentos, cuya principal característica es que tienen pautas de consumo similares para un determinado producto o servicio. (París, 2017)

#### 4.1.1. Macro-Segmentación

La Macro-Segmentación nos ayudará a definir el campo de actividad de la empresa a través de la puesta en práctica del concepto producto-mercado el cual nos permite detectar el área estratégica a la cual queremos llegar. (Análisis del entorno y segmentación a un mercado de consumo, 2017).

#### Mercado del Calzado

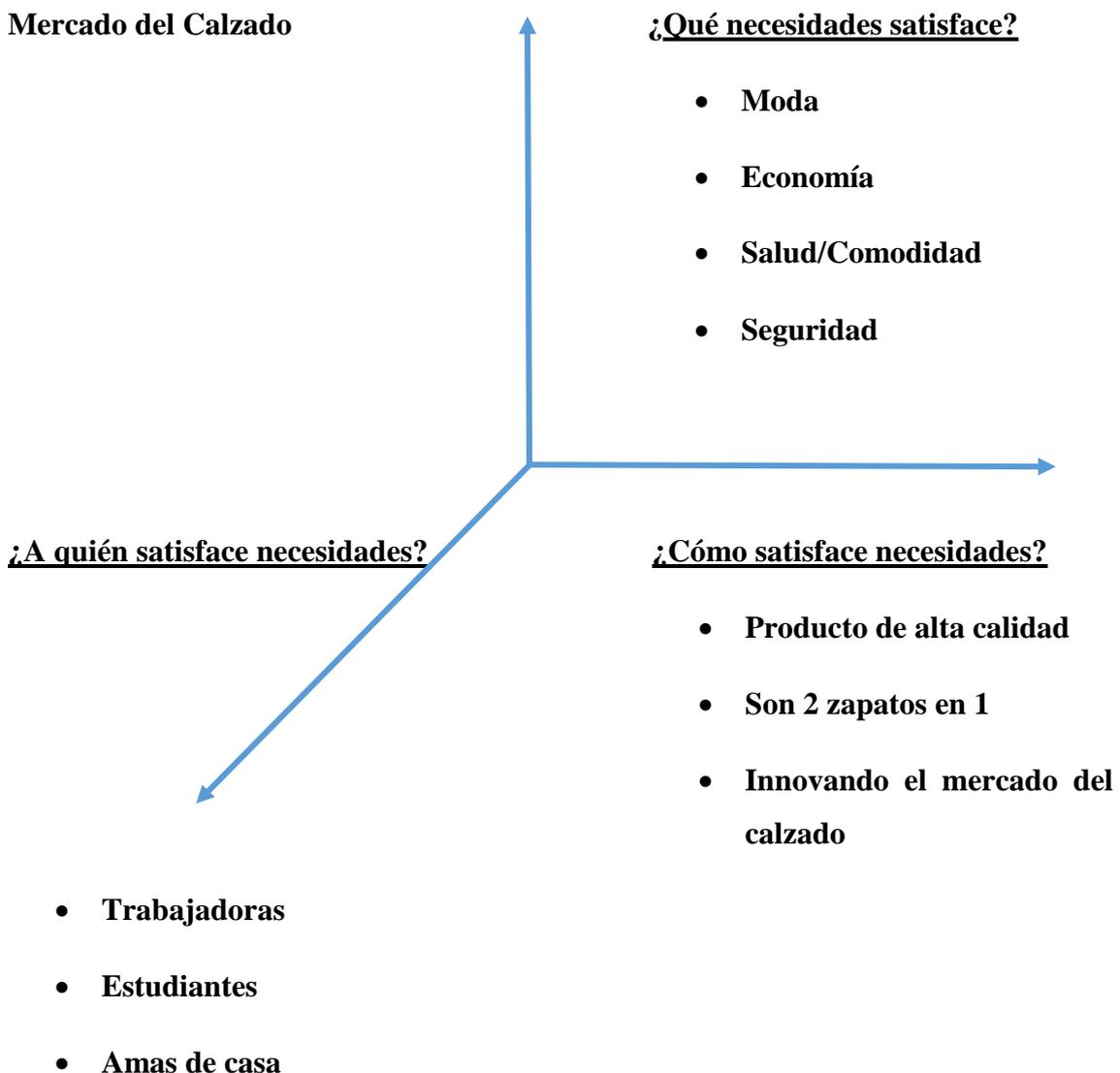


Figura 18: Matriz Macro-Segmentación

Elaborado por: Autores

#### 4.1.2 Micro-Segmentación

La micro-segmentación es necesario para realizar un análisis más minucioso y detallado de los segmentos que integran el mercado con el objetivo de destacar ciertos aspectos e investiga cuántos y cuáles de ellos son comunes a la mayor cantidad posible de clientes, a el fin de contar con un grupo que constituya un segmento razonable desde el punto de vista del interés comercial y económico. Existen diferentes criterios de micro segmentación de mercado entre las cuales se destacan segmentación geográfica, demográfica, psicográfica y por comportamiento. (Análisis del entorno y segmentación a un mercado de consumo, 2017)

La estadística de las encuestas de la Estratificación Nivel Socioeconómico en el Ecuador fue recolectada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (INEC, 2011)

Tabla 4: Estratificación Nivel Socioeconómico en el Ecuador (INEC)

Nivel Socioeconómico	Puntaje
A (ALTO)	De 845 a 1000 puntos
B (MEDIO-ALTO)	De 696 a 845 puntos
C+ (MEDIO)	De 535 a 696 puntos
C- (MEDIO-BAJO)	De 316 a 535 puntos
D (BAJO)	De 0 a 316 puntos

Fuente: (Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC)- Ecuador en cifras, 2011)

Elaborado por: Autores

NIVEL SOCIOECONÓMICO AGREGADO

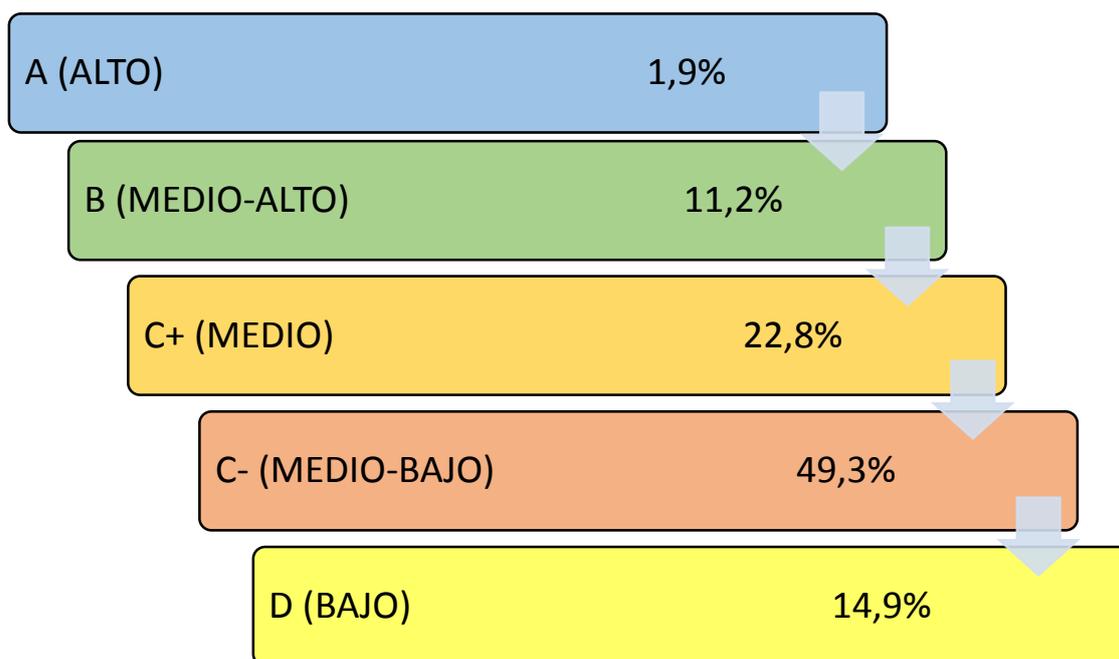


Figura 19: Nivel Socioeconómico Agregado

Fuente: (Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC)- Ecuador en cifras, 2011)

Elaborado por: Autores

#### 4.2. Mercado objetivo

Se puede observar que estimamos la demanda por medio de la base de datos del INEC solo mujeres desde la edad de 15 a 45 años y tomamos como mercado base la ciudad de Guayaquil.

Por medio del censo de población y vivienda que se realizó en el 2010 podemos conocer el total de población de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 5: Población de la ciudad de Guayaquil

Hombre	Mujer	Total
1.158.221	1.192.694	2.350.915
49,27%	50,73%	100%

Fuente: (Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC)- Ecuador en cifras, 2011)

Elaborado por: Autores

Aquí detallamos la población de mujeres en la ciudad de Guayaquil por zona y por edad.

Tabla 6: Edad de la población de la ciudad de Guayaquil

	De 15-19 años	De 20-24 años	De 25-29 años	De 30-34 años	De 35-39 años	De 40-45 años
<b>Urbano</b>	208.603	206.458	198.803	187.475	158.419	141.294
<b>Rural</b>	1.225	1.162	1.109	992	739	586
<b>Total</b>	209.828	207.620	199.912	188.467	159.158	141.880

Fuente: (Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC)- Ecuador en cifras, 2011)

Elaborado por: Autores

La base de datos de INEC nos indica que en la ciudad de Guayaquil las mujeres representan un 50,73% y con respecto a las mujeres de la zona urbana de 15 a 44 años, representan un 46,84%. De igual forma es importante saber el índice Nivel Socioeconómico de la clase media a la clase alta y eso simboliza un 36 % de la población.

Por medio del CCIF (Consumo Individual por Finalidades) los gastos mensuales que se presentan por prendas de vestir y calzado son del 7,69% del consumo individual.

En base al INEC y a la encuesta nacional de ingresos y gastos (Enighur), respecto a los hogares de la zona urbana y rural se les realizó la encuesta a un total de 39.617 hogares y 153.444 personas, anteriormente se observó que el consumo individual es el 7,69% de los gastos por prendas de vestir y calzado, el gasto total mensual promedio de la zona urbana es de 943,20 dólares en cambio la zona rural tiene un total de 526,20 dólares. En conclusión, nos enfocaremos a la zona urbana por motivos que nuestro mercado se basa en la clase media a la clase alta. (INEC ENIGHUR, 2011-2012)

El mercado objetivo se obtendrá de la clase media y media-alta de la zona urbana de la ciudad de Guayaquil a partir de la edad de 15 años hasta 45 años de edad, tomando el 36% del mercado objetivo.

$1101052 * (36\%) = 396379$  tamaño de población objetivo.

Con todos los datos encontrados con respecto al mercado de calzado un 90% de las mujeres comprarían el zapato que vamos a ofrecer, además el 54.5% de las mujeres compran un calzado por mes cabe recalcar que al año 2 a 5 son zapatos con tacones. (El Mercurio, 2013)

### Ventas anuales del calzado

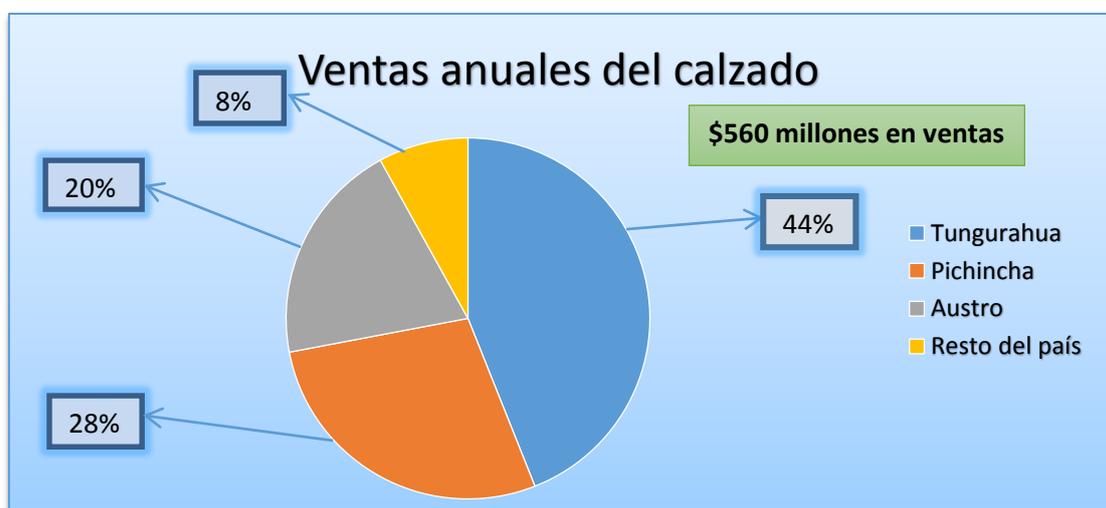


Figura 20: Ventas anuales del calzado

Fuente: (Ecuadorinmediato Caltu, 2010)

Elaborado por: Autores

Es importante destacar que en el año 2015 la producción nacional es de 32 millones de pares de calzados, esto en dólares significa el monto de \$560 millones en ventas, con un consumo per cápita de 2,13 pares por persona. Como se observa en el pastel, en la provincia de Tungurahua es donde se fabrica el 44% del calzado ecuatoriano además, en el año 2015 se realizó una feria de negocios donde asistieron empresas comercializadoras y fabricantes de calzado donde se presentaron expositores internacionales ofreciendo maquinaria de punta e insumos. Enfatizamos en este punto que

se le dio oportunidad a muchos expositores nacionales a presentar su producto. (PPDigital, 2015)

Proyectamos que las ventas anuales serán muy positivas ya que ofrecemos un calzado innovador, único en nuestro país. Nuestras ventas en dólares representan un 0.009%, esta estimación significa un monto aproximado de \$50.500 dólares en utilidades. Cabe recalcar que a medida que pasen los años nosotros representaremos más mercado por lo tanto, obtendremos mayor utilidad.

#### 4.2.1 Análisis de la población objetivo y porcentaje de participación en el mercado.

Gracias a las encuestas realizadas en el capítulo anterior, se ha podido obtener resultados que nos permitirán estimar el porcentaje de la demanda población femenina que requiere este tipo de calzado y la cantidad de zapatos a producir en los primeros 5 años de operación.

<b>Tamaño de muestra</b>	<b>385</b>
<b>Proporción de éxito</b>	<b>84,40%</b>

Nivel de confianza	95%
Z	1,96

Error standard proporción	0,018492821
Margen de error	0,036245262

Estimación puntual	84,40%
LS	88,02%
<b>LI</b>	<b>80,78%</b>

Teniendo en cuenta un escenario conservador, y ya que este es un producto totalmente nuevo en el mercado, se elige el límite inferior 80.78% que será la porción de mujeres con alta intención de compra.

Para la población objetivo tenemos lo siguiente:

<b>Tamaño Población objetivo</b>	<b>396.379</b>
<b>% mujeres con alto nivel de compra</b>	<b>80,78%</b>
Demanda mercado para calzado con tacón intercambiable(personas)	<b>320.177</b>

Por lo tanto, el máximo de mujeres a quienes podríamos vender el producto en un año serán, 320.177 zapatos. Con respecto a la distribución de la demanda y el nuevo producto tenemos lo siguiente:

Tabla 7: Preferencia de los modelos de calzado

<b>punta abierta</b>	29,46%	94310
<b>punta cerrada</b>	50,99%	163259
<b>botas altas</b>	7,43%	23776
<b>Botines</b>	12%	38833
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>320.177</b>

Elaborado por: Autores

En consecuencia, al escoger el calzado de tacón intercambiable de punta cerrada, el número de compras en cada año y el volumen de compra en cada ocasión serían:

Tabla 8: Demanda mercado calzado con tacón intercambiable punta cerrada

Demanda mercado calzado con tacón intercambiable punta cerrada (personas)	163.682
# de compra en 1 año	3
Compra por ocasión del calzado (# de calzados)	1
<b>Demanda mercado calzado con tacón intercambiable punta cerrada (calzados)</b>	<b>491.046</b>

Elaborado por: Autores

En conclusión, tenemos que el máximo a producir sería 491.046 calzados de tacón intercambiable en un año sin embargo, debemos tener en cuenta el porcentaje de participación que debido, al escenario conservador será del 2% por lo tanto, tenemos la siguiente información relevante.

**491.046 \* 2% = 9821 calzados en el primer año.**

<b>i% crecimiento anual</b>	<b>7%</b>
-----------------------------	-----------

	<b>Años</b>				
	1	2	3	4	5
<b>Calzado de tacón intercambiable ( incremento anual)</b>	9.821	10.508	11.244	12.031	12.873

### **4.3. Marketing mix**

#### **4.3.1. Producto**

Este proyecto consiste en la innovación de un calzado en el cual, el tacón es intercambiable y puede modificarse al gusto del cliente. Este calzado puede tener varias medidas de tacón todo dependerá de las necesidades femeninas. El producto trata de solucionar varios problemas como: la incomodidad y la altura de los tacones.

Esta idea de proyecto es para el beneficio de las damas evitando problemas de cansancio y lesiones, siendo más específicos; buscamos que la belleza esté en conjunto con el confort y la economía.

#### **Beneficios de usar zapatos con tacón intercambiable**

- ☞ Proporciona la facilidad de adquirir dos zapatos en uno solo y así evitando problemas de outfit al momento de salir.
- ☞ Impide la aparición de enfermedades futuras producidas por el uso del calzado con tacón alto.
- ☞ Brinda comodidad y elegancia al momento de asistir a fiestas, eventos o trabajo.
- ☞ Permite llevar con mucha practicidad los tacones de repuestos en la cartera.

Este calzado podrá tener cualquier medida de tacón. Por ejemplo podría ser de 8cm a 4cm o de 9cm a 5cm, como requiera la exigencia del cliente.

#### **4.3.1.1. Composición**

##### **Suela**

Se fabricaran algunos diseños y colores con el propósito de tener una amplia variedad al momento de fabricar los zapatos.

##### **Plantilla**

Es una pieza fundamental y se encuentra ubicada por dentro del zapato cuya función es evitar algún daño en los pies por motivos de las costuras que lleva el calzado

## Forro

Esta pieza es la que cubre por completo la plantilla y está fabricado de cuero o material sintético.

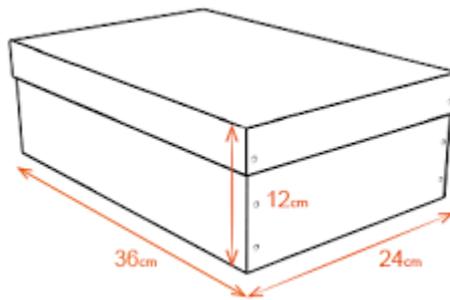
## Tacón

La función es ser el soporte del talón, además se encuentra en la parte posterior unida a la suela, existen varias técnicas para su fabricación.

### 4.3.1.2. Embalaje

El calzado R&R shoes será entregado en cajas de cartón con diseño exclusivo y las detallamos a continuación:

- Las cajas tendrán medida de 36 cm x 24 cm x 12 cm de alto



*Figura 21: Caja de embalaje de R&R shoes*

*Elaborado por: Autores*

#### 4.3.1.3. Foto de calzado con tacón Intercambiable (Punta abierta)



*Figura 22: Calzado femenino intercambiable con punta abierta*

*Elaborado por: Autores*

#### Foto de calzado con tacón Intercambiable (Punta Cerrada)



*Figura 23: Calzado femenino intercambiable con punta cerrada*

*Elaborado por: Autores*

#### 4.3.1.4. Marca

La marca R&R shoes significa Ronnie y Rafael.

#### Logotipo

Es una herramienta fundamental para dar a conocer y potenciar el nombre de la marca R&R. Esta empresa es innovadora y queremos revolucionar el mercado del calzado.



*Figura 24: Logotipo de la marca R&R shoes*

*Elaborado por: Autores*

#### Colores del logotipo

Para nuestro producto usaremos colores llamativos en el logotipo los cuales serán el Negro, Blanco y Rose Gold.

##### 👉 Negro

Este color significa fuerza está relacionado con la elegancia y en ciertos casos con la sensualidad.

##### 👉 Blanco

Significa pureza, este color posee características que tiene aspectos positivos en las personas.

##### 👉 Rose Gold

Es una mezcla de colores llamativos e innovadores, las mujeres están usando mucho este color y por eso se decidió usar Rose Gold en el Logotipo de R&R shoes.

## **Slogan**

El slogan de la empresa será **“Pisando fuerte R&R shoes”** que predomina la comodidad y la elegancia en la mujer guayaquileña.

### **4.3.2. PRECIO**

R&R Shoes decide posicionarse y a la vez diferenciarse de la competencia indirecta por la comodidad y economía que ofrecen sus zapatos. Los consumidores podrán adquirir el producto a diferentes precios como: 37 dólares dirigidos a los intermediarios y entre 65 y 75 dólares para los consumidores finales.

El Marketing Mix sugiere formas de pago adecuadas mediante créditos como: VISA y MasterCard o dinero en efectivo respaldado con facturas para el consumidor final.

### **4.3.3. PROMOCIÓN**

La Promoción es otra forma en que se utiliza el Marketing Mix para alcanzar los objetivos mediante la publicidad y difusión, con el fin de que el consumidor conozca el producto.

Las estrategias de publicidad serán las siguientes:

Uno de los medios principales en los que se divulgará tanto el producto como la marca será en las redes sociales de Facebook e Instagram. Esto es debido a que el número de audiencia en estas redes sociales es muy importante. A continuación se presenta los cuadros con información relevante.

### 4.3.3.1 Audiencia de Facebook

#### Datos relevantes del total de usuarios

Los datos recolectados son de la audiencia de Facebook se puede observar el total de usuarios entre hombres y mujeres que existen en el Ecuador.

Tabla 9: Métricas claves

<b>Total de Usuarios</b>	2.400.000	100%
<b>Mujeres</b>	1.200.000	50%
<b>Hombres</b>	1.200.000	50%
<b>Edad</b>	18-24	32,08%
<b>Relationship</b>	Sin especificar	54,17%
<b>Interés Principal</b>	Entretenimiento	79,17%
<b>Dispositivo móvil popular</b>	Android	75%

Fuente: (Owloo, 2016)

Elaborado por: Autores

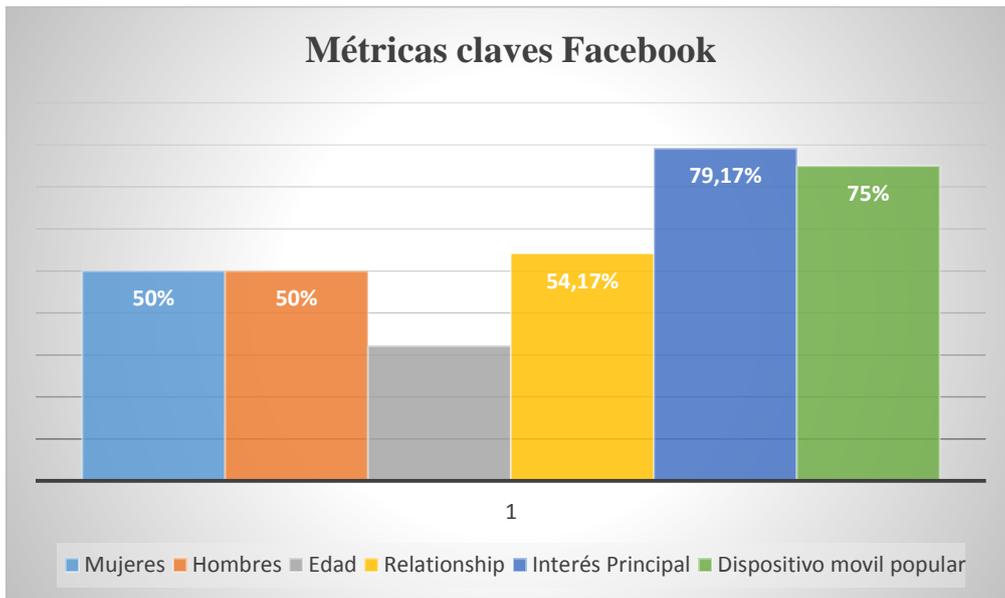


Figura 25: Métricas Claves

Elaborado por: Autores

## Categorías

Por otro lado se encontró el interés principal que tienen los clientes para cada categoría, se observa que entretenimiento y tecnología son los más importantes.

Tabla 10: Top 5 intereses de los usuarios

<b>Entretenimiento</b>	1.900.000	79,17%
<b>Tecnología</b>	1.900.000	79,17%
<b>Electrónica de consumo</b>	1.800.000	75%
<b>Deportes y actividades al aire libre</b>	1.800.000	75%
<b>Deportes</b>	1.800.000	75%

Fuente: (Owloo, 2016)

Elaborado por: Autores

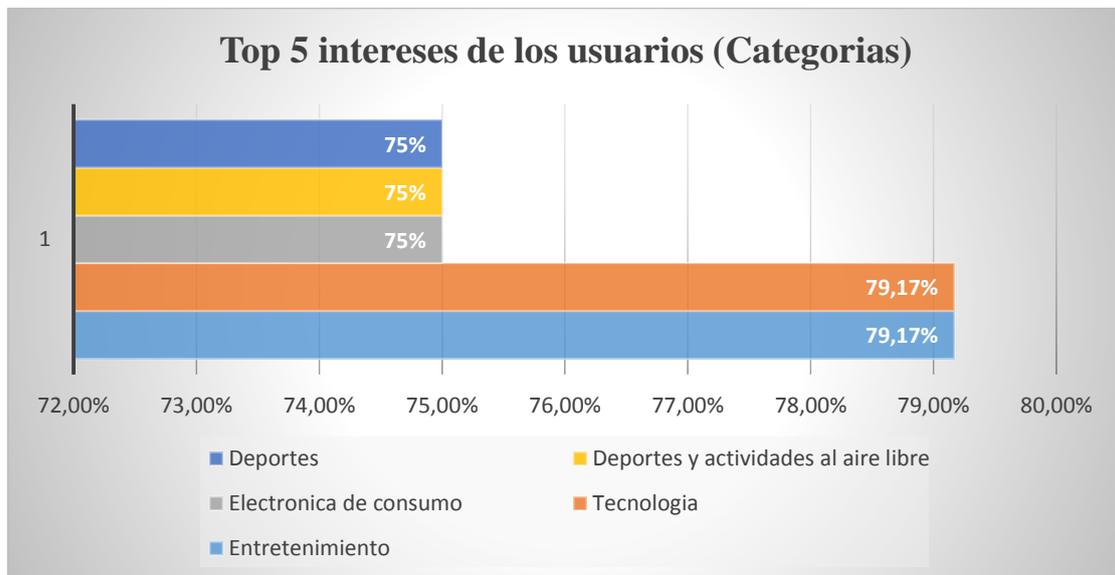


Figura 26: Top interés de los usuarios

Elaborado por: Autores

### 4.3.3.2. Audiencia de Instagram

En el Ecuador tenemos estos siguientes datos con respecto de la red social Instagram.

Tabla 11: Audiencia Instagram

Ciudad	Usuarios (Miles)	%	Variación con nombre 2015
Guayaquil	600	37,74%	3,4%
Quito	390	24,53%	5,4%
Cuenca	79	4,97%	11,3%
Portoviejo	66	4,15%	N/A
Ambato	56	3,52%	16,7%
Machala	33	2,08%	37,5%
Esmeraldas	19	1,19%	0,0%
Otros	347	21,82%	N/A
<b>Total</b>	<b>1.590</b>	<b>100,00%</b>	

Fuente: (Formación Gerencial, 2016)

Elaborado por: Autores

Tabla 12: Edad de Audiencia Instagram

Rango de Edad	Usuarios (Miles)	%	Variación con nombre 2015
13-18	310	17%	14,8%
18-25	730	40%	14,1%
25-30	320	17%	14,3%
30-35	200	11%	17,6%
35-40	120	7%	20,0%
40-45	66	4%	22,2%
45-55	59	3%	28,3%
55+	31	2%	34,8%
<b>Total</b>	<b>1836</b>	<b>100%</b>	

Fuente: (Formación Gerencial, 2016)

Elaborado por: Autores

La diferencia que existe en el total de usuarios es porque algunos de ellos no han sido identificados.

*Tabla 13: Genero de Audiencia Instagram*

<b>Genero</b>	<b>Cantidad (Miles)</b>	<b>Variación con nombre 2015</b>
<b>Hombres</b>	680	7,9%
<b>Mujeres</b>	870	4,8%
<b>No especifica</b>	40	0,00%
<b>Total</b>	1.590	

*Fuente: (Formación Gerencial, 2016)*

*Elaborado por: Autores*

Adicional a esta información, se observa en el resultado de las encuestas que las mujeres prefieren en un 57,4% recibir la publicidad por medio de Facebook y un 45,3% en el Instagram, también se publicara el producto en revista como “Vistazo” u “Hogar” considerando 3 publicaciones al año.

#### **4.3.3.3. Propuestas de publicidad**

- ✎ Creación de página web de R&R Shoes donde se dará a conocer cada uno de los calzados, número de contacto e información necesaria para inducir a la compra.
- ✎ Creación de cuentas de redes sociales con la idea de conocer mejor el calzado y donde se publicarán las características y últimas noticias sobre moda.

#### **4.3.3.4. Propuestas de promoción**

R&R shoes tratara de incentivar a las mujeres a la compra del producto por medios de descuentos que se detallaran a continuación:

- ✎ Por la compra de 2 pares de zapatos se otorgara un descuento del 10%.
- ✎ Por la compra de 3 pares de zapatos se otorgara un descuento del 10% incluido un kit de tacón intercambiable.

#### 4.3.4. PLAZA

##### 4.3.4.1. Localización

R&R shoes tendrá su fábrica en la ciudad de Cuenca y contará con un centro de distribución en Guayaquil, siendo los centros comerciales la plaza más influyente con un 73,8%, después está el centro de la ciudad que representa un 12,8% y urdesa que representa el 11% de la población femenina. Estos datos fueron recolectados de las encuestas que se realizaron.

Además el 84,60% de las mujeres guayaquileñas aceptan este producto y estarían dispuestas a comprarlo, es importante saber que la mayoría de las mujeres son del sector norte seguido del Sur de la ciudad.

##### 4.3.4.2. Canal de distribución

La fábrica R&R shoes dispondrá de un canal de distribución indirecto, significa que se comercializara el calzado bajo pedido por parte de las tiendas en la ciudad de Guayaquil.



Figura 27: Canal de distribución de R&R shoes

Elaborado por: Autores

## 5. SECCIÓN V: EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.1 Costos del proyecto (Fijo y Variable)

El Proyecto se trata de la producción y comercialización del calzado femenino con tacón intercambiable, a continuación se presentara los costos de producción del producto.

Los costos fijos del proyecto R&R shoes, son los sueldos de los trabajadores operarios y administradores, suministros de oficina, el alquiler de la planta además los servicios básicos. A continuación se detallara los costos mensualmente y anualmente.

Tabla 14: Costos Fijos

Costos Fijos	Mensual	Anual
Alquiler de la Planta	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Electricidad	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Teléfono	\$ 11,40	\$ 136,80
Agua	\$ 48,00	\$ 576,00
Internet	\$ 22,69	\$ 272,28
Suministros de oficina	\$ 60,00	\$ 720,00
Servicio de Mantenimiento	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Sueldos (operarios y administradores)	\$ 6.954,17	\$ 83.450,00
<b>Total</b>	<b>\$ 1.242,09</b>	<b>\$ 98.355,08</b>

Elaborado por: Autores

En la siguiente tabla se les detalla los sueldos y salarios que cada uno de los trabajadores cobraría por sus servicios.

Tabla 15: Sueldo de trabajadores

Trabajadores (Operacionales)	Sueldos mensual	Anual	Décimo tercero		Total anual
10	3750	45000	4500		\$ 49.500,00
<b>Administradores</b>			<b>Décimo tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	
<b>Presidente</b>	1000	12000	1000	375	\$ 13.375,00
<b>Gerente</b>	1000	12000	1000	375	\$ 13.375,00
<b>Contador</b>	600	7200			\$ 7.200,00
<b>Total sueldos</b>	<b>13600</b>				<b>\$ 83.450,00</b>

Elaborado por: Autores

### 5.1.1 Gastos de Ventas

En estos gastos se presentan los servicios de transporte, ayuda a trasladar el calzado R&R shoes de la planta hacia los diferentes puntos de ventas. Hay que mencionar, además que la publicidad es importante para las ventas, por lo que incide en esta sección de Gastos de ventas.

Tabla 16: Gastos de Ventas

Gastos de Ventas	Mensual	Anual
Servicio de Transporte	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Publicidad	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Total	\$ 900,00	\$ 10.800,00

Elaborado por: Autores

### 5.1.2. Costos Variables

A continuación, se detalla las cantidades que se producirán por mes y el costo por producir cada par de zapatos. Es necesario recalcar que se proyectó los 5 primeros años.

Tabla 17: Costos Variable Proyectado año 2017

Año proyectado 2017				
Meses	cantidades	Porcentaje	Costo unitario	Costo Anual
Enero	600	6%	\$ 15	\$ 9.000,00
Febrero	600	6%	\$ 15	\$ 9.000,00
Marzo	700	7%	\$ 15	\$ 10.500,00
Abril	721	7%	\$ 15	\$ 10.815,00
Mayo	900	9%	\$ 15	\$ 13.500,00
Junio	900	9%	\$ 15	\$ 13.500,00
Julio	900	9%	\$ 15	\$ 13.500,00
Agosto	900	9%	\$ 15	\$ 13.500,00
Septiembre	900	9%	\$ 15	\$ 13.500,00
Octubre	900	9%	\$ 15	\$ 13.500,00
Noviembre	900	9%	\$ 15	\$ 13.500,00
Diciembre	900	9%	\$ 15	\$ 13.500,00
<b>Total</b>	<b>9821</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 147.315,00</b>

Elaborado por: Autores

Tabla 18: Costos Variable Proyectado año 2018

<b>Año proyectado 2018</b>				
<b>Meses</b>	<b>cantidades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Anual</b>
Enero	630	6%	\$ 15	\$ 9.457,20
Febrero	630	6%	\$ 15	\$ 9.457,20
Marzo	736	7%	\$ 15	\$ 11.033,40
Abril	736	7%	\$ 15	\$ 11.033,40
Mayo	946	9%	\$ 15	\$ 14.185,80
Junio	946	9%	\$ 15	\$ 14.185,80
Julio	946	9%	\$ 15	\$ 14.185,80
Agosto	946	9%	\$ 15	\$ 14.185,80
Septiembre	946	9%	\$ 15	\$ 14.185,80
Octubre	946	9%	\$ 15	\$ 14.185,80
Noviembre	1051	10%	\$ 15	\$ 15.762,00
Diciembre	1051	10%	\$ 15	\$ 15.762,00
<b>Total</b>	<b>10508</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 157.620,00</b>

Elaborado por: Autores

Tabla 19: Costos Variable Proyectado año 2019

<b>Año proyectado 2019</b>				
<b>Meses</b>	<b>cantidades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Anual</b>
Enero	615	5%	\$ 15	\$ 9.225,34
Febrero	662	6%	\$ 15	\$ 9.934,98
Marzo	757	7%	\$ 15	\$ 11.354,26
Abril	852	8%	\$ 15	\$ 12.773,55
Mayo	899	8%	\$ 15	\$ 13.483,19
Junio	1050	9%	\$ 15	\$ 15.754,04
Julio	1050	9%	\$ 15	\$ 15.754,04
Agosto	1050	9%	\$ 15	\$ 15.754,04
Septiembre	1050	9%	\$ 15	\$ 15.754,04
Octubre	1050	9%	\$ 15	\$ 15.754,04
Noviembre	1072	10%	\$ 15	\$ 16.080,48
Diciembre	1135	10%	\$ 15	\$ 17.031,40
<b>Total</b>	<b>11244</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 168.653,40</b>

Elaborado por: Autores

Tabla 20: Costos Variable Proyectado año 2020

<b>Año proyectado 2020</b>				
<b>Meses</b>	<b>cantidades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Enero</b>	650	5%	\$ 15	\$ 9.750,00
<b>Febrero</b>	650	5%	\$ 15	\$ 9.750,00
<b>Marzo</b>	790	7%	\$ 15	\$ 11.850,00
<b>Abril</b>	875	7%	\$ 15	\$ 13.125,00
<b>Mayo</b>	1016	8%	\$ 15	\$ 15.240,00
<b>Junio</b>	1100	9%	\$ 15	\$ 16.500,00
<b>Julio</b>	1125	9%	\$ 15	\$ 16.875,00
<b>Agosto</b>	1125	9%	\$ 15	\$ 16.875,00
<b>Septiembre</b>	1150	10%	\$ 15	\$ 17.250,00
<b>Octubre</b>	1150	10%	\$ 15	\$ 17.250,00
<b>Noviembre</b>	1200	10%	\$ 15	\$ 18.000,00
<b>Diciembre</b>	1200	10%	\$ 15	\$ 18.000,00
<b>Total</b>	<b>12031</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 180.465,00</b>

Elaborado por: Autores

Tabla 21: Costos Variable Proyectado año 2021

<b>Año proyectado 2021</b>				
<b>Meses</b>	<b>cantidades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Enero</b>	670	5%	\$ 15	\$ 10.050,00
<b>Febrero</b>	670	5%	\$ 15	\$ 10.050,00
<b>Marzo</b>	815	6%	\$ 15	\$ 12.225,00
<b>Abril</b>	880	7%	\$ 15	\$ 13.200,00
<b>Mayo</b>	1020	8%	\$ 15	\$ 15.300,00
<b>Junio</b>	1115	9%	\$ 15	\$ 16.725,00
<b>Julio</b>	1150	9%	\$ 15	\$ 17.250,00
<b>Agosto</b>	1185	9%	\$ 15	\$ 17.775,00
<b>Septiembre</b>	1233	10%	\$ 15	\$ 18.495,00
<b>Octubre</b>	1335	10%	\$ 15	\$ 20.025,00
<b>Noviembre</b>	1400	11%	\$ 15	\$ 21.000,00
<b>Diciembre</b>	1400	11%	\$ 15	\$ 21.000,00
<b>Total</b>	<b>12873</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 193.095,00</b>

Elaborado por: Autores

### 5.1.3. Costo Fijo y Variable (Proyección Anual)

Los costos totales durante los próximos 5 años detallados en la siguiente tabla.

Tabla 22: Costos totales proyección anual

Costos	2017	2018	2019	2020	2021
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>C. Variable</b>	147.315,00	157.620,00	168.653,40	180.465,00	193.095,00
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>C. Fijo</b>	98.355,08	98.355,08	98.355,08	98.355,08	98.355,08
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Total</b>	245.670,08	255.975,08	267.008,48	278.820,08	291.450,08

Elaborado por: Autores

### 5.2. Punto de Equilibrio

Es importante conocer los costos fijos, el precio y el costo variable unitario para calcular el mínimo de pares de zapatos que se debe vender al año. Es decir para que la utilidad sea igual a cero

El punto de equilibrio se puede calcular con la siguiente formula que se puede observar a continuación.

$$Q^* = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$Q^* = \frac{\$ 98.355,08}{\$ 37 - \$ 15}$$

$$Q^* = 4471$$

Para obtener una utilidad de cero, la empresa R&R shoes debe de vender 4471 pares de zapatos como mínimo al año.

### 5.3. Inversión del Proyecto

A continuación se observa en las siguientes tablas la inversión que se realizara para establecer la empresa.

Tabla 23: Capital Inicial

<b>Capital Inicial</b>	
<b>Alquiler de la Planta</b>	\$ 9.000,00
<b>Gastos de Notaria</b>	\$ 400,00
<b>Registro Oficial</b>	\$ 150,00
<b>Certificado de los Bomberos</b>	\$ 50,00
<b>Permiso Municipales</b>	\$ 25,00
<b>Licencia de Funcionamiento</b>	\$ 100,00
<b>Patente del Producto</b>	\$ 1.000,00
<b>Certificado de Salud</b>	\$ 75,00
<b>Servicios Básicos</b>	\$ 985,08
<b>Suministros de oficina</b>	\$ 720,00
<b>Servicio de Mantenimiento</b>	\$ 2.400,00
<b>Sueldos</b>	\$ 83.450,00
<b>Materia prima</b>	\$ 12.200,00
<b>Publicidad</b>	\$ 6.000,00
<b>Servicio de transporte(efectivo)</b>	\$ 4.800,00
<b>Garantía de alquiler</b>	\$ 1.500,00
<b>Total</b>	<b>\$ 122.855,08</b>

Elaborado por: Autores

Tabla 24: Inversión Inicial del Proyecto

<b>Inversión Inicial del Proyecto</b>	
<b>Gasto de activos fijos</b>	\$ 25.235,00
<b>Gasto intangibles</b>	\$ -
<b>Gastos de capital de trabajo</b>	\$ 122.855,08
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 148.090,08</b>

Elaborado por: Autores

#### 5.4. Ingresos del Proyecto

Se proyectaron los ingresos de los próximos 5 años. Con un precio de venta de \$37 para los mayoristas.

Tabla 25: Ingreso Proyectado año 2017

<b>Año proyectado 2017</b>				
<b>Meses</b>	<b>cantidades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ingreso Anual</b>
<b>Enero</b>	600	6%	\$ 37	\$ 22.200,00
<b>Febrero</b>	600	6%	\$ 37	\$ 22.200,00
<b>Marzo</b>	700	7%	\$ 37	\$ 25.900,00
<b>Abril</b>	721	7%	\$ 37	\$ 26.677,00
<b>Mayo</b>	900	9%	\$ 37	\$ 33.300,00
<b>Junio</b>	900	9%	\$ 37	\$ 33.300,00
<b>Julio</b>	900	9%	\$ 37	\$ 33.300,00
<b>Agosto</b>	900	9%	\$ 37	\$ 33.300,00
<b>Septiembre</b>	900	9%	\$ 37	\$ 33.300,00
<b>Octubre</b>	900	9%	\$ 37	\$ 33.300,00
<b>Noviembre</b>	900	9%	\$ 37	\$ 33.300,00
<b>Diciembre</b>	900	9%	\$ 37	\$ 33.300,00
<b>Total</b>	<b>9821</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 363.377,00</b>

Elaborado por: Autores

Tabla 26: Ingreso Proyectado año 2018

<b>Año proyectado 2018</b>				
<b>Meses</b>	<b>cantidades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Ingreso Anual</b>
<b>Enero</b>	630	6%	\$ 37	\$ 23.327,76
<b>Febrero</b>	630	6%	\$ 37	\$ 23.327,76
<b>Marzo</b>	736	7%	\$ 37	\$ 27.215,72
<b>Abril</b>	736	7%	\$ 37	\$ 27.215,72
<b>Mayo</b>	946	9%	\$ 37	\$ 34.991,64
<b>Junio</b>	946	9%	\$ 37	\$ 34.991,64
<b>Julio</b>	946	9%	\$ 37	\$ 34.991,64
<b>Agosto</b>	946	9%	\$ 37	\$ 34.991,64
<b>Septiembre</b>	946	9%	\$ 37	\$ 34.991,64
<b>Octubre</b>	946	9%	\$ 37	\$ 34.991,64
<b>Noviembre</b>	1051	10%	\$ 37	\$ 38.879,60
<b>Diciembre</b>	1051	10%	\$ 37	\$ 38.879,60
<b>Total</b>	<b>10508</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 388.796,00</b>

Elaborado por: Autores

Tabla 27: Ingreso Proyectado año 2019

<b>Año proyectado 2019</b>				
<b>Meses</b>	<b>cantidades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Ingreso Anual</b>
<b>Enero</b>	615	5%	\$ 37	\$ 22.755,84
<b>Febrero</b>	662	6%	\$ 37	\$ 24.506,29
<b>Marzo</b>	757	7%	\$ 37	\$ 28.007,18
<b>Abril</b>	852	8%	\$ 37	\$ 31.508,08
<b>Mayo</b>	899	8%	\$ 37	\$ 33.258,53
<b>Junio</b>	1050	9%	\$ 37	\$ 38.859,97
<b>Julio</b>	1050	9%	\$ 37	\$ 38.859,97
<b>Agosto</b>	1050	9%	\$ 37	\$ 38.859,97
<b>Septiembre</b>	1050	9%	\$ 37	\$ 38.859,97
<b>Octubre</b>	1050	9%	\$ 37	\$ 38.859,97
<b>Noviembre</b>	1072	10%	\$ 37	\$ 39.665,18
<b>Diciembre</b>	1135	10%	\$ 37	\$ 42.010,78
<b>Total</b>	<b>11244</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 416.028,00</b>

Elaborado por: Autores

Tabla 28: Ingreso Proyectado año 2020

<b>Año proyectado 2020</b>				
<b>Meses</b>	<b>cantidades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Ingreso Anual</b>
<b>Enero</b>	650	5%	\$ 37	\$ 24.050,00
<b>Febrero</b>	650	5%	\$ 37	\$ 24.050,00
<b>Marzo</b>	790	7%	\$ 37	\$ 29.230,00
<b>Abril</b>	875	7%	\$ 37	\$ 32.375,00
<b>Mayo</b>	1016	8%	\$ 37	\$ 37.592,00
<b>Junio</b>	1100	9%	\$ 37	\$ 40.700,00
<b>Julio</b>	1125	9%	\$ 37	\$ 41.625,00
<b>Agosto</b>	1125	9%	\$ 37	\$ 41.625,00
<b>Septiembre</b>	1150	10%	\$ 37	\$ 42.550,00
<b>Octubre</b>	1150	10%	\$ 37	\$ 42.550,00
<b>Noviembre</b>	1200	10%	\$ 37	\$ 44.400,00
<b>Diciembre</b>	1200	10%	\$ 37	\$ 44.400,00
<b>Total</b>	<b>12031</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 445.147,00</b>

Elaborado por: Autores

Tabla 29: Ingreso Proyectado año 2021

<b>Año proyectado 2021</b>				
<b>Meses</b>	<b>cantidades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Ingreso Anual</b>
<b>Enero</b>	670	5%	\$ 37	\$ 24.790,00
<b>Febrero</b>	670	5%	\$ 37	\$ 24.790,00
<b>Marzo</b>	815	6%	\$ 37	\$ 30.155,00
<b>Abril</b>	880	7%	\$ 37	\$ 32.560,00
<b>Mayo</b>	1020	8%	\$ 37	\$ 37.740,00
<b>Junio</b>	1115	9%	\$ 37	\$ 41.255,00
<b>Julio</b>	1150	9%	\$ 37	\$ 42.550,00
<b>Agosto</b>	1185	9%	\$ 37	\$ 43.845,00
<b>Septiembre</b>	1233	10%	\$ 37	\$ 45.621,00
<b>Octubre</b>	1335	10%	\$ 37	\$ 49.395,00
<b>Noviembre</b>	1400	11%	\$ 37	\$ 51.800,00
<b>Diciembre</b>	1400	11%	\$ 37	\$ 51.800,00
<b>Total</b>	<b>12873</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 476.301,00</b>

Elaborado por: Autores

Tabla 30: Proyección de Ingresos por año

<b>Proyección de Ingresos por año</b>	
<b>Años</b>	<b>Ingresos</b>
2017	\$ 363.377,00
2018	\$ 388.796,00
2019	\$ 416.028,00
2020	\$ 445.147,00
2021	\$ 476.301,00

Elaborado por: Autores

### 5.5. Valor de Desecho

Valor neto significativo en que fundamentalmente se estima puede realizarse una unidad de Activo fijo tangible al término de su vida útil. Representa por consiguiente el valor neto estimado del monto recuperable de la Inversión original, expresado en unidades de poder adquisitivo a la fecha en que se elaboran los Estados financieros correspondientes. (Eco-Finanzas, 2017)

Activo	Cantidad	Valor de compra	Valor total de compra	Vida útil contable	Depreciación anual	Años Depreciándose	Depreciación Acumulada	Valor en libros
Computadoras	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00	3	\$ 600,00	3	1800	β -
Impresoras láser HP	1	\$ 400,00	\$ 400,00	3	\$ 133,33	3	400	\$ -
Máquinas de costuras	6	\$ 1.000,00	\$ 6.000,00	10	\$ 600,00	5	3.000,00	\$ 3.000,00
Máquinas de cortar	3	\$ 800,00	\$ 2.400,00	10	\$ 240,00	5	1200	\$ 1.200,00
Máquinas para sellar	3	\$ 900,00	\$ 2.700,00	10	\$ 270,00	5	1350	\$ 1.350,00
Máquinas de clavado	3	\$ 750,00	\$ 2.250,00	10	\$ 225,00	5	1125	\$ 1.125,00
Máquinas de limar	3	\$ 700,00	\$ 2.100,00	10	\$ 210,00	5	1050	\$ 1.050,00
Juego de hormas	180	\$ 20,00	\$ 3.600,00	3	\$ 1.200,00	3	3600	\$ -
Maquinas devastadoras	3	\$ 755,00	\$ 2.265,00	10	\$ 226,50	5	1132,5	\$ 1.132,50
Mesas	4	\$ 25,00	\$ 100,00	10	\$ 10,00	5	50	\$ 50,00
Estantes de metal	4	\$ 30,00	\$ 120,00	10	\$ 12,00	5	60	\$ 60,00
Equipo y enseres de oficina	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00	5	\$ 300,00	5	1500	\$ -
			\$ 25.235,00				<b>Total Valor de Desecho</b>	<b>\$ 8.967,50</b>

Figura 28: Valor de Desecho

Elaborado por: Autores

## 5.6. Tasa de descuento

La TMAR se la calcula por medio de la siguiente formula.

$$R_i = R_f + B (R_m - R_f) + R_{Pecu}$$

### Significado:

R<sub>i</sub>: Rentabilidad requerida por el inversionista

R<sub>f</sub>: Tasa libre de riesgo (Americano a 5 periodos)

B: Beta de la empresa

R<sub>m</sub>: Rentabilidad del mercado americano (Calzado)

R<sub>Pecu</sub>: Riesgo País (Ecuador)

La tasa libre de riesgo es el 1,62%, la rentabilidad del mercado americano es del 9,29% y el riesgo país (Ecuador) está en 965 puntos. El Beta es del mercado de calzado estadounidense.

Sector	# de empresas	Beta	D/E	Beta sin deuda
Calzado	13	0.84	7.34%	0.8

Figura 29: Datos del sector del calzado

Elaborado por: Autores

TMAR	
Información	%
R <sub>f</sub>	1,62
b	0,84
R <sub>m</sub>	13.37
RP Ecu	9.8
<b>R<sub>i</sub></b>	<b>21,29%</b>

Figura 30: TMAR

Elaborado por: Autores

## 5.7. Financiamiento

A continuación se detallara la tabla de amortización del préstamo.

Tabla 31: Datos del préstamo

<b>Periodos</b>	<b>4</b>	<b>Monto</b>	<b>\$ 66.640,54</b>
<b>Tasa</b>	<b>10,21%</b>		

Elaborado por: Autores

Tabla 32: Amortización

<b>Periodos</b>	<b>Inicial</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>	<b>Cuota</b>	<b>Final</b>
<b>0</b>					\$ 66.640,54
<b>1</b>	\$ 66.640,54	\$ 6.804,00	\$ 14.314,79	\$ 21.118,79	\$ 52.325,74
<b>2</b>	\$ 52.325,74	\$ 5.342,46	\$ 15.776,33	\$ 21.118,79	\$ 36.549,41
<b>3</b>	\$ 36.549,41	\$ 3.731,70	\$ 17.387,10	\$ 21.118,79	\$ 19.162,32
<b>4</b>	\$ 19.162,32	\$ 1.956,47	\$ 19.162,32	\$ 21.118,79	\$ -

Elaborado por: Autores

## 5.8. Flujo de caja mensual R&R shoes

### Flujo de caja mensual

Año 2017	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Precio		\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00
Producción		600	600	700	721	900	900	900	900	900	900	900	900
<b>Ventas</b>		<b>\$ 22.200,00</b>	<b>\$ 22.200,00</b>	<b>\$ 25.900,00</b>	<b>\$ 26.677,00</b>	<b>\$ 33.300,00</b>							
<b>Costos Variables</b>		<b>(\$ 9.000)</b>	<b>(\$ 9.000)</b>	<b>(\$ 10.500)</b>	<b>(\$ 10.815)</b>	<b>(\$ 13.500)</b>							
Costos Fijos													
Alquiler de la Planta	\$	(750,00)	(750,00)	(750,00)	(750,00)	(750,00)	(750,00)	(750,00)	(750,00)	(750,00)	(750,00)	(750,00)	(750,00)
Electricidad	\$	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)	(150,00)
Teléfono	\$	(11,40)	(11,40)	(11,40)	(11,40)	(11,40)	(11,40)	(11,40)	(11,40)	(11,40)	(11,40)	(11,40)	(11,40)
Agua	\$	(48,00)	(48,00)	(48,00)	(48,00)	(48,00)	(48,00)	(48,00)	(48,00)	(48,00)	(48,00)	(48,00)	(48,00)
Internet	\$	(22,69)	(22,69)	(22,69)	(22,69)	(22,69)	(22,69)	(22,69)	(22,69)	(22,69)	(22,69)	(22,69)	(22,69)
Suministros de oficina	\$	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)	(60,00)
Servicio de Mantenimiento	\$	(250,00)	(250,00)	(250,00)	(250,00)	(250,00)	(250,00)	(250,00)	(250,00)	(250,00)	(250,00)	(250,00)	(250,00)
Sueldos y Salarios	\$	(4.125,00)	(4.125,00)	(4.125,00)	(4.125,00)	(4.125,00)	(4.125,00)	(4.125,00)	(4.125,00)	(4.125,00)	(4.125,00)	(4.125,00)	(4.125,00)
<b>Total Gastos Fijos</b>	<b>\$</b>	<b>(5.417,09)</b>											
Gastos de Ventas													
Publicidad	\$	(500,00)	(500,00)	(500,00)	(500,00)	(500,00)	(500,00)	(500,00)	(500,00)	(500,00)	(500,00)	(500,00)	(500,00)
Servicio de Transporte	\$	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>\$</b>	<b>(900,00)</b>											
<b>Gastos administrativos</b>													
Sueldos	\$	(2.829,17)	(2.829,17)	(2.829,17)	(2.829,17)	(2.829,17)	(2.829,17)	(2.829,17)	(2.829,17)	(2.829,17)	(2.829,17)	(2.829,17)	(2.829,17)
Otros gastos administrativos													
<b>Total de gastos administrativos</b>	<b>\$</b>	<b>(2.829,17)</b>											
<b>Intereses</b>													\$ (6.804,00)
Depreciación													
Computadoras	\$	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)
Impresoras láser HP	\$	(11,11)	(11,11)	(11,11)	(11,11)	(11,11)	(11,11)	(11,11)	(11,11)	(11,11)	(11,11)	(11,11)	(11,11)
Máquinas de costuras	\$	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)	(50,00)
Máquinas de cortar	\$	(20,00)	(20,00)	(20,00)	(20,00)	(20,00)	(20,00)	(20,00)	(20,00)	(20,00)	(20,00)	(20,00)	(20,00)
Máquinas para sellar	\$	(22,50)	(22,50)	(22,50)	(22,50)	(22,50)	(22,50)	(22,50)	(22,50)	(22,50)	(22,50)	(22,50)	(22,50)

Máquinas de clavado	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)	\$ (18,75)
Máquinas de limar	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)	\$ (17,50)
Juego de hormas	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)	\$ (100,00)
Maquina debastadoras	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)	\$ (18,88)
Mesas de madera	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)	\$ (0,83)
Estantes metálicos	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)	\$ (1,00)
Equipo y enseres de oficina	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)	\$ (25,00)
<b>Total de Depreciación</b>	<b>\$ (335,57)</b>												
Utilidad antes de PAT	\$ 3.718,17	\$ 3.718,17	\$ 5.918,17	\$ 6.380,17	\$ 10.318,17	\$ 10.318,17	\$ 10.318,17	\$ 10.318,17	\$ 10.318,17	\$ 10.318,17	\$ 10.318,17	\$ 10.318,17	\$ 3.514,17
15% Part. A Trabajadores	\$ (557,73)	\$ (557,73)	\$ (887,73)	\$ (957,03)	\$ (1.547,73)	\$ (1.547,73)	\$ (1.547,73)	\$ (1.547,73)	\$ (1.547,73)	\$ (1.547,73)	\$ (1.547,73)	\$ (1.547,73)	\$ (527,13)
Utilidad antes de impuestos	\$ 3.160,45	\$ 3.160,45	\$ 5.030,45	\$ 5.423,15	\$ 8.770,45	\$ 8.770,45	\$ 8.770,45	\$ 8.770,45	\$ 8.770,45	\$ 8.770,45	\$ 8.770,45	\$ 8.770,45	\$ 2.987,05
Impuesto a la Renta (22%)	\$ (695,30)	\$ (695,30)	\$ (1.106,70)	\$ (1.193,09)	\$ (1.929,50)	\$ (1.929,50)	\$ (1.929,50)	\$ (1.929,50)	\$ (1.929,50)	\$ (1.929,50)	\$ (1.929,50)	\$ (1.929,50)	\$ (657,15)
Utilidad Neta	\$ 2.465,15	\$ 2.465,15	\$ 3.923,75	\$ 4.230,06	\$ 6.840,95	\$ 6.840,95	\$ 6.840,95	\$ 6.840,95	\$ 6.840,95	\$ 6.840,95	\$ 6.840,95	\$ 6.840,95	\$ 2.329,90
Depreciación													
Computadoras	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Impresoras láser HP	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11	\$ 11,11
Máquinas de costuras	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Máquinas de cortar	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Máquinas para sellar	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50
Máquinas de clavado	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 18,75
Máquinas de limar	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50
Juego de hormas	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Maquina debastadoras	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88	\$ 18,88
Mesas de madera	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83
Estantes metálicos	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Equipo y enseres de oficina	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
<b>Total de Depreciación</b>	<b>\$ 335,57</b>												
Pago de financiamiento	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)	\$ (1.192,90)
<b>Utilidad neta contable</b>	<b>\$ 1.607,82</b>	<b>\$ 1.607,82</b>	<b>\$ 3.066,42</b>	<b>\$ 3.372,73</b>	<b>\$ 5.983,62</b>	<b>\$ 1.472,57</b>							

Figura 31: Flujo de caja mensual

Elaborado por: Autores

## 5.9. Flujo de caja anual R&R shoes

### Flujo de caja anual

	0	1	2	3	4	5
Precio		\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00
Producción		9821	10508	11244	12031	12873
<b>Ventas</b>		<b>\$ 363.377,00</b>	<b>\$ 388.813,39</b>	<b>\$ 416.030,33</b>	<b>\$ 445.152,45</b>	<b>\$ 476.313,12</b>
<b>Costos Variables</b>		<b>\$ (147.315,00)</b>	<b>\$ (157.627,05)</b>	<b>\$ (168.660,94)</b>	<b>\$ (180.467,21)</b>	<b>\$ (193.099,91)</b>
Costos Fijos						
Alquiler de la Planta		\$ (9.000,00)	\$ (9.000,00)	\$ (9.000,00)	\$ (9.000,00)	\$ (9.000,00)
Electricidad		\$ (1.800,00)	\$ (1.800,00)	\$ (1.800,00)	\$ (1.800,00)	\$ (1.800,00)
Teléfono		\$ (136,80)	\$ (136,80)	\$ (136,80)	\$ (136,80)	\$ (136,80)
Agua		\$ (576,00)	\$ (576,00)	\$ (576,00)	\$ (576,00)	\$ (576,00)
Internet		\$ (272,28)	\$ (272,28)	\$ (272,28)	\$ (272,28)	\$ (272,28)
Suministros de oficina		\$ (720,00)	\$ (720,00)	\$ (720,00)	\$ (720,00)	\$ (720,00)
Servicio de Mantenimiento		\$ (3.000,00)	\$ (3.000,00)	\$ (3.000,00)	\$ (3.000,00)	\$ (3.000,00)
Sueldos y Salarios		\$ (49.500,00)	\$ (49.500,00)	\$ (49.500,00)	\$ (49.500,00)	\$ (49.500,00)
<b>Total Gastos Fijos</b>		<b>\$ (65.005,08)</b>				
Gastos de Ventas						
Publicidad		\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)
Servicio de Transporte		\$ (4.800,00)	\$ (4.800,00)	\$ (4.800,00)	\$ (4.800,00)	\$ (4.800,00)
<b>Total Gastos de Ventas</b>		<b>\$ (10.800,00)</b>				
<b>Gastos administrativos</b>						
Sueldos y salarios		\$ (33.950,00)	\$ (33.950,00)	\$ (33.950,00)	\$ (33.950,00)	\$ (33.950,00)
otros gastos administrativos						
<b>Total de gastos administrativos</b>		<b>\$ (33.950,00)</b>				
Intereses		\$ (6.804,00)	\$ (5.342,46)	\$ (3.731,70)	\$ (1.956,47)	
Depreciación						
Computadoras		\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)		
Impresoras láser HP		\$ (133,33)	\$ (133,33)	\$ (133,33)		
Máquinas de costuras		\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)
Máquinas de cortar		\$ (240,00)	\$ (240,00)	\$ (240,00)	\$ (240,00)	\$ (240,00)
Máquinas para sellar		\$ (270,00)	\$ (270,00)	\$ (270,00)	\$ (270,00)	\$ (270,00)
Máquinas de clavado		\$ (225,00)	\$ (225,00)	\$ (225,00)	\$ (225,00)	\$ (225,00)
Máquinas de limar		\$ (210,00)	\$ (210,00)	\$ (210,00)	\$ (210,00)	\$ (210,00)
Juego de hormas		\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)		
Maquina debastadoras		\$ (226,50)	\$ (226,50)	\$ (226,50)	\$ (226,50)	\$ (226,50)
Mesas de madera		\$ (10,00)	\$ (10,00)	\$ (10,00)	\$ (10,00)	\$ (10,00)

Estantes metálicos		\$ (12,00)	\$ (12,00)	\$ (12,00)	\$ (12,00)	\$ (12,00)
Equipo y enseres de oficina		\$ (300,00)	\$ (300,00)	\$ (300,00)	\$ (300,00)	\$ (300,00)
<b>Total de Depreciación</b>		<b>\$ (4.026,83)</b>	<b>\$ (4.026,83)</b>	<b>\$ (4.026,83)</b>	<b>\$ (2.093,50)</b>	<b>\$ (2.093,50)</b>
Utilidad antes de PAT	\$	\$ 95.476,09	\$ 112.061,97	\$ 129.855,78	\$ 150.880,19	\$ 171.364,63
15% Part. A Trabajadores	\$	\$ (14.321,41)	\$ (16.809,30)	\$ (19.478,37)	\$ (22.632,03)	\$ (25.704,69)
Utilidad antes de impuestos	\$	\$ 81.154,67	\$ 95.252,67	\$ 110.377,41	\$ 128.248,16	\$ 145.659,93
Impuesto a la Renta (22%)	\$	\$ (17.854,03)	\$ (20.955,59)	\$ (24.283,03)	\$ (28.214,60)	\$ (32.045,19)
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$</b>	<b>\$ 63.300,65</b>	<b>\$ 74.297,08</b>	<b>\$ 86.094,38</b>	<b>\$ 100.033,56</b>	<b>\$ 113.614,75</b>
Depreciación						
Computadoras		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00		
Impresoras láser HP		\$ 133,33	\$ 133,33	\$ 133,33		
Máquinas de costuras		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Máquinas de cortar		\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Máquinas para sellar		\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00
Máquinas de clavado		\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Máquinas de limar		\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
Juego de hormas		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00		
Maquina debastadoras		\$ 226,50	\$ 226,50	\$ 226,50	\$ 226,50	\$ 226,50
Mesas de madera		\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Estantes metálicos		\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Equipo y enseres de oficina		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>Total de Depreciación</b>		<b>\$ 4.026,83</b>	<b>\$ 4.026,83</b>	<b>\$ 4.026,83</b>	<b>\$ 2.093,50</b>	<b>\$ 2.093,50</b>
Inversión	\$ (148.090,08)					
Préstamo	\$ 66.640,54					
Amortización		\$ (14.314,79)	\$ (15.776,33)	\$ (17.387,10)	\$ (19.162,32)	
Capital de Trabajo	\$ (49.083,09)					
Valor de Desecho						\$ 8.967,50
<b>Flujo de Caja</b>	<b>\$ (130.532,63)</b>	<b>\$ 53.012,69</b>	<b>\$ 62.547,59</b>	<b>\$ 72.734,12</b>	<b>\$ 82.964,75</b>	<b>\$ 124.675,75</b>

<b>TIR</b>	<b>44%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 82.285,11</b>
<b>TMAR</b>	<b>21,29%</b>
<b>Inversion total</b>	<b>\$ 148.090,08</b>
<b>45%</b>	<b>\$ 66.640,54</b>

De la inversion total a credito y el resto es aporte de accionistas

Figura 32: Flujo de caja anual

Elaborado por: Autores

## 6. SECCIÓN VI: INDICADORES DE DESEMPEÑO

Los indicadores permiten evaluar la situación de la empresa, para esto se consideran los siguientes:

### **ROI (retorno sobre la inversión)**

Este ratio nos permite evaluar el rendimiento que se obtiene a través de los beneficios netos del proyecto sobre la inversión realizada de capital de trabajo, activos fijos de la empresa y activos intangibles. De esta forma podemos determinar si la gestión comercial y la propuesta de valor tienen un impacto positivo sobre los ingresos de la empresa.

$$ROI = \frac{\text{Ingreso} - \text{Gastos}}{\text{Gastos Totales}}$$

### **Margen operacional de Utilidad**

Otro indicador importante a evaluar es el margen operacional de utilidad, el cual permite conocer la rentabilidad sobre la inversión de los socios, el cual se espera que sea mayor al 5% el primer año.

$$\text{Margen Operacional de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Netas}}$$

También se evaluara indicadores de eficacia y eficiencia ya que R&R shoes se preocupa por tener productos de calidad para mejorar las ventas.

### **Indicador de eficacia.**

$$\text{Eficacia} = \frac{\text{zapatos producidos con error}}{\text{produccion total de zapatos}} * 100$$

### **Indicador de eficiencia.**

$$\text{Eficiencia} = \frac{\text{produccion total de zapatos}}{\text{gastos de producción}}$$

Es necesario conocer el porcentaje de errores para poder mejorar tanto en procesos de producción como también en mano de obra y cuanto se gasta por hacer el producto.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para la comercialización del calzado femenino con tacón intercambiable en la ciudad de Guayaquil se observaron algunos aspectos:

- ✎ El estudio financiero nos permite conocer el VAN del proyecto el cual es de \$ 82.285,11 lo que permite concluir que es un negocio rentable que genera en el primer año un flujo efectivo neto de \$ 53.012,69.
- ✎ La Demanda del calzado con tacón intercambiable es de 491.046 pares al año, el objetivo tener una participación de mercado del 2%. Por lo tanto, en el primer año se producirá un total de 9.821 pares de calzado.
- ✎ Por medio de las encuestas realizadas se concluyó que las mujeres en la ciudad de Guayaquil demandan con mayor frecuencia el zapato de punta cerrada, seguido por el de punta abierta.
- ✎ El P.V.P estimado esta entre 65 a 75 dólares.
- ✎ Las encuestas realizadas a las mujeres en Guayaquil indican que el proyecto tuvo un grado de aceptación conservador de 80,99%.
- ✎ R&R shoes utilizará la estrategia diferenciación, lo cual permite tener un calzado con tacón intercambiable único en beneficios y calidad con respecto a los demás productos que existen en el mercado.
- ✎ La demanda del mercado objetivo máximo a captar de 321008 mujeres de la zona urbana de Guayaquil entre 15 y 45 años que comprarían el nuevo producto.

## REFERENCIAS

- Análisis del entorno y segmentación a un mercado de consumo.* (2017). Obtenido de <http://marketing-ii-analisis-mercado-consumo.blogspot.com/2012/10/explicacion-micro-segmentacion.html>
- Caltu.* (2015). Obtenido de <http://www.caltuecuador.com/index.html>
- Calzado Ecuador.* (s.f.). Obtenido de <http://www.calzadoecuador.com/noticias/6-aranceles-ayudan-a-la-industria-de-calzado-del-ecuador>
- Calzado Ecuador.* (s.f.).
- Eco-Finanzas.* (2017). Obtenido de [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR\\_DE\\_DESECHO.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR_DE_DESECHO.htm)
- Ecuadorinmediato Caltu.* (2010). Obtenido de [http://www.ecuatorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=132341](http://www.ecuatorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=132341)
- El Mercurio.* (2013). Obtenido de <http://www.elmercurio.com.ec/407276-ecuatorianos-destinan-entre-15-y-20-de-su-sueldo-a-ropa/>
- Formación Gerencial.* (Diciembre de 2016). Obtenido de <http://blog.formaciongerencial.com/2016/01/20/estadisticasusuariosinstagram2016/>
- INEC.* (2011). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_NSE\\_Presentacion.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)
- INEC.* (2016). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- INEC ENIGHUR.* (2011-2012). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Nac\\_Ingresos\\_Gastos\\_Hogares\\_Urb\\_Rur\\_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).* (2016). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

*Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC)- Ecuador en cifras.* (Diciembre de 2011).

*Owloo.* (Diciembre de 2016). Obtenido de <https://www.owloo.com/facebook-stats/cities/country/ecuador>

París, J. A. (2017). *Hacia la segmentación significativa-José Antonio París.*

*PPDigital.* (2015). Obtenido de <http://www.ppdigital.com.ec/noticias/economia/6/32-millones-de-pares-de-zapatos-produce-el-sector-de-calzado-local>

Riquelme, M. (2015). *Las 5 fuerzas de Porter.* Obtenido de <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

## ANEXOS

### **Anexo #1**

#### **Preguntas de entrevista a expertos**

1. ¿Usted como productora tiene confianza en la mano de obra ecuatoriana?
2. ¿Usted qué opina del calzado femenino con tacón intercambiable?
3. ¿Cómo fabricante de calzado femenino que zapato le recomendaría al cliente?
4. ¿Cuáles son las diferencias de un calzado de tacón normal con un tacón intercambiable?

#### **Preguntas de entrevistas a consumidores**

1. ¿Usted usa zapatos de tacón?
2. ¿Usted conoce las desventajas de usar zapatos de tacón?
3. ¿En qué eventos usa este tipo de calzado?
4. ¿Cómo consumidora de este producto ha escuchado del calzado con tacón intercambiable?
5. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por este calzado en el mercado?

## **Anexo #2**

### **Diseño de la encuesta.**

La encuesta está realizada con su introducción en la cual se explica la razón de la encuesta y con tres tipos de secciones donde en la primera encontraremos el uso de un producto actual por parte de los encuestados, a continuación, se tendrá la sección del calzado con tacón intercambiable y finalmente la sección sociodemográfica.

### **ENCUESTA: Calzado con tacón intercambiable**

Saludos cordiales, somos estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral y estamos realizando encuestas para determinar el nivel de aceptación que tendría el calzado femenino con tacón intercambiable en la ciudad de Guayaquil. Por tal razón, solicitamos su colaboración contestando las siguientes preguntas para obtener información que nos ayude con el proceso de investigación de nuestro proyecto.

#### **SECCIÓN A: consumo de calzado femenino de tacón.**

1. ¿Le gusta usar los zapatos con tacón?

Si

No

**En caso de que su respuesta es “no” por favor diríjase a la pregunta numero 13**

2. ¿Con que frecuencia utiliza zapatos con tacón?

1 vez a la semana

2 veces a la semana

3 veces a la semana

Más de 4 veces a la semana

3. ¿En cuál de estos lugares prefiere comprar sus zapatos con tacón?

Centro comerciales

Locales específicos

Revistas

Vía online (páginas web)

4. ¿En qué tipo de eventos usa con mayor frecuencia zapatos con tacón?

- Tienda de barrio
- Trabajo
- Eventos sociales
- Salidas casuales

5. En el momento de comprar los zapatos con tacón, ¿Cuál es el factor más importante para usted?

- Precio
- Marca
- Calidad
- Diseño
- Confort

6. ¿Cuándo usa zapatos con tacón, suele cambiar de calzado por unos bajos?

- Si
- No

**SECCIÓN B: Calzado femenino con tacón intercambiable.**

7. ¿Estaría Ud. Dispuesta a comprar un calzado femenino de tacón elegante, con la posibilidad de cambiar el taco alto por uno más bajo en el mismo zapato manteniendo así el confort, diseño y elegancia? **Si su respuesta es "no" diríjase a la pregunta 14**

SI\_\_\_\_\_

NO\_\_\_\_\_

Si su respuesta es "No" diríjase a la pregunta número 9

8. Con respecto al calzado femenino con tacón intercambiable señalado en el numeral anterior, señale con qué frecuencia Ud. Compraría. Cada \_\_\_\_\_ días. ( su respuesta puede ser cada 15 días, cada 30 días, cada 60 días, 90 días, etc)

\_\_\_\_\_

9. ¿En referencia al calzado femenino con tacón intercambiable cuántos de estos calzados, Ud. adquiriría en cada ocasión? \_\_\_\_\_ zapatos. **Escriba su respuesta en número de zapatos a comprar en cada ocasión.**

\_\_\_\_\_

10. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría informarse sobre este nuevo producto? Puede marcar más de uno.

Catálogos de zapatos para mujer \_\_\_\_

Instagram \_\_\_\_

Facebook \_\_\_\_

Youtube \_\_\_\_

Snapchat \_\_\_\_

TV \_\_\_\_

11. ¿Qué modelos con zapatos de tacón Ud. prefiere?

Botas altas \_\_\_\_

Punta abierta \_\_\_\_

Botines \_\_\_\_

Punta cerrada \_\_\_\_

12. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por los zapatos con tacón intercambiable?

\$65 a \$75

\$76 a \$85

\$86 a \$95

\$96 a \$105

Más de 105

13. ¿En qué parte de la ciudad le gustaría encontrar la tienda con zapatos de tacón intercambiable?

La puntilla

Urdesa

- Centro comerciales
- centro

## **SECCIÓN C: SOCIODEMOGRAFICA**

### 14. Edad

- 15 – 25
- 26 – 35
- 36 – 45
- >45

### 15. Ocupación

- Estudiante
- Profesional
- Ama de casa
- Comerciante/Trabajando

### 16. Estado Civil

- Soltero/a
- Casado/a
- Viudo/a
- Divorciado/a
- Unión libre

### 17. Estrato Social

- Baja
- Media
- Media-alta
- Alta

18. Indique su nivel de ingreso

- Menos de \$300
- \$300 - \$600
- \$601 - \$900
- Más de \$900

19. ¿En qué sector de la ciudad vive?

- Norte
- Centro
- Sur
- La puntilla
- Vía la costa