

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFFECTUADO:

Desde Junio de 2013 hasta Mayo de 2014

REALIZADO POR:

Fanny Marina Esteves Pico

Tutores:

Ing. Ángel Castro.

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Sauces II manzana F37 villa 12

Teléfono: 04-2242748 – 04641050

Celulares:0989437569

Correo:fanny_esteves_7@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE ELABORE Y
COMERCIALICE ZAPATILLAS ECOLOGICAS PARA PEDICURE A CENTRO DE
BELLEZA EN EL NORTE DE GUAYAQUIL”**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Srta. Fanny Marina Esteves Pico como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Mayo 2014

Ing. Ángel Castro Peñarreta

Tutor

Ing. Marcos Vidal

Lector



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

ESTEVEES PICO FANNY MARINA

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Mayo 2014

EL AUTOR

ESTEVEES PICO FANNY MARINA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, ESTEVES PICO FANNY MARINA

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: “Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquilcuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Mayo de 2014

EL AUTOR

ESTEVES PICO FANNY MARINA

DEDICATORIA

A DIOS, por ser lámpara en cada una de mis metas y lumbrera en mi camino

A MIS PADRES, Roberto Ramón Esteves Cevallos y Glenda Marisol Pico García, por ser los pilares fundamentales en mi vida, por el apoyo incondicional que me han brindado, y enseñarme que no hay nada imposible para Dios.

A MI HERMANA JOHANNA ELIZABETH RODRIGUEZ PICO, por ser el mejor ejemplo de hermana mayor, y brindarme su respaldo en cada momento de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por brindarme la sabiduría y la salud necesaria para cumplir una de las metas más importantes en mi vida.

A MIS PADRES, Roberto Ramón Esteves Cevallos y Glenda Marisol Pico García, por su amor y consejos que me ha ayudado ser la persona que hoy en día soy.

A MI HERMANA JOHANNA ELIZABETH RODRIGUEZ PICO, ALEX IVÁN ANDRADE CAMPOS Y ANDREA JAZMIN ESTEVES PICO, por cada palabra de ánimo que me han dado motivándome a ser mejor cada día.

RESUMEN

La empresa se dedicará a la elaboración y comercialización de zapatillas ecológicas para pedicura los centros de belleza ubicados en el norte de Guayaquil.

Mediante una exhaustiva investigación y análisis se pudo constatar que de cada diez mujeres ocho acuden a los centros de belleza a realizarse el pedicure y la mayoría tienden a invertir tiempo adicional debido que el pedicure se daña.

Actualmente el mercado ecuatoriano no ofrece un producto que evite que el pedicure se dañe, por tal motivo la empresa elaborará zapatillas que sea de gran ayuda al momento de colocárselas una vez finalizado el pedicure sin duda alguna traerá beneficio tanto para las mujeres como para los centros de belleza por el lado de las mujeres no tendrán que esperar que el pedicure esté totalmente seco y los centros de belleza no deberán que postergar los turnos agendados.

La empresa se encuentra comprometida con el medio ambiente y el comercio justo, por tal motivo se comercializará zapatillas elaboradas con productos reciclados y un empaque cien por ciento ecológico y reutilizable

Finalmente la investigación aplicada para la empresa Eco-Slippers da como resultado un proyecto totalmente viable y rentable.

ABSTRACT

The company is dedicated to the manufacture and marketing of ecological slippers for pedicure beauty centers located in the north of Guayaquil.

By through research and analysis it was found that eight out of ten women go to the beauty centers to be held pedicure and most tend to invest additional time because the pedicure us damage.

Ecuadorian market currently doesn't offer a product that prevents damage pedicure for that reason the company develop shoes that is of great help putting them on once the pedicure undoubtedly will bring benefits, on the side of women will not have to wait for the pedicure is fully dry and beauty centers will not have to postpone the scheduled shifts.

The company is committed to the environment and fair trade as such shoes made with recycled products and packaging hundred percentecological and reusable is marketed.

Finally applied research for Eco-Slippers results a fully viable and profitable project.

INTRODUCCIÓN

La industria manufacturera en los últimos años ha ido creciendo a un ritmo acelerado por tal razón es una de las que más plazas de trabajo ofrece a nivel nacional, los centros estéticos y los centros de belleza han ido creciendo notablemente en el Ecuador debido a que el cuidado del cuerpo dejó de ser un lujo para ser una necesidad.

El gobierno ecuatoriano apuesta por los proyectos que sean innovadores y que contribuyan con el cuidado del medio ambiente, ofreciendo un financiamiento del 80% lo que ha generado la apertura de pequeñas y medianas empresas en el mercado que son lideradas por jóvenes emprendedores.

La empresa Eco-Slippers se dedicará a la elaboración y la comercialización de zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza del norte de Guayaquil, junto con un empaque ecológico y reutilizable, lo que genera al producto un valor agregado.

INDICE GENERAL

TEMA:	II
CERTIFICACIÓN	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	IV
AUTORIZACIÓN.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN	X
INDICE GENERAL.....	XI
INDICE DE TABLAS	XX
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	XXIV
ABREVIATURAS	XXVI
RESUMEN EJECUTIVO	XXVII
CAPITULO 1	29
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
1.1. Tema – Título	29
1.2. Justificación	29
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	30
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	31
1.5. Objetivos de la Investigación	31
1.5.1. Objetivo General	31
1.5.2. Objetivos Específicos	31
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.	32

1.7.	Planteamiento del Fenómeno Paradigmático	33
1.7.1.	Planteamiento del Problema.....	34
1.8.	Fundamentación Teórica del Proyecto	34
1.8.1.	Marco Referencial	34
1.8.2.	Marco Teórico	35
1.8.3.	Marco Conceptual	41
1.8.4.	Marco Legal	42
1.8.5.	Marco Lógico	42
1.9.	Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.	43
1.10.	Cronograma.....	44
CAPÍTULO 2		46
2.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	46
2.1.	Análisis de la Oportunidad	46
2.1.1.	Descripción de la Idea de Negocio.....	46
2.1.2.	Descripción de la Idea Producto o Servicio	47
2.2.	Misión, Visión y Valores de la Empresa.	47
2.3.	Objetivos de la Empresa	48
2.3.1.	Objetivo General	48
2.3.2.	Objetivo Específicos	48
2.4.	Estructura Organizacional	48
2.4.1.	Organigrama.....	48
2.4.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	49
2.4.3.	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos.	52
CAPITULO 3		55
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	55
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa	55

3.1.1.	Generalidades	55
3.1.2.	Fundación de la Empresa	55
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones	56
3.1.4.	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios	56
3.1.5.	Compañías Extranjeras.....	56
3.1.6.	Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)	56
3.2.	Aspecto Laboral de la Empresa	56
3.2.1.	Generalidades	56
3.2.2.	Mandato Constituyente #8	57
3.2.3.	Tipos de Contrato de Trabajo.....	57
3.2.4.	Obligaciones del Empleador	57
3.2.5.	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración	58
3.2.6.	Fondos de Reserva y Vacaciones	58
3.2.7.	Asociación de Trabajadores	59
3.2.8.	Inspección de Discapacitados a Puestos de Trabajo	59
3.3.	Contratación Civil.....	59
3.3.1.	Principios Básicos de la Contratación	59
3.3.2.	Contratos de Prestación de Servicios	60
3.3.3.	Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios	60
3.3.4.	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación... 60	
3.3.5.	Generalidades y Contratación Pública	60
3.3.6.	Contrato de Confidencialidad.....	61
3.4.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo.....	61
3.4.1.	Código de Ética	61
3.4.2.	Indicadores de Gestión	62
3.4.3.	Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios	62

3.4.4.	Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación.....	62
3.5.	Propiedad Intelectual	64
3.5.1.	Registro de Marca	64
3.5.2.	Manual de Procesos Productivos.....	64
3.5.3.	Derecho de Autor del Proyecto	64
3.5.4.	Patente y-o Modelo de Utilidad	64
3.6.	Seguro.....	65
3.6.1.	Incendio.....	65
3.6.2.	Robo	65
3.6.3.	Fidelidad.....	65
3.6.4.	Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato	65
3.6.5.	Maquinarias y Equipos.....	65
3.6.6.	Materia Prima y Mercadería.....	65
3.7.	Presupuesto.....	66
CAPÍTULO 4		68
4.	AUDITORÍA DE MERCADO	68
4.1.	PEST.....	68
4.2.	Macro, Meso y Micro	70
4.3.	Atractividad de la Industria	71
4.4.	Análisis del Ciclo de Vida del Mercado.....	71
4.5.	Matriz BCG	72
4.6.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado.....	73
4.7.	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	74
4.8.	Análisis de Oferta	75
4.8.1.	Tipo de Competencia	75
4.8.2.	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	76
4.8.3.	Características de los Competidores	76

4.8.4.	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	77
4.9.	Análisis de la Demanda	77
4.9.1.	Segmentación de Mercado	77
4.10.	Matriz FODA	78
4.11.	Investigación de Mercado	79
4.11.1.	Método	79
4.11.2.	Diseño de Investigación	79
4.11.3.	Conclusiones de la Investigación de Mercado	90
4.11.4.	Recomendaciones de la Investigación de Mercado	91
4.12.	Cuantificación de la Demanda	91
4.12.1.	Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha	91
4.12.2.	Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca e Payback	91
CAPÍTULO 5		93
5.	PLAN DE MARKETING	93
5.1.	Objetivos: General y Específicos	93
5.1.1.	Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada	93
5.1.1.1.	Tipo y Estrategias de Penetración	93
5.1.1.2.	Cobertura	94
5.2.	Posicionamiento	94
5.2.1.	Estrategia de Posicionamiento	94
5.2.2.	Valoración del Activo de la Marca (BAV)	95
5.3.	Marketing Mix	96
5.3.1.	Estrategia de Producto o Servicios	96
5.3.2.	Estrategia de Precios	98
5.3.3.	Estrategia de Plaza	99
5.3.4.	Estrategias de Promoción	102

5.3.5.	Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Project).....	109
5.3.6.	Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.....	109
5.3.7.	Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Exempresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción.....	109
CAPITULO 6		112
6.	PLAN OPERATIVO.....	112
6.1.	Producción.....	112
6.1.1.	Proceso Productivo.....	112
6.1.2.	Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos	113
6.1.3.	Mano de Obra.....	114
6.1.4.	Capacidad Instalada.....	114
6.1.5.	Flujograma de Procesos	114
6.1.6.	Presupuesto.....	115
6.2.	Gestión de Calidad.....	115
6.2.1.	Procesos de planeación de calidad	115
6.2.2.	Beneficios de las acciones proactivas	115
6.2.3.	Políticas de calidad.....	116
6.2.4.	Benchmarking	116
6.2.5.	Proceso de aseguramiento de la calidad	116
6.2.6.	Estándares de la calidad	116
6.2.7.	Procesos de control de calidad	117
6.2.8.	Certificaciones y Licencias	117
6.2.9.	Presupuesto.....	117
6.3.	Gestión Ambiental.....	117
6.3.1.	Procesos de planeación ambiental.....	117

6.3.2.	Beneficios de las acciones proactivas	117
6.3.3.	Políticas de protección ambiental.....	118
6.3.4.	Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental	118
6.3.5.	Estándares de la calidad ambiental.....	118
6.3.6.	Procesos de control de calidad	119
6.3.7.	Trazabilidad.....	119
6.3.8.	Logística Verde	119
6.3.9.	Certificaciones y Licencias	119
6.3.10.	Presupuesto.....	119
6.4.	Gestión de Responsabilidad Social.....	120
6.4.1.	Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social..	120
6.4.2.	Beneficios de las acciones proactivas	120
6.4.3.	Políticas de protección social	120
6.4.4.	Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa.....	120
6.4.5.	Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo	121
6.4.6.	Procesos de controles sociales.....	121
6.4.7.	Certificaciones y Licencias	121
6.4.8.	Presupuesto.....	121
6.5.	Balanced ScoreCard & Mapa Estratégico	121
6.6.	Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)	122
CAPÍTULO 7		125
7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	125
7.1.	Inversión Inicial	125
7.1.1.	Tipo de Inversión	125
7.1.1.2.	Diferida.....	126
7.1.1.3.	Corriente.....	127

7.1.2.	Financiamiento de la Inversión	127
7.1.3.	Cronograma de Inversiones.....	128
7.2.	Análisis de Costos	129
7.2.1.	Costos Fijos	129
7.2.2.	Costos Variables.....	130
7.3.	Capital de Trabajo	130
7.3.1.	Costos de Operación.....	130
7.3.2.	Costos Administrativos	130
7.3.3.	Costos de Ventas	131
7.3.4.	Costos Financieros	131
7.4.	Análisis de Variables Críticas.....	131
7.4.1.	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	131
7.4.2.	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.....	132
7.4.3.	Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.	132
7.4.4.	Análisis de Punto de Equilibrio.....	132
7.4.5.	Análisis de Punto de Cierre	133
7.5.	Entorno Fiscal de la Empresa	133
7.5.1.	Planificación Tributaria.....	133
7.6.	Estados Financieros proyectados.....	135
7.6.1.	Balance General Inicial	135
	Tabla 56: Estado Financiero de Eco-Slippers	135
7.6.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	136
7.7.	Análisis de Sensibilidad Multi-variable o de Escenarios Múltiples	138
7.7.1.	Productividad	138
7.7.2.	Precio Mercado Local	138
7.7.3.	Precio Mercado Externo.....	138

7.7.4.	Costo de Materia Prima.....	139
7.7.5.	Costo de Materiales Indirectos.....	139
7.7.6.	Costo de Suministros y Servicios.....	139
7.7.7.	Costo de Mano de Obra Directa.....	139
7.7.8.	Costo de Mano de Obra Indirecta	139
7.7.9.	Gastos Administrativos	139
7.7.10.	Gastos de Ventas	139
7.7.11.	Inversión en Activos Fijos.....	139
7.7.12.	Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	140
7.8.	Balance General.....	140
7.8.1.	Razones Financieras	140
7.8.1.1.	Liquidez.....	140
7.8.1.2.	Gestión	141
7.8.1.3.	Endeudamiento.....	141
7.8.1.4.	Rentabilidad	142
7.9.	Conclusión Financiera	142
CAPÍTULO 8.....		144
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	144
8.1.	Plan de administración del riesgo.....	144
8.1.1.	Principales riesgos.....	144
8.1.2.	Reuniones para mitigar los riesgos.....	144
8.1.3.	Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists).....	144
8.2.	Planeación de la respuesta al riesgo	144
8.2.1.	Monitoreo y control del riesgo	145
8.2.2.	Revisiones periódicas y evaluación del riesgo.....	145
8.2.3.	Reporte del riesgo.....	145
8.2.4.	Estrategias de Salida.....	145

9.	CONCLUSIONES	147
10.	RECOMENDACIONES	149
11.	FUENTES	151
12.	ANEXOS.....	156
	ANEXO 1	156
	ANEXO 2	157
	ANEXO 3	161
13.	MATERIAL COMPLEMENTARIO	164

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Método de Investigación.....	32
Tabla 2: Herramientas de Responsabilidad Social Empresarial.....	36
Tabla 3: Estrategias de crecimiento.	41
Tabla 4: Marco Lógico.....	42
Tabla 5: Cronograma del proyecto.....	44
Tabla 6: Manual de funciones.	52
Tabla 7: Décimo Tercero y Cuarto Sueldo.....	58
Tabla 8: Cláusulas en el contrato.	60
Tabla 9: Políticas de comunicación.....	62
Tabla 10: Presupuesto de sueldo y salarios.....	66
Tabla 11: Gastos de la constitución de la empresa.....	66
Tabla 12: Gastos más frecuentes de los ecuatorianos en el 2013.....	70
Tabla 13: Competidores Directos e Indirectos.....	76
Tabla 14: Benchmarking.....	77
Tabla 15: Criterio de segmentación.....	77
Tabla 16: Matriz FODA.....	78
Tabla 17: Variables.....	81
Tabla 18: Valoración del activo de la marca.....	95
Tabla 19: Descripción del producto.....	96
Tabla 20: Profundidad de línea.....	97
Tabla 21: Políticas de servicio al cliente.....	102
Tabla 22: Estrategias de marketing.....	107
Tabla 23: Análisis de la promoción electrónica de los competidores.....	107
Tabla 24: Presupuesto de marketing anual.....	109
Tabla 25: Análisis de rentabilidad.....	110
Tabla 26: Infraestructura:.....	113

Tabla 27: Mano de obra de la empresa	114
Tabla 28: Capacidad instalada de la empresa Eco-Slippers	114
Tabla 29: Presupuesto de la empresa	115
Tabla 30: Logística verde de Eco-Slippers	119
Tabla 31: Procesos de planeación	120
Tabla 32: Beneficios de las acciones proactivas de la empresa	120
Tabla 33: Políticas de protección social de la empresa	120
Tabla 34: Balance ScoreCard	121
Tabla 35: Mapa estratégico:	122
Tabla 36: Inversión Inicial	125
Tabla 37: Inversión Fija	126
Tabla 38: Inversión Diferida	126
Tabla 39: Inversión Corriente – Gastos Administrativos	127
Tabla 40: Capital de trabajo	127
Tabla 41: Financiamiento de la Inversión	127
Tabla 42: Préstamo bancario	128
Tabla 43: Tabla de Amortización.....	128
Tabla 44: Cronograma de Inversiones	129
Tabla 45: Costos Fijos de Gastos Administrativos.	129
Tabla 46: Costos Fijo de Gastos de Publicidad.....	130
Tabla 47: Costos Variable	130
Tabla 48: Costos de Ventas	131
Tabla 49: Costos Financieros	131
Tabla 50: Mark Up y Márgenes	131
Tabla 51: Proyecciones de ventas	132
Tabla 52: Capacidad Instalada	132
Tabla 53: Punto de Equilibrio	132

Tabla 54: Punto de Cierre.....	133
Tabla 55: Impuesto a la Renta.....	134
Tabla 56: Estado Financiero de Eco-Slippers	135
Tabla 57: Estado de Pérdidas y Ganancias.....	136
Tabla 58: Flujo de Caja	137
Tabla 59: TMAR	137
Tabla 60: PAYBACK de Eco-Slippers	138
Tabla 61: Productividad	138
Tabla 62: Costos de Materia Prima	139
Tabla 63: Costo de mano de obra directa	139
Tabla 64: Gastos Administrativos	139
Tabla 65: Tasa de interés promedio	140
Tabla 66: Balance General de Eco-Slippers.....	140
Tabla 67: Liquidez	141
Tabla 68: Gestión	141
Tabla 69: Endeudamiento.....	141
Tabla 70: Rentabilidad	142
Tabla 71: Monitoreo y control de riesgo de Eco-Slippers	145
Tabla 72: Evaluación de riesgo.	145

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Procesos de decisión de compra.....	37
Ilustración 2: Etiquetados ecológicos.....	39
Ilustración 3: Teoría del emprendimiento	40
Ilustración 4: Diagrama de Gantt del proyecto	44
Ilustración 5: Organigrama de la empresa.....	49
Ilustración 6: Código de ética.....	61
Ilustración 7: Programas de Compensaciones.....	62
Ilustración 8: PIB del 2010.....	69
Ilustración 9: Inflación del 2010	69
Ilustración 10: Ciclo de vida del producto.	72
Ilustración 11: Matriz BCG.....	72
Ilustración 12: Análisis del ciclo de vida del producto.	73
Ilustración 13: Fuerzas de Porter.....	74
Ilustración 14: Productos sustitutos.....	74
Ilustración 15: Formula de muestra.....	80
Ilustración 16: Tamaño de muestra	81
Ilustración 17: ¿Acuden a los centros de belleza a realizarse el pedicure?.....	83
Ilustración 18: Con qué frecuencia acude a los centros de belleza a realizarse el pedicure?... 83	83
Ilustración 19: ¿Cree usted que la creación de unas zapatillas para pedicure sería de gran ayuda para evitar que su pedicure se dañe y tenga que invertir tiempo adicional	84
Ilustración 20: Nivel de agrado a la creación de unas zapatillas ecológicas para pedicure	84
Ilustración 21: ¿Qué tan dispuestas estarían comprar unas zapatillas ecológicas para pedicure?	85
Ilustración 22: Cuánto estaría dispuesto a pagar por las zapatillas ecológicas para pedicure .	85
Ilustración 23: Que colores le gustaría que tengan las zapatillas ecológicas para pedicure?... 86	86
Ilustración 24: Colores de las zapatillas.....	86

Ilustración 25: ¿Me podría indicar su nivel de agrado a zapatillas que contengan productos reciclados.....	87
Ilustración 26: Le gustaría que las zapatillas lleven algún tipo de accesorio?.....	87
Ilustración 27: Payback	91
Ilustración 28: Cobertura de Eco-Slippers	94
Ilustración 29: Símbolo identitarios de la empresa.	95
Ilustración 30: Marketing Mix	96
Ilustración 31: Empaque de Eco-Slippers	97
Ilustración 32: Ubicación de la empresa	100
Ilustración 33: Distribución del espacio de la empresa.....	100
Ilustración 34: Banner de Eco-Slippers.....	104
Ilustración 35: Pagina web de Eco-Slippers.....	106
Ilustración 36: Fans Page.	108
Ilustración 37: Cronograma.....	109

ABREVIATURAS

ATL: Above the Line

BTL: Below the Line

FODA: Fortalezas, oportunidades, debilidades y Amenazas

IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

IEPI: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

INEC: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos.

IVA: Impuesto al Valor Agregado

MAS: Muestreo Aleatorio Simple

PIB: Producto Interno Bruto.

TIR: Tasa Interna De Retorno

TMAR: Tasa Mínima Aceptable Requerida

TEA: A Emprendedora Temprana

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences

SINDE: Sistema de Investigación y Desarrollo

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Eco-Slippers se dedicará a la elaboración y comercialización de zapatillas ecológicas para pedicure, la ubicación será en el norte de Guayaquil en las calles Agustín Freire e Isidro Ayora.

Actualmente el mercado ofrece unas zapatillas que son elaboradas con el material: goma de eva, al momento de usarlas resulta un poco incómodo debido a que no puede realizar diversas actividades pues el material es poco resistente y no brinda la comodidad y seguridad necesaria.

Mediante un estudio de mercado se pudo detectar cuales son las necesidades del consumidor, el agrado o el desagrado de la propuesta de negocio y si existe un mercado potencial, como resultado de la investigación se obtuvo un 90% de aceptación. Para que la empresa pueda comenzar a operar se necesitará de seis personas que serán pilar fundamental dentro de la empresa, junto con maquinarias que son de vital importancia para la elaboración de las zapatillas.

Como estrategia de marketing se realizará la publicidad mediante flyers, banners y roll up, la empresa contará con una página web en la cual podrán conocer toda la información de la empresa como son los beneficios de las zapatillas, la materia prima que se utiliza para elaboración de la misma, y conocer los diversos modelos que Eco-Slipper ofrece.

La inversión inicial que Eco-Slippers necesitará para operar es de \$ 40.074,89 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, el financiamiento será el 40% por los accionistas y el 60% se realizará un préstamo al Banco de Pichincha, los indicadores para el presente proyecto son favorables se cuenta con una TIR de 34% y un VAN de \$ \$ 45.419,29

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil.

1.2. Justificación

El culto al cuerpo es algo de gran importancia para las mujeres, la mayoría aspiran sentirse y verse mejor con ellas mismas, una de las primeras soluciones es la belleza exterior.

Es de gran importancia tener una buena presencia y apariencia, la mayoría de las mujeres concurren a los centros de belleza a realizarse el pedicure por diversos compromisos sociales como son fiestas, reuniones de trabajo o por salud. Esto genera una gran variedad de oportunidades para la creación de servicios o productos por parte de los emprendedores, para ofrecer a los clientes un valor agregado.

En Guayaquil existe un 73% de centros de belleza tradicionales, un 18% centros de belleza en las cuales también ofrecen servicios estéticos, un 9% son Spa. Se estima que alrededor de 3.483 dólares se necesita para poder invertir en una peluquería en Guayaquil. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2012). En la ciudad de Guayaquil no existe la comercialización de zapatillas ecológicas para pedicure, por eso se ve la necesidad de crear una empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de las zapatillas para pedicure. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)

Existe un gran número de mujeres que no se sienten satisfechas al momento de haberse realizado el pedicure, debido a que tienen que exponer su salud al momento de movilizarse dentro de los centros de belleza sin zapatillas, exponiéndose a una gran cantidad de bacterias, adquirir contagios de todo tipo, etc.

Las zapatillas que ofrece actualmente el mercado, con la cual la mayoría de las mujeres acuden a los centros de belleza cuentan con una gran cantidad de falencias, en su mayoría están diseñadas con lazos o bichas lo que provoca que al momento de colocárselas

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

los dedos de los pies rocen con los diseños de las zapatillas provocando que el pedicura se dañe, por eso se propone desarrollar un producto que tenga características notables, es decir que sea de fácil uso y que pueda ser reutilizable.

Según datos del INEC en la ciudad de Guayaquil se cuenta con un aproximado de 24.5% familias que optan por utilizar productos que sean ecológicos, la región Costa es la que cuenta con el mayor porcentaje de personas que utilizan y compran productos reciclados.

Las zapatillas ecológicas para pedicura, serán amigables con el medio ambiente, ya que serán elaboradas con materiales que harán que se minimice el impacto ambiental reduciendo de esta forma los recursos utilizados y los residuos durante el proceso, se contará con un empaque cien por ciento ecológico y reutilizable, para que así exista un beneficio para el medio ambiente y para las clientas.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

- **Campo:** El proyecto se enmarcará en las herramientas necesarias en el campo de administración de empresas, RSE, satisfacción al cliente.
- **Área:** las diferentes áreas que se estudiarán para la elaboración de este proyecto son: Marketing, Finanzas, Presupuestos y Administración Financiera.
- **Aspecto:** Determinar la factibilidad de la elaboración de las zapatillas para pedicura y la aceptación en los centros de belleza para la venta de este producto, mediante la estrategia de marketing mostrando la calidad de las zapatillas, el beneficio que tendrá usarlas después de haberse realizado el pedicura, y finalmente la estrategia para la logística y distribución del producto.
- **Tema:** Propuesta para la creación de una empresa que comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil.
- **Problema:** Actualmente en el mercado no existe la comercialización de zapatillas ecológicas para pedicura, mediante un estudio se pudo observar un mercado insatisfecho por eso se la necesidad de la creación de una empresa que comercialice las zapatillas a los centros de belleza.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- **Delimitación espacial:** Se realizará el estudio en el norte de la ciudad de Guayaquil por ser muy transitada y con un gran número de centros de belleza y spas
- **Delimitación temporal:** De Octubre del 2013 a Mayo del 2014

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

Según el último estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en la ciudad de Guayaquil existen alrededor de 14.426 centros de belleza en Guayaquil. (El Telégrafo, 2011)

Las personas que frecuentemente asisten a los centros de belleza a realizarse pedicure son mujeres entre las edades de 18 – 65 años, también hombres entre las edades de 25 – 35 años. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2012). Según la zona geográfica en el norte de Guayaquil en los últimos años ha existido la apertura del 43% de centros de belleza, en Samborondón un 10% debido a los nuevos centros comerciales dentro de las urbanizaciones. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2012)

El presente trabajo se enmarca en el objetivo #6 del Plan del Buen Vivir que es garantizar el trabajo estable, justo y digno. (Senplades, 2013). El trabajo de titulación de igual manera se rige a los lineamientos del Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE) de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil que promueven el fortalecimiento acerca de la investigación de manera científica y técnica, junto con una responsabilidad social.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

- Evaluar la factibilidad de la creación de una empresa que comercialice zapatillas ecológicas para pedicure.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Analizar la rentabilidad de la creación de una empresa que comercialice zapatillas ecológicas para pedicure.
- Determinar la demanda insatisfecha que existe por parte de las mujeres ecuatorianas que acuden a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Efectuar un estudio de mercado para determinar la aceptación del producto
- Establecer la inversión inicial, costos y precios durante el primer año de funcionamiento de la empresa.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

El método de investigación primordialmente será de tipo aplicada y a su vez se utilizará la metodología mixta, y finalmente será exploratoria

Tabla 1: Método de Investigación.

Tipo de Investigación	Concepto
Exploratoria	Es usado normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio. Los estudios exploratorios ayudan a aumentar el grado de conocimiento de los fenómenos que aún no son completamente conocidos, se puede obtener una información sólida acerca de temas que aún no son investigados para aplicarlos en la vida real.
Aplicada	También se lo conoce con el nombre de empírica, en esta investigación se debe realizar una búsqueda de aplicaciones o de utilización acerca de los conocimientos, se encuentra en relación con la investigación básica debido a que siempre se observará los resultados de la investigación básica para que de esta forma se encuentre la investigación respaldada.
Mixta	<p>Cualitativa.- Se inicia observando el mundo social y adicional a esto se debe desarrollar una teoría que se la denomina consistente en el que se procederá a observar primero que es lo que ocurre. No es necesario aplicar una hipótesis, estas se irán desarrollando en la investigación. Consiste en recabar información, pero no se aplica un estudio estadístico solo es para ver las diferentes apreciaciones de las personas.</p> <p>Cuantitativa.- se enfoca en investigar puntos específicos y que estén delimitados, desde el momento que se inicia el estudio. Cuando se establece la hipótesis se debe haber establecido primero el tipo de investigación, debido a</p>

que el método cuantitativo debe ser muy objetivo, debido a que esta investigación se enfoca en la demostración de las teorías, aquí se utiliza el razonamiento y la lógica
--

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: (Hernández, 1991)

Además se analizarán los datos recolectados a través de técnicas de recogida de datos y análisis de información, mediante las encuestas que se realizarán a las mujeres que acuden a realizarse el pedicure y entrevistas a los gerentes generales de los centros de belleza.

- La Encuesta.- Será la principal técnica que se utilizará en el presente trabajo, ya que se acopla fácilmente, es breve y muy útil para determinar un criterio bastante acertado de la opinión de la muestra.
- Entrevista: Se realizará una serie de preguntas para conocer las opiniones de los entrevistados

El análisis de la información se realizará por medio del SPSS que sus siglas significa Statistical Package for the Social Sciences es un programa estadístico que en la actualidad está siendo muy utilizado por las empresas para realizar una investigación muy exhaustiva sobre el mercado que cada empresa desea estudiar, realiza estudios muy puntuales acerca de los datos establecidos.(Hidalgo, 2003)

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

La teoría socio-critica se enfoca en generar un cambio a través de la transformación. El paradigma agrupa múltiples enfoques de investigación como respuesta a los paradigmas positivista y constructivista, es por ello que con la realización de ésta idea de negocio, se generará una tendencia a la apertura de una empresa que comercialice zapatillas ecológicas para pedicure permitiendo desarrollar no solo el sector comercial sino el sector textil. (Gómez, 2006).

La investigación que se realizará también será de acción participativa, en el cual consiste en dos procesos que son:

- Dar a conocer
- Actuar

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Esta metodología se utiliza con mucha frecuencia ya que se realiza debates o una crítica constructiva de los diferentes puntos que se establece para de esta manera se pueda intercambiar los conocimientos y cambiarlo en un aspecto social positivo.

Las preguntas más frecuentes que se realizan en esta metodología es: ¿para qué?, ¿para quién? La acción participativa tiene como objetivo que los participantes se involucren en el proceso y lleven el control del mismo es decir que sepan ¿Qué hacer? ¿Qué debo saber? ¿Qué debo entender? (Kirchner, 2011)

1.7.1. Planteamiento del Problema

Existe un fenómeno a nivel mundial en la que busca minimizar el impacto en el medio ambiente, mediante la creación y el uso de productos que en su composición utilicen materiales biodegradables que ayuden y contribuyan a la belleza de las mujeres como es el caso de secadores con silenciador, para que se pueda disminuir la contaminación acústica, peines y cepillos 100% naturales, tijeras, pinzas o sets de manicure de acero inoxidable. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2012)

Mediante una observación directa, realizada a las mujeres que concurren con frecuencia a los centros de belleza se pudo constatar que cuentan con un gran problema una vez finalizado el pedicure, pues no cuentan con unas zapatillas que eviten que se les dañe, esto deriva un aumento en el tiempo de espera, antes de dejar el lugar o incluso tener que caminar descalzas mientras se mueven de lugar a otro provocando así que se puedan cortar o lastimarse los pies exponiendo su salud. Este problema afecta también a los propietarios de los centros de belleza, pues al no ofrecer a sus clientas unas zapatillas que puedan colocárselas después de haberse realizado el pedicure para así no tener que postergar los turnos ya asignados.

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1. Marco Referencial

Shanghai Ruilei Beauty And Cosmetic Co. Ltd.- está empresa lanzó sus productos al mercado a partir del 2008, ofrecen una gran variedad de productos para el cuidado personal de la mujer, uno de los productos de mayor rotación son: sandalias desechables para pedicure, maquillajes, productos para el pedicure y manicure.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

The Body Shop: Cuenta con productos faciales con certificación Ecocert se encuentra laborando en el mercado internacional hace más de dos décadas, lo que le ha permitido ofrecer una gran variedad de productos cien por ciento ecológicos. (GEO International, 2009)

Spa Vinoterapia Caudalie.- Se enfoca en la elaboración de productos para la belleza femenina en el cual el principal producto que utilizan es la vid, pues considera que ayuda a la piel sensible y ofrece grandes ventajas al momento de utilizarlas cuenta con al menos tres certificaciones ISO. (GEO International, 2009)

Davines.- Toda la producción viene de origen ecológico, ofrece sus productos en empaques reciclables y reutilizable, se caracteriza por usar fuente de energía renovable. (GEO International, 2009)

1.8.2. Marco Teórico

Sin duda alguna el área empresarial ha dado giros positivos en los últimos años, se puede recordar que hace unos años la alta gerencia comenzó hablar acerca del marketing, lo que hoy se considera fundamental ya sea para la creación de una empresa o para aplicarla en una empresa que se encuentre ya operando en el mercado.

Sin duda alguna también está sucediendo lo mismo con la responsabilidad social empresarial, hace un par de años era considerado solo como idea que eran estudiadas por jóvenes universitarios que consideraban la ética como algo rentable para las empresas. Actualmente la mayoría de las organizaciones han podido entender la importancia de la ética en las empresas para de tal forma poder obtener un buen desarrollo en los negocios. (Navarro, 2012)

La empresa Price Waterhouse en los últimos estudios realizados ha publicado que actualmente existe un gran número de personas que no conocen o no tienen un concepto claro de lo que realmente es la responsabilidad social. (Navarro, 2012)

Las empresas que han aplicado la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) son aquellas que no solo se preocupan por contribuir monetariamente sino también ser socialmente responsable con el medio ambiente, se enfocan en ofrecer buenas condiciones de

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

trabajo y realizan procesos productivos de alta calidad incluyendo tres ciclos muy importantes que son:

- Lo económico
- Lo social
- El medio ambiente. (Navarro, 2012)

Actualmente la mayoría de las empresas se preocupan por implementar las herramientas de RSE las cuales son las siguientes. (Navarro, 2012)

Tabla 2: Herramientas de Responsabilidad Social Empresarial

Código de ética
Código de conducta
Normas de Sistemas de gestión
Informes de responsabilidad social
Inversión Socialmente Responsable (ISR)

Elaborado por: Fanny Marina Esteves P.

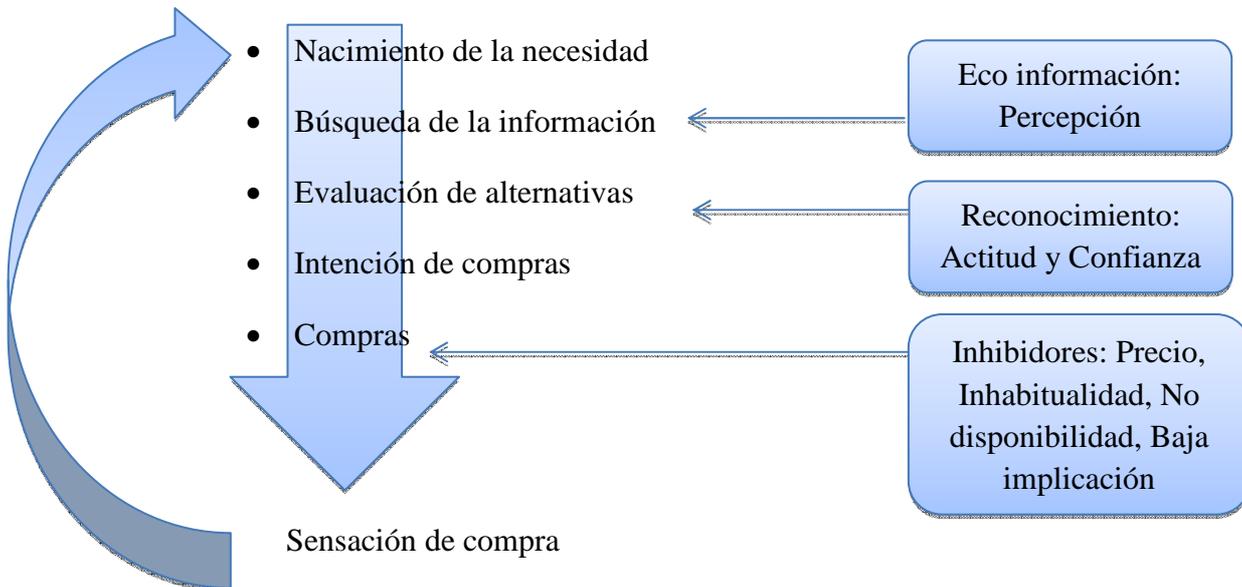
Fuente: (García, 2007)

Se han establecido responsabilidades primarias para las empresas que son: cumplir con el medio ambiente, con los colaboradores y con el gobierno. (García, 2007)

- Brindar a la sociedad productos que sean de ayuda para el diario vivir siempre y cuando se encuentren en buen estado.
- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas
- Crear rentabilidad en las empresas de la forma más eficaz
- Brindar a los colaboradores buenas condiciones de trabajo.
- Desarrollar un crecimiento continuo en la empresa.
- Cumplir con las normas y leyes necesarias para respetar al medio ambiente.
- Cumplir a cabalidad con las leyes y los reglamentos establecidos por el estado
- Equidad con las riquezas que se obtengan en la empresa. (García, 2007)

Se considera como marketing ecológico a una serie de procesos que se deben realizar para obtener una satisfacción en la sociedad y en el entorno natural ya sea de un producto o servicio, siempre enfocándose en la conservación del medio ambiente y aportando a un desarrollo sostenible de la sociedad y su economía. (García, 2007)

Ilustración 1: Procesos de decisión de compra



Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: (Muñoz, 2013)

Desarrollo sostenible junto con el medio ambiente:

Actualmente la economía se enfoca en satisfacer a los consumidores pero a su vez no generar cambios drásticos para que no se vean afectadas las generaciones futuras. (Muñoz, 2013)

El macromarketing y el medio ambiente:

Actualmente se aplica el macromarketing para analizar los procesos que llevan a cabo diversas empresas que se enfocan en generar un beneficio a la sociedad y no solo a un grupo de personas como lo es el micromarketing. (Muñoz, 2013)

En lo que respecta al macromarketing se enfocan en temas como:

- Realizar y promover un marketing ecológico
- Enfocarse en la responsabilidad social
- Brindar un producto o servicio que sea de gran necesidad para los consumidores. (Muñoz, 2013)

Hace un par de años atrás existía un gran número de empresas que consideraba los recursos naturales ilimitados, por lo cual no existía una mayor preocupación de los mismos, el

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

marketing ecológico estudia los impactos positivos y negativos también se considera a los activos medioambientales como patrimonio que deben ser conservados para que la economía pueda ir creciendo año a año. (Muñoz, 2013)

Existen relaciones entre la economía y el medio ambiente:

- Elementos básicos para la realizar un producto o servicio:
 - Agua
 - Aire
 - Minerales
 - Cultivos
- Colocar los residuos que generen las empresas:
 - Basureros
 - Gas de combustión
 - Residuos nucleares (Muñoz, 2013)

Los productos que contienen empaques con certificaciones ecológicas tienen una gran ventaja, así lo considera el marketing ecológico, debido a que consideran que ofrecen al consumidor una gran información y seguridad al momento de adquirir el producto, para obtener certificaciones de esta índole se necesita cumplir en su mayoría con los siguientes requisitos:

- Conocer los impactos ambientales
- El producto debe estar dirigido al consumidor final
- Diversificación del producto
- Se debe invertir en gastos medioambientales (Muñoz, 2013)

A continuación se mostrará algunos etiquetados ecológicos en diferentes países

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Ilustración 2: Etiquetados ecológicos



Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: (Soto, 2012)

Según Philip Kotler y Gary Armstrong consideran que los consumidores optan por adquirir productos que sea de buena calidad e innovadores, por tal motivo las empresas deben invertir en mejoras continuas, para así poder abarcar nuevos mercados(Kotler & Armstrong, 2010)

Philip Kotler considera el concepto de marketing social como uno de los más importantes en la actualidad, debido a que tiene un mayor interés por la sociedad, mientras que el marketing clásico se enfoca en los diversos problemas sociales, la mala calidad de vida de los seres humanos, la economía, entre otros. (Kotler & Armstrong, 2010)

Han existidos ciertos cambios dentro del área de marketing debido a que se está implementando la responsabilidad social dentro de las empresas a nivel mundial. (Kotler & Armstrong, 2010)

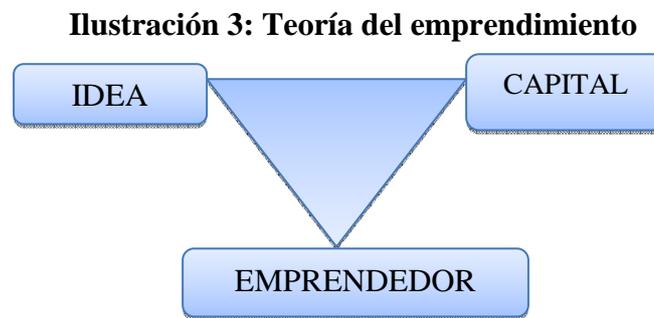
Cada empresa debe analizar y estudiar muy detenidamente cuales son las necesidades que los consumidores tienen, para poder ofrecer el producto de necesidad y obtener una satisfacción junto con la eficiencia y así estar a un paso más delante de los principales competidores, siempre y cuando se preserve la satisfacción de los clientes y el medio ambiente. Se esperar que un sin número de empresas comiencen con estos cambios para que

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

dejen de lanzar productos al mercado que no satisfagan de manera real al consumidor. (Kotler & Armstrong, 2010)

Las empresas comunican los beneficios que poseen los productos de forma clara, uno de los mayores problemas que ha existido hasta la actualidad es que un sin número de empresas no brindan la información necesaria y verdadera a los consumidores uno de los casos más frecuentes son los productos (Kotler & Armstrong, 2010)

La teoría de Andy Freire consiste en el triángulo invertido que se lo gráfica de la siguiente manera



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente:(Freire, 2011)

La teoría de Freire considera al emprendedor como un punto de soporte debido a que necesita de dos puntos que son también muy importantes:

- La idea del negocio.
- El capital para llevar a cabo la idea del negocio. (Freire, 2011)

Existe un gran número de empresas que no consiguen llegar a ser rentables, por tal motivo siempre se realiza un estudio y en su mayoría siempre falta uno de estos puntos de soporte. Se considera que la solidez del emprendedor es de gran importancia dentro del plan de negocio. (Freire, 2011)

La estrategia de crecimiento consiste en cuatro combinaciones que se las explicará a continuación:

Tabla 3: Estrategias de crecimiento.

	Producto Actuales	Productos nuevos
Mercados Actuales	Penetración de mercados	Desarrollo de producto
Mercado Nuevos	Desarrollo de Mercados	Diversificación

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: (Ansoff, 1957)

Penetración de mercados.- Se enfoca en el crecimiento de un mercado específico ofreciendo solamente un producto sin la opción de diversificación. (Ansoff, 1957)

Desarrollo de mercados.- Se enfoca en la venta de productos que ya comercializa la empresa en nuevos mercados, se tiene ciertos beneficios que son: una cartera de clientes, aceptación del productos ofertado, satisfacción de los clientes entre otros. (Ansoff, 1957)

Desarrollo de productos.- Se enfoca en desarrollar nuevos productos para abarcar nuevos mercados y nuevos clientes (Ansoff, 1957)

Diversificación.- Se enfoca en lanzar nuevos productos para nuevos clientes, se las recomienda a las empresas cuando no se ha tenido la acogida que se esperaba de un producto y reflejan pérdidas para la empresa (Ansoff, 1957)

1.8.3. Marco Conceptual

- **Pedicure:** Es el tratamiento o el cuidado que se le da a las uñas de los pies (Rimando, 2010)
- **Emprendedor:** Es una persona que emprender un negocio que ha sido rechazado, mediante un estudio de mercado crea nuevas fortalezas y oportunidades para lograr el éxito. (Pereira, 2007)
- **Planificación estratégica:** Son procesos que los gerentes realizan mediante la elaboración de objetivos deberán cumplirse en un tiempo determinado, mediante la elaboración de la planificación estratégica es necesario saber cuáles son las debilidades que la empresa tiene, para trabajar en ellas y convertirlas en fortalezas. (Sallenave, 1999)
- **Productos Biodegradables:** Es un producto que se descomponen con gran facilidad mediante los elementos químicos naturales como el sol, agua plantas y animales. (Gutiérrez, 1996)

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- **Moda Sostenible:**Esta moda surge por la gran cantidad de consumidores que se preocupan por saber cómo es el proceso de elaboración del que van adquirir, uno de los puntos más importantes al momentos de comprar es que mediante la elaboración se haya respetado al medio ambiente, que ofrezcan un buen ambiente laboral y en algunos casos que el producto contenga etiqueta verde. (Hawken, Grose, & Fletcher, 2012)
- **Degradación ambiental:**Un sin número de procesos que hacen que el suelo de la tierra poco a poco se deteriore al punto se lo considere suelo muerto. (Paulson, 1998)

1.8.4. Marco Legal

El presente trabajo deberá estar apegado a las leyes del Ecuador, que será el que le otorgue los derechos y las obligaciones. Las leyes y normas ecuatorianas que se vinculan a la propuesta presentada se detallan a continuación:

- Ley de Superintendencia de Compañías.
- Ley de Defensa del Consumidor.
- Ley de Régimen Tributario.
- Código de Trabajo.
- Código Civil.
- Ley de buenas practicas de manufactura.

1.8.5. Marco Lógico

Tabla 4: Marco Lógico.

Objetivos	Indicador Variable	Fuente de Verificación	Supuestos
Objetivo General: Evaluar la factibilidad de la creación de una empresa que comercialice zapatillas ecológicas para pedicure.	- VAN. - PAYBACK. -TIR	-Estudios Financieros. -Análisis Financieros.	- El VAN debe ser positivo. - La TIR debe ser mayor al costo del capital, tasa de descuento o tasa mínima aceptable de retorno (TMAR). - Retorno de la inversión dentro de 3 años.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Objetivo Específico 1: Analizar la rentabilidad de la creación de una empresa que comercialice zapatillas ecológicas para pedicure.	- ROE. - ROA.	Análisis Financieros	- ROE deberá ser un 15% para que sus accionistas sean remunerados. - ROA debe ser mayor a 25%.
Objetivo Específico 2: Efectuar un estudio de mercado para determinar la aceptación del producto.	-Grado de interés en adquirir el producto. -Operaciones de este tipo de negocio. -Grado de fidelización.	- Encuestas. - Focus Group.	- El tiempo que las mujeres invierten en la espera para que el esmalte este totalmente seco. - El incremento de uñas que se dañan al colocarse las zapatillas.
Objetivo Específico 3: Establecer inversión inicial y precios durante el primer año de funcionamiento de la empresa.	-Ratios Financieros -VAN -TIR	-Estudios Financieros -Análisis Financiero	La empresa estima tener las ventas necesarias para cubrir con todos los gastos y se pueda obtener un alto margen de ganancias.
Acciones: - Estudios Financieros. - Encuestas. - Observaciones.	Realizar la investigación en un tiempo de 2 meses y medio.	- Facturas. - Proformas.	Tener todos los recursos necesarios para la investigación.

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Las hipótesis que se plantean de acuerdo a los objetivos de la investigación es la siguiente:

- Las mujeres guayaquileñas están dispuestas a usar zapatillas después del pedicure?
- Las preguntas que se desarrollarán para la presente investigación son:
- Existe un mercado que esté dispuesto a adquirir las zapatillas ecológicas para pedicure?
- ¿Es factible la introducción de unas zapatillas ecológicas para pedicure en la ciudad de Guayaquil?
- ¿Cuál sería el precio que el mercado meta estaría dispuesto a pagar por las zapatillas para pedicure?

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

1.10. Cronograma

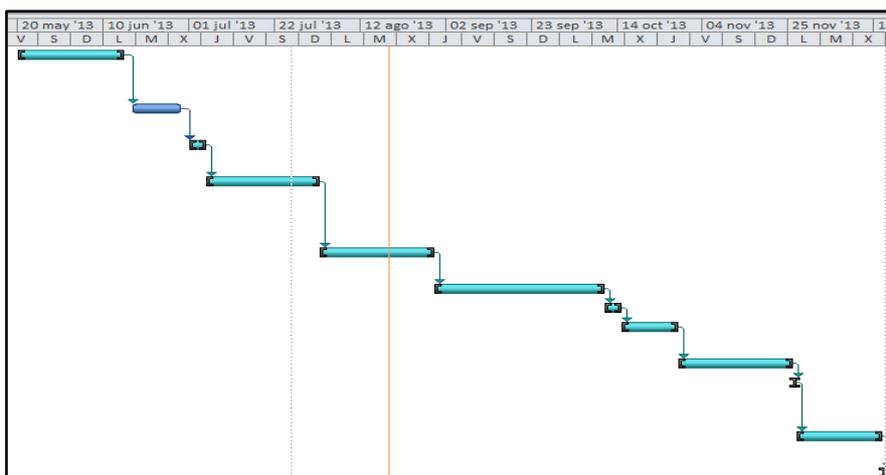
Tabla 5: Cronograma del proyecto

1		Planteamiento y desarrollo de la idea de negocio.	1 ms	lun 20/05/13	vie 14/06/13	
2		Busqueda de información y fuentes.	10 días	lun 17/06/13	vie 28/06/13	1
3		Entorno Jurídico de la empresa.	4 días	lun 01/07/13	jue 04/07/13	2
4		Método de Investigación y Fundamentos Teórica del Proyecto.	20 días	vie 05/07/13	jue 01/08/13	3
5		Elaboración del Plan Operativo.	20 días	vie 02/08/13	jue 29/08/13	4
6		Auditoría de Mercado.	30 días	vie 30/08/13	jue 10/10/13	5
7		Plan de Marketing.	2 días	vie 11/10/13	lun 14/10/13	6
8		Estudio Económico-Financiero - Tributario	10 días	mar 15/10/13	lun 28/10/13	7
9		Plan de Contingencia.	20 días	mar 29/10/13	lun 25/11/13	8
10		Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones.	1 día	mar 26/11/13	mar 26/11/13	9
11		Revisión final y encuadernación.	15 días	mié 27/11/13	mar 17/12/13	10
12		Sustentación.	1 día	mié 18/12/13	mié 18/12/13	11

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Ilustración 4: Diagrama de Gantt del proyecto



Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

Según datos del INEC de cada 100 personas que acuden a los centros de belleza, 80 son mujeres entre las edades de 35 y 65 años, en el cual se enfocan esencialmente en la belleza exterior debido a que hoy en día es de gran importancia tener una buena imagen. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)

La oportunidad de este negocio en el mercado es muy atractiva debido a que no existe una empresa que se dedique la comercialización de zapatillas para pedicure, el cual será de gran ayuda para las mujeres al momento de ir a los centros de belleza a realizarse el pedicure. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2012). En el presente trabajo de investigación se realizó una observación directa en la cual se pudo constatar que las mujeres cuentan con un gran problema al momento de ir a los centros de belleza a realizarse el pedicure, debido a que no cuentan con unas zapatillas que eviten que se les dañe, lo que ocasiona que tengan que invertir tiempo adicional, para que la pedicurista remueva el esmalte y posteriormente vuelva a pintar la uña afectada, ocasionando también retraso en los turnos ya asignados con anticipación.

La mayoría de las mujeres suelen caminar descalzas dentro de los centros de belleza, exponiendo su salud mientras esperan que el esmalte se encuentre totalmente seco para poder colocarse las zapatillas. El mercado ecuatoriano no existe la comercialización de zapatillas ecológicas para pedicure que sean elaboradas con un material resistente y que les brinde a las mujeres ecuatorianas seguridad al momento de colocárselas y puedan realizar diversas actividades.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

La idea del negocio es la creación de zapatillas ecológicas para pedicure que estarán dirigidas a las mujeres ecuatorianas, que concurren a los centros de belleza a realizarse el pedicure, manicure masajes corporales entre otros.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Se contará con profesionales que contribuyan en la elaboración de las zapatillas cuyo enfoque es brindar un producto que cumpla con todos los estándares de calidad y cuidado del medio ambiente, con el fin de posicionarse en la mente del consumidor la empresa creará alianzas con:

- Centros de belleza.
- Locales de bellezas: El Peluquero, Gloria Saltos, Peluquería y postizos.
- Tiendas por departamentos: De Prati, Burbujas.

2.1.2. Descripción de la Idea Producto o Servicio

Se ofrecerá a los clientes, una gran variedad de modelos destacándose en diversos aspectos siendo uno de ellos:

- Colores: Negro, Café, Rosado y Beige
- Diseños: Con tiras trenzadas, cadena y tela entrelazadas.
- Tallas: 6-9^{1/2}

Las zapatillas para pedicure serán elaboradas con materiales biodegradables como: tintes vegetales, algodón orgánico, poliéster reciclado de botellas de plástico, no se realizarán procedimientos con metales pesados ni se usarán productos como: cromo, cobalto, níquel, pegamentos, ni otros químicos.

El revestimiento de las zapatillas será elaborado con algodón orgánico 100%, se utilizará pegamento con base de agua, para que de esta forma no sea peligroso para la piel del consumidor y para la salud de los trabajadores. Las zapatillas contarán con un empaque orientado a la conservación del medio ambiente, serán elaboradas con productos reutilizables (cambrela)

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.

Misión.- Elaborar y comercializar productos para la belleza femenina, con el cumplimiento de las regulaciones nacionales y satisfaciendo a los consumidores, comprometidos con la responsabilidad ambiental.

Visión.- Posicionarnos en la mente de las mujeres ecuatorianas y en los centros de belleza como la primera opción de zapatillas para utilizarlas después de haberse realizado el pedicure.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Valores.-

- Ética: Normas y derechos que se tiene dentro de la empresa.
- Compromiso: Ser responsables presentando siempre una buena imagen ante nuestros clientes.
- Responsabilidad: Cada uno de los colaboradores de la empresa debe cumplir con sus funciones de trabajo a cabalidad.
- Honestidad: Ser honestos y directos tanto con los integrantes de la organización y con los clientes.
- Excelencia: Trabajar permanentemente para ofrecer a los clientes un producto de calidad.

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

- Ser una empresa líder ofreciendo zapatillas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

2.3.2. Objetivo Específicos

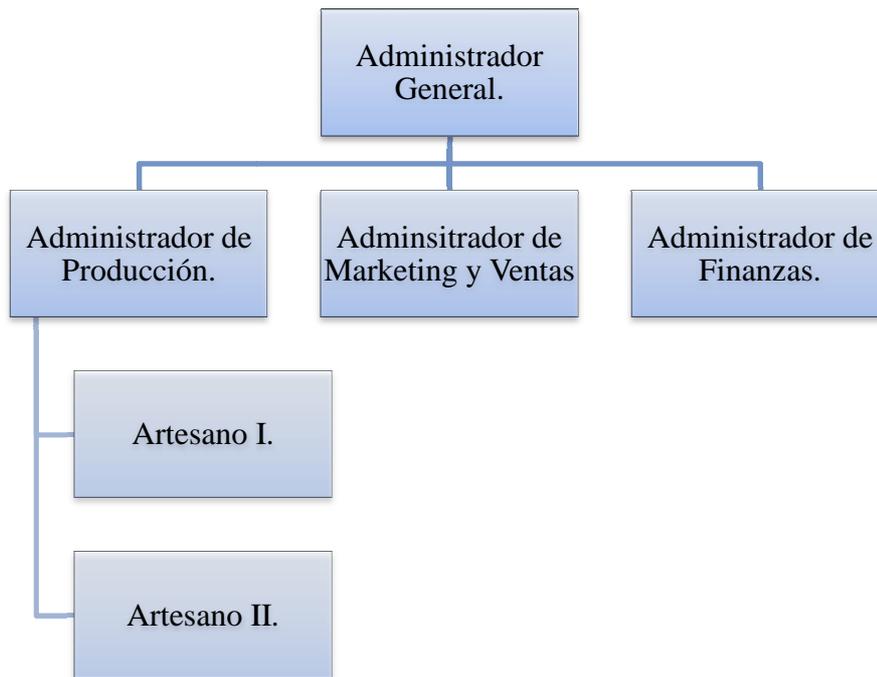
- Crear alianzas con veinticinco centros de belleza en el norte de Guayaquil para la distribución de nuestro producto en el plazo de tres meses.
- Ofrecer seis diferentes modelos en los primeros cinco meses de comercialización

2.4. Estructura Organizacional

2.4.1. Organigrama

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Ilustración 5: Organigrama de la empresa.



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

ADMINISTRADOR GENERAL:

Resumen del cargo: La persona encargada de dirigir al personal de la compañía, revisar, supervisar y controlar el trabajo de cada miembro de la organización.

SUPERVISA A:

- Gerente de Producción.
- Gerente Financiero y Administrativo
- Gerente de Marketing y Ventas.

REQUISITOS DEL PUESTO:

- Sexo: Masculino – Femenino.
- Edad: 27 a 45 años.
- Experiencia: 2 años.
- Formación Académica: Administración de empresas o carreras afines.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Conocimientos adicionales: Utilitarios de computación avanzada, Inglés Avanzado.
- Habilidades: Proactividad, liderazgo.

ADMINISTRADOR DE PRODUCCIÓN:

Resumen del cargo: Conocimientos de los procesos para la elaboración de calzado, gestión de control de calidad.

SUPERVISA A:

- Artesanos

REQUISITOS DEL PUESTO:

- Sexo: Masculino.
- Edad: 35 a 45 años.
- Experiencia: 4 años.
- Formación Académica: Ingeniería Industrial o carreras afines especializada en calzado.
- Conocimientos adicionales: Inglés Avanzado, experiencia en diseño y procesos de calzado.
- Habilidades: Proactividad, liderazgo, capacidad de trabajar en equipo.

ARTESANOS:

- Requisitos del puesto.
- Sexo: Masculino - Femenino.
- Edad: 25 a 35 años.
- Experiencia: 2 años.
- Formación Académica: Ingeniería Industrial - Universitario en Diseño de Calzado y Complementos
- Conocimientos adicionales: desarrollo de todo el proceso de fabricación de zapatillas, haber realizado cursos independientes como: cortador almacenista modelista - zapatero artesano conocimiento de las reglas de seguridad, para así cumplir con las responsabilidades ambientales

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Habilidades: Proactividad, liderazgo, capacidad de trabajar en equipo, habilidades creativas, artísticas y manuales, prestar atención a los detalles y hacer mediciones precisas, habilidades de comunicación, presentación y negociación, conocimientos sobre la anatomía del pie, capacidad de organización y planificación, habilidades para la resolución de problemas, capacidad de aceptar críticas.

ADMINISTRADOR DE FINANZAS:

Resumen del cargo: La persona que estará encargada, de dirigir al personal de la compañía, revisar, supervisar y controlar el trabajo de cada colaborador de la empresa.

REQUISITOS DEL PUESTO

- Sexo: Masculino – Femenino.
- Edad: 35 a 45 años.
- Experiencia: 4 años.
- Formación Académica: Ingeniería comercial, con mención en finanzas o carreras afines.
- Conocimientos adicionales: Utilitarios de computación avanzada, inglés avanzado, conocimiento en el manejo de indicadores financieros, declaración tributaria, pago entre otros.
- Habilidades: Proactividad, liderazgo, trabajo en equipo, comunicador y organizado.

ADMINISTRADOR DE MARKETING Y VENTAS:

Resumen del cargo: La persona que estará encargada de plantear mejorar para la evolución de la empresa, plantear las estrategias de ventas, estrategias para promocionar la marca y el producto de la empresa.

REQUISITOS DEL PUESTO

- Sexo: Femenino.
- Edad: 25 a 35 años.
- Experiencia: 2 años.
- Formación Académica: Ingeniero de Marketing o carrera afines.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Conocimientos adicionales: Utilitarios de computación avanzada, inglés avanzado, conocimiento de la creación de diferentes planes de marketing para empresas.
- Habilidades: Proactividad, liderazgo, trabajo en equipo, organizado, habilidades comerciales.
- Conocimientos adicionales: Utilitarios de computación avanzada, inglés avanzado, conocimiento de la creación de diferentes planes de marketing para empresas.

2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos

Tabla 6: Manual de funciones.

Cargo	Nivel de Mando	Interacción entre áreas	Responsabilidad	Derechos o Beneficios
Administrador General	Primario	Todas las áreas	-Crear objetivos. -Representación de la empresa. -Da tareas a los gerentes de los diferentes departamentos. -Planifica las actividades de la empresa.	-Sueldo Fijo. -Beneficios de ley. -Pago por horas extras. -Viáticos. -Crear las políticas de la empresa. -Multas. -Contratación y despido del personal
Administrador de Producción	Secundario	Gerencia, Dpto. de Marketing	-Control de inventario. -Proceso de control de la calidad de la materia prima. -Compra de materia prima.	-Sueldo Fijo. -Beneficios de ley. -Pago por horas extras. -Viáticos
Administrador de Finanzas	Secundario	Todas las áreas	-Analiza los presupuestos para su aceptación o rechazo. -Lleva la contabilidad de la empresa. -Realiza los pagos de manera organizada y puntual.	-Sueldo Fijo. -Beneficios de ley. -Pago por horas extras. -Viáticos
Administrador de Marketing y Ventas	Secundario	Gerencia, Dpto. de Producción	-Publicidad y promoción de la empresa. -Estudia el comportamiento del consumidor ante nuestro producto. - Aumentar la cartera de clientes -Realizar informes de ventas.	-Sueldo Fijo. -Beneficios de ley. -Pago por horas extras. -Viáticos

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Artesanos	Secundario	Gerente de Producción	Cumplir con los pedidos y con el tiempo límite de la elaboración de cada producto.	-Sueldo Fijo. -Beneficios de ley. -Pago por horas extras. -Viáticos
------------------	------------	-----------------------	--	--

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

CAPITULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades

La empresa tomará el nombre de Eco-Slippers, está dirigido a las mujeres guayaquileñas que acuden a los centros de belleza a realizar el pedicure y cuentan con muchos problemas al momento de colocarse las zapatillas debido a que el diseño de los pies se ven afectados provocando así invertir tiempo adicional.

Eco-Slippers, se ubicará en el norte de Guayaquil, el valor agregado de las zapatillas es que su elaboración se lleva a cabo con productos ecológicos y de calidad brindado así seguridad al momento de colocarse las zapatillas y al caminar para que de esta manera puedan realizar diferentes actividades luego de haber salido de los centros de belleza.

3.1.2. Fundación de la Empresa

La empresa será constituida mediante una sociedad anónima, la cual deberá cumplir con las indicaciones del capítulo V del artículo #143 de la Ley de Compañías.

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formada por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (La Superintendencia de Compañía , 1999)

Las acciones de Eco-Slippers serán de venta libre si es que así lo considera necesario cada socio de la empresa.

Dirección: Sauces II manzana F37 villa 12

Nombre: Eco- Slippers.

Tiempo: 50 años a partir de la inscripción

Capital Social: \$3.000 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social de Eco-Slippers será de tres mil dólares dividido en mil acciones con un valor de un dólar cada una. La empresa tendrá tres accionistas con una división de 50%; 25%; 25% en el cual el autor tendrá el poder mayoritario. En lo que respecta a las acciones estas se encontrarán numeradas, y por la compra de cada acción tendrán el derecho al voto en las juntas generales de accionistas.

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

La máxima autoridad de la empresa Eco-Slipper será la junta de accionistas, en la cual las decisiones que se tomen por mayoría de votos deberán ser aplicadas en la empresa.

Los votos se consideran aplicables siempre y cuando se encuentre representada por lo menos el cincuenta y uno por ciento del capital pagado. Los accionistas pueden tener un suplente para que tenga un poder en las reuniones, en caso de que el accionista principal se encuentre ausente. El supervisor general es el que se encargará de convocar a una junta de accionistas.

3.1.5. Compañías Extranjeras

No aplica debido a que la empresa solo tendrá inversionistas nacionales.

3.1.6. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)

No aplica debido que los capitales de Eco-Slippers no cumplen con uno de los requisitos primordiales, tener un capital mínimo \$788,670. (Bolsa de Valores de Quito, 2006).

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

Eco-Slippers estará sujeta a todas las leyes del Ecuador una de las más importantes es el código de trabajo, la empresa contará con las siguientes áreas de trabajo para el correcto funcionamiento:

- Gerencia General
- Producción
- Financiero
- Marketing

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

3.2.2. Mandato Constituyente #8

En la asamblea constituyente estableció en el año 2008 que se eliminaba la contratación por tercerización y la intermediación laboral, la empresa al estar sujeta a la legislación ecuatoriana se acogerá en su totalidad a las normativas de este mandato.(Ministerio de Relaciones Laborales, 2011)

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

El artículo # 11 del código del trabajo, constan los tipos de contrato que una empresa puede aplicar para de esta forma llevar un correcto funcionamiento con los empleados y establecer de forma escrita todo los requisitos a cumplir. Ver en [ANEXO 1](#)

Eco-Slippers trabajará con los siguientes contratos:

Contrato fijo: este contrato debe constar de forma escrita y el periodo de labor no puede ser más de tres años dentro de la misma empresa, pero si se puede renovar el contrato. Si el empleador o el empleado no realiza un escrito en el cual conste que no se desea continuar en la empresa por el lapso de treinta días, se entenderá que se desea renovar el contrato por el mismo periodo ya mencionado.

Contrato a prueba: este contrato se puede otorgar solo una vez y con una duración de no más de tres meses. Después de este tiempo el empleado o el empleador puede dar por terminado el contrato en caso de no ser así se podrá extender hasta un año. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013).

3.2.4. Obligaciones del Empleador

Las obligaciones del empleador se encuentran establecidas en el capítulo IV art. # 42 del código de trabajo(Ministerio de Relaciones Laborales, 2013).

Una de las más importantes son:

- Brindar a los empleados todos los beneficios establecidos por las leyes del Ecuador: vacaciones, fondo de reserva, afiliación al IESS, décimo tercero y décimo cuarto.
- Llevar registros completos de los empleados.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Indemnizar a los trabajadores y si en algún caso llegan a sufrir algún tipo de accidente dentro de las horas de trabajo dentro de la compañía o cualquier enfermedad, así lo estipula el artículo # 38 del código de trabajo.

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

Eco-Slippers está en la obligación de regirse con las responsabilidades que el código del trabajo. (Ministerio de Relaciones Laborales , 2013)

Décimo tercer sueldo.- En el artículo # 111 del código del trabajo se estipula que los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores les paguen, hasta el veinticuatro de diciembre de cada año, una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario.

Décimo cuarto sueldo.- Los trabajadores tienen derecho, una bonificación adicional anual equivalente a una remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general y una remuneración básica mínima unificada de los trabajadores del servicio doméstico, respectivamente, vigentes a la fecha de pago, que será pagada hasta el 15 de abril en las regiones de la Costa e Insular; y, hasta el 15 de septiembre en las regiones de la Sierra y Oriente

Tabla 7: Décimo Tercero y Cuarto Sueldo

Cargo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto
Gerente General	\$ 1.188,0	\$ 340,0
Gerente de Producción	\$ 723,6	\$ 340,0
Artesanos (2)	\$ 756,0	\$ 340,0
Gerente de Marketing	\$ 885,1	\$ 680,0
Gerente Financiero y Administrativo	\$ 972,0	\$ 340,0

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

3.2.6. Fondos de Reserva y Vacaciones

Eco-Slippers está en la obligación de cumplir con los reglamentos laborales que se encuentran en el código de trabajo

Fondo de reserva.- estipula que todo trabajador que brinde por más de un año sus servicios a una empresa tiene el derecho a que el empleador le pagar una suma equivalente a

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

la de un mes del suelo por cada año completo después al primer de sus servicios. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013)

Vacaciones.- Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013)

3.2.7. Asociación de Trabajadores

Eco-Slippers cuenta 6 colaboradores por tal motivo no aplica el presente inciso, la norma indica que debe tener la empresa un mínimo de treinta colaboradores para poder conformar la asociación de trabajadores. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013)

3.2.8. Inspección de Discapitados a Puestos de Trabajo

En el código del trabajo artículo # 42 literal 33, se establece que toda empresa pública o privada que tenga un mínimo de veinticinco trabajadores está en la obligación de contratar al menos a una persona con capacidades especiales con labores permanentes, en una área que se puedan desarrollar para que de esta forma puede ejercer una función que aporte para el buen funcionamiento de la empresa. La empresa no está en la obligación de contratar a personas con discapacidad, debido a que no tendrá más de veinticinco empleados

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

En el artículo 1481 del código civil se establece que el contrato es un acto en el cual el empleado y el empleador se encuentran en la obligación de ejercer su función de manera correcta. Por otra parte en el libro IV del código civil existen ciertos tipos de contratación civil estas se encuentran en los artículos 1482 al 1485 (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013)

- Unilateral
- Principal
- Real

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Oneroso
- Gratuito o de Beneficencia.

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

El contrato de prestación de servicios se llevará a cabo cuando Eco-Slippers requiera algún insumo que lo disponga algún tercero siempre y cuando ofrezca descuentos especiales. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013)

3.3.3. Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios

El contrato Eco-Slippers tendrá las siguientes clausulas: plazo, pagos, confidencialidad.

Tabla 8: Cláusulas en el contrato.

Cláusula I	Plazo	Se establecerá el tiempo de la vigencia del contrato, el tiempo para entregar la mercadería.
Cláusula II	Pagos	Aquí se detallará los valores que se cancelarán a los proveedores y como serán los pagos.
Cláusula III	Confidencialidad	Se establecerá para evitar que la información dentro de la empresa se pueda filtrar a un tercero.

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

Como solución a posibles conflictos la empresa recurrirá a los centros de mediación habilitados para este fin, las partes contratadas en la empresa expresamente aceptarán esto en cada contrato que la empresa realice.

3.3.5. Generalidades y Contratación Pública

Eco-Slippers no tendrá ninguna contratación pública, pero si en un futuro decidiera realizar alguna contratación pública tendrá que seguir los siguientes pasos:

- Registrarse en la página www.compraspublicas.gob.ec
- Llenar un formulario y aceptar las condiciones y entregarlos de forma impresa y firmada
- Copia a color de la cédula y el papel de votación
- Copia del RUC

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Llevar la última declaración del Impuesto a la Renta junto con el comprobante

3.3.6. Contrato de Confidencialidad

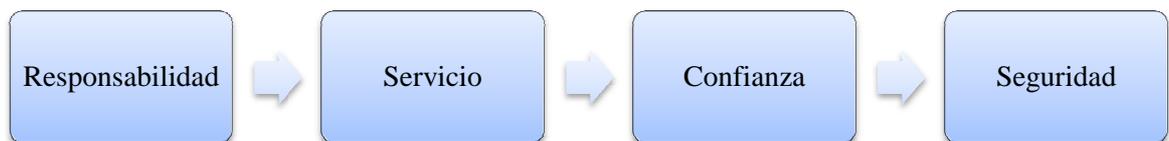
El contrato de confidencialidad será elaborado con la finalidad de proteger toda información que se maneje dentro de la empresa para evitar que la información se filtre a un tercero que no ejerza alguna función dentro de la empresa.

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

Eco-Slippers tendrá un código de ética interno, en el cual se estipulará las normas de la empresa, el código de ética será elaborado por los accionistas, los puntos más importantes que se estipulará en el código de ética son:

Ilustración 6: Código de ética



Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

En el código de ética también se incluirán normas de conducta y de responsabilidad, para que de esta manera se pueda crear una buena relación entre empleado - empleador y cliente. Es muy importante que los empleados conozcan lo que se establece dentro de código de ética y las normas de seguridad necesarias para que ellos puedan laborar dentro de la empresa, pero al mismo tiempo ellos deberán mantener el área de trabajo en buen estado y con las normas de higiene necesarias. Dentro del código de ética también se estipulará el uso de la información y el manejo de la misma.

Finalmente las relaciones con los proveedores o con algún tercero, se realizará mediante un contrato de forma imparcial si tener favoritismo con alguno de ellos, solo se velará el interés comercial y que el patrimonio de la empresa no se vea afectado.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

3.4.2. Indicadores de Gestión

Los indicadores de gestión que la empresa tendrá para poder evaluar las metas son:

- Satisfacción de los clientes.
- Efectividad en el área de ventas.
- Cumplimiento en las promociones en el área de marketing.
- Número de seguidores en las redes sociales.
- Cumplimiento en la calidad del producto.

También se utilizarán indicadores financieros como:

- ROE
- ROA
- ROS

Se procederá a analizar los resultados para posteriormente elaborar un informe para que así la empresa pueda ir mejorando en sus diferentes áreas, y poder abarcar nuevos mercados.

3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios

La empresa Eco-Slippers ofrecerá a sus empleados todos los beneficios que la ley exige.

Ilustración 7: Programas de Compensaciones



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

Tabla 9: Políticas de comunicación

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

	Estrategias	Acciones	Medios de Comunicación	Tiempo de Ejecución
Externas	Realizar publicidad para dar a conocer la empresa	Realizar publicidad en las diferentes redes sociales	Facebook Instagram Twitter	Diario semanal
		Brindar información acerca de las zapatillas	Realizar exposiciones acerca de los beneficios y nuevos modelos del producto	Diario semanal
	Crear una relación con los clientes	Dar a los clientes potenciales precios más económicos	Catálogos vía mail	Constante y repetitivo
		Publicidad en los centros de belleza	Flyers banners entre otros	Constante y repetitivo
	Estrategias	Acciones	Medios de Comunicación	Tiempo de Ejecución
Internas	Relaciones con el personal de la empresa	Realizar publicidad en las diferentes redes sociales	Facebook Instagram Twitter	Diario semanal
		Brindar información acerca de las zapatillas	Realizar exposiciones acerca de los beneficios y nuevos modelos del producto	Diario semanal
	Relaciones con los clientes	Establecer una buena relación con los trabajadores y con los proveedores	Buzón de sugerencia, encuesta a los consumidores	Semanal y mensual
		Crear una página web en el cual se pueda observar y comprar al por mayor y al por menor	Enviar mail con los beneficios que ofrece comprar mediante la página web	A diario y semanal

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

La empresa cuenta con un logo y un slogan que serán registrados en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual para proteger la identidad y derechos de la empresa y evitar el plagio.

3.5.2. Manual de Procesos Productivos

Las zapatillas serán elaboradas con productos ecológicos que el mercado ecuatoriano ofrece por esta razón no serán patentados, debido a que si una persona desea patentar un proceso productivo debe contener tres aspectos muy importantes:

- Nivel inventivo.
- Novedoso.
- Aplicación.

3.5.3. Derecho de Autor del Proyecto

La empresa ha creado una propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil, se procederá a protegerlo bajo el derecho de autor, basándonos en el artículo #5 del derecho del autor en el que se estipula que el derecho se origina a partir de la creación de la obra. (Ley de la Propiedad Intelectual, 1998)

3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad

El Instituto de Propiedad Intelectual, establece que una patente son derechos que se le brinda a una persona que ha creado o inventado, durante 20 años siempre y cuando se realice la divulgación de su producto o procedimiento, patentar una creación le brinda a la persona todos los derechos, para que cuando una persona sin autorización venda o fabrique pueda ser demandado y así reclamar todos los derechos. (Instituto de Propiedad Intelectual, 2011) Por otro lado el modelo de utilidad es la invención para la configuración de un instrumento o algún tipo de herramienta que su creación sirva para el funcionamiento de algún objeto.

Eco-Slippers no aplicará este literal porque la empresa no ha desarrollado ningún proceso de elaboración o modelo que necesite ser patentado.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

3.6. Seguro

3.6.1. Incendio

Eco-Slipper no contratará con un seguro de incendio dado que recién empieza sus labores comerciales

3.6.2. Robo

Eco-Slipper no contratará con un seguro de robo dado que recién empieza sus labores comerciales

3.6.3. Fidelidad

Eco-Slipper no contratará con un seguro de fidelidad dado que recién empezaría sus labores comerciales

3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

Eco-Slippers no contratará con este seguro porque cuenta con un contrato con cláusulas en donde se establecen el cumplimiento de la entrega de las materias primas y producto. (Mapfre Atlas , 2008)

3.6.5. Maquinarias y Equipos

Eco-Slippers contará con este seguro para que todas las maquinarias y equipos estén aseguradas aun siendo que las máquinas se encuentren en reparación o en limpieza, el valor que se tendrá que pagar mensualmente es de \$230 (Seguro QBE, 2009)

3.6.6. Materia Prima y Mercadería

Eco-Slipper no contratará con un seguro de materia prima y mercadería dado que recién empezaría sus labores comerciales. (Seguro QBE, 2006)

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

3.7. Presupuesto

Tabla 10: Presupuesto de sueldo y salarios

#	Cargo	Sueldo	Sueldo Anual	Aporte Individual	Aporte Patronal	Aporte IECE	Aporte SECAP	13° Sueldo	14° Sueldo	Vacaciones	Total	Mensual
1	Administrador	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.134,00	\$ 1.338,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 340,00	\$ -	\$ 14.932,00	\$ 1.244,33
1	Administrador de Producción	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ 737,10	\$ 869,70	\$ 39,00	\$ 39,00	\$ -	\$ 340,00	\$ -	\$ 9.824,80	\$ 818,73
1	Administrador de Marketing y Ventas	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 793,80	\$ 936,60	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ -	\$ 340,00	\$ -	\$ 10.554,40	\$ 879,53
2	Artesanos	\$ 740,00	\$ 8.880,00	\$ 839,16	\$ 990,12	\$ 44,40	\$ 44,40	\$ -	\$ 680,00	\$ -	\$ 11.478,08	\$ 956,51
1	Administrador de Finanzas	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 793,80	\$ 936,60	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ -	\$ 340,00	\$ -	\$ 10.554,40	\$ 879,53
Total											\$ 57.343,68	\$ 4.778,64

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Tabla 11: Gastos de la constitución de la empresa.

Cronograma de Inversiones	
Actividades	Costos
Permisos de Funcionamiento	\$ 340,00
Constitución de la empresa	\$ 1.500,00
Marketing Previo al lanzamiento	\$ 2.445,00
Depósito de alquiler del local	\$ 300,00
Adecuación del Local	\$ 1.000,00
Registro IEPI	\$ 116,00
Muebles de Oficina	\$ 1.395,80
Equipos de Oficina	\$ 2.148,00
Suministro de Oficina	\$ 14.793,80
Maquinarias	\$ 11.250,00
Seguro de Maquinarias y Equipo	\$ 2.760,00
Capital de Trabajo	\$ 17.767,59
Total	\$ 55.816,19

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

Político.- Desde hace siete años el Ecuador se encuentra bajo el mandato del Eco. Rafael Correa, durante su presidencia se ha desarrollado algunos cambios en la constitución y diferentes normativas, los acontecimientos más destacados son:

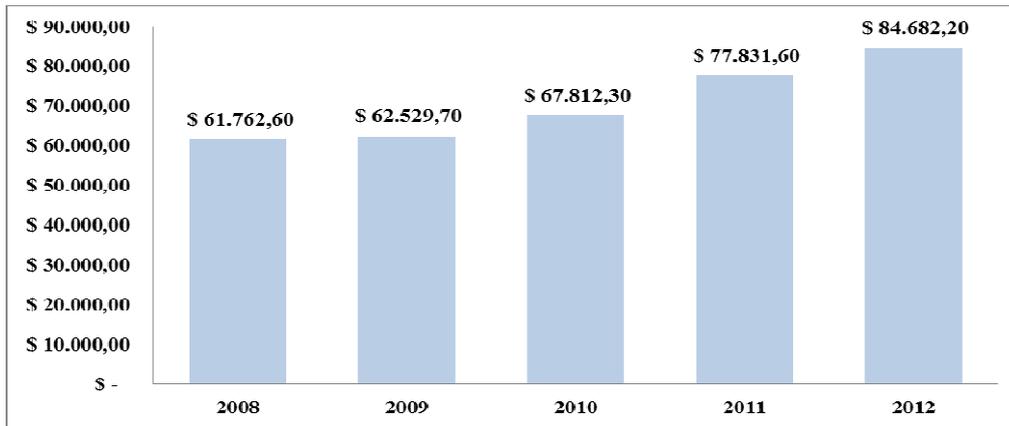
La Asamblea constituyente mediante el mandato # 8 ha eliminado la tercerización laboral, quedo estipulado en el artículo #1 que se ha prohibido la tercerización o la intermediación laboral, a partir de la eliminación de la tercerización se establece que todas las relaciones laborales debe ser de forma directa y bilateral entre los trabajadores y los empleadores. En el 2013 el salario fue de \$318, mientras que en el 2014 se fijó por el gobierno en \$340 teniendo como aumento \$22.

Las empresas ecuatorianas que cuenten con más de 25 empleados deben contratar a una persona con capacidades especiales y que cuenten con todos los beneficios que ofrecen las leyes ecuatorianas.

A través de las instituciones del gobierno se puede acceder a financiamientos de hasta el 80% del proyecto, el MAE (Ministerio del Ambiente del Ecuador) ha creado una política acerca de las teorías de las 3 R's con el objetivo de reducir la contaminación en el país, ha creado certificados para las empresas que cumplan con estos requisitos que se los denominará "PUNTO VERDE".

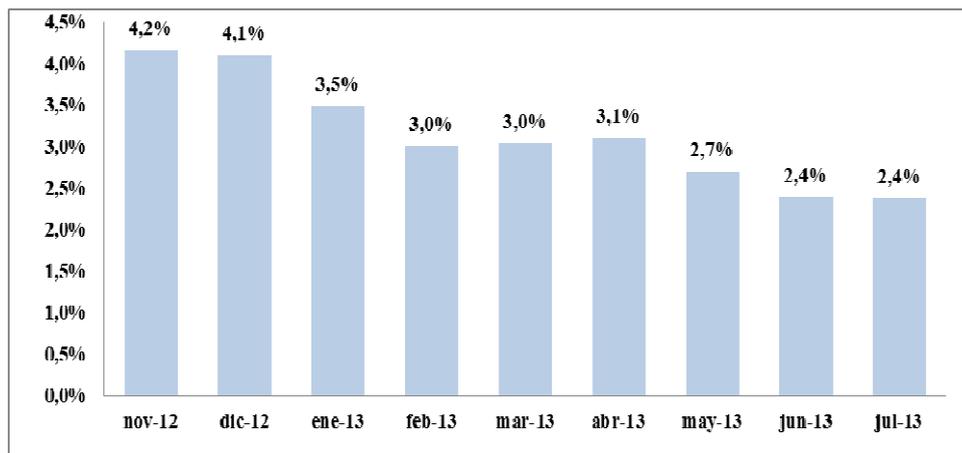
Económico.- Los sectores que mueven la economía del Ecuador son: el petróleo, la agricultura, y los commodities, el Banco Central del Ecuador publicó en diciembre de 2012 estadísticas en donde se muestran porcentajes de la inflación y el PIB del Ecuador.

Ilustración 8: PIB del 2010



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

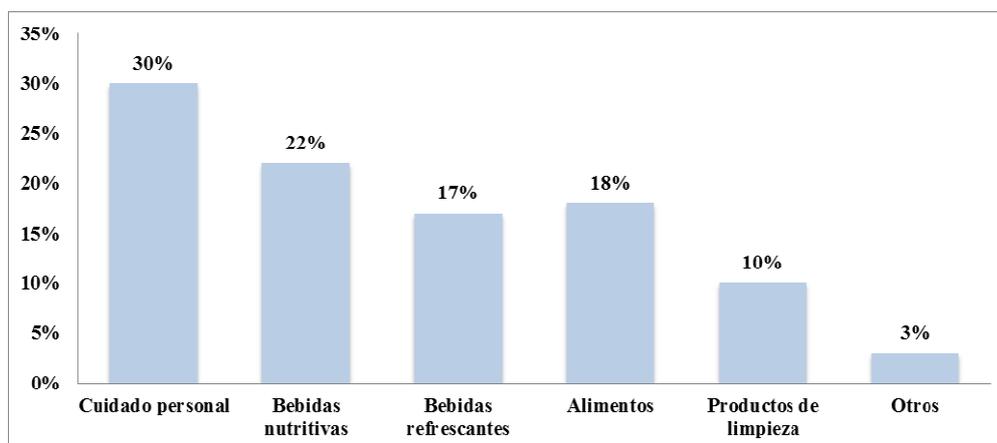
Ilustración 9: Inflación del 2010



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

Social.- Según las estadísticas del INEC alrededor del 20% las familias ecuatorianas destinan a la compra de vestimenta, unas de las encuestas realizadas a las familias que tienen de 3-4 miembros invierten alrededor de 15% del ingreso mensual a las compras de vestimenta y calzados. Las estadísticas publicadas por el INEC en el 2013 se pudo constatar destinan alrededor del 25% para alimentos y bebidas no alcohólicas. (INEC, 2013). A continuación se mostrará estadísticas sobre el gasto en el cuidado personal.

Tabla 12: Gastos más frecuentes de los ecuatorianos en el 2013



Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: (Worldpanel, 2012)

Tecnológico.-En el Ecuador el 25% de los hogares cuentan con computadora, las personas entre las edades de 15-25 años de edad cuentan con internet en un celular inteligente.

Mediante un informe el Ministerio de Telecomunicaciones dio a conocer a la sociedad que el 83% de pequeñas y medianas empresas usan el internet ya sea para dar a conocer la marca o vender un producto

Las provincias con mayor acceso a internet son:

- Galápagos
- Guayas
- Pichincha

4.2. Macro, Meso y Micro

Macro:La presente propuesta se realizará, en la provincia del Guayas en la zona norte de Guayaquil.

En los últimos años se ha promoviendo el emprendimiento y la creación de nuevas empresas para jóvenes ecuatorianos, por esta razón dentro de América Latina se considera a Ecuador como uno de los principales países que incentiva la creación de pequeñas y medianas empresas.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

En el 2012 según el reporte de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) los mayores porcentaje de emprendimientos son: Ecuador 26.6%, El Salvador 15%, Panamá 9% Colombia 20% Perú 20% Chile 23% Argentina 19%. También según el reporte de la TEA (La Actividad Emprendedora Temprana) estableció que el 54% son mujeres emprendedoras al 70% de los negocios de emprendimientos se llevan a cabo en las áreas urbanas. (GEM , 2012)

Meso:La empresa Eco-Slippers se desarrollará en la industria manufacturera enfocándose también al cuidado de la belleza femenina específicamente en los pies, la empresa ofrecerá zapatillas ecológicas para pedicura para que se sientan más seguras al momento de haberse realizado el pedicura, al salir de los centros de belleza y así puedan realizar diversas actividades sin que su pedicura se dañe o sus pies se puedan lastimar con algún objeto que se encuentre en la calle y/o piso.

Micro: Se enfocará a los centros de belleza y spas que se encuentran en el norte de Guayaquil.

4.3. Atractividad de la Industria

La industria manufacturera en el Ecuador es uno de los sectores que brinda mayor aporte al país, se calcula que alrededor de 14% es la contribución al producto interno bruto. En el 2008 la industria manufacturera creció el 6.8%. (Sión, 2013)

En el 2012 mediante un informe del INEC se puso constatar que la industria manufacturera cada año crecer alrededor del 9.3%. En el 2013 fue la industria que más plazas de trabajo ofreció.

La empresa Eco-Slippers tiene una ventaja, y es que las zapatillas serán elaboradas con material reciclado, lo cual entra en el rango de productos ecológicos, actualmente el gobierno está apostando por productos que se realicen de forma ecológicas para así contribuir al cuidado del medio ambiente.

4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

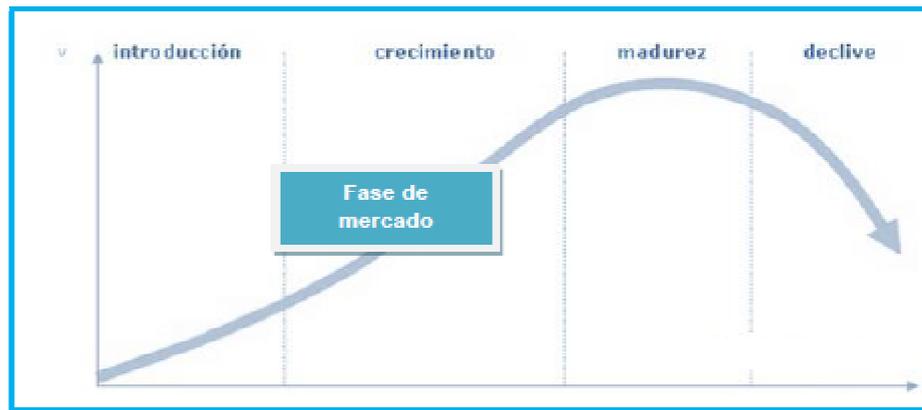
El cuidado por la salud y la belleza femenina se encuentra actualmente en crecimiento debido a que las mujeres ecuatorianas se realizan el pedicura por diversos motivos: eventos sociales, salud, trabajo entre otros. La mayoría de las mujeres acuden a los centros de belleza

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

a realizarse el pedicure una o dos veces al mes, siempre están dispuestas a invertir dinero por verse y sentirse bien.

También existe un porcentaje notorio de mujeres que tienen diabetes y acuden con mayor frecuencia a realizarse el pedicure para que de esta manera su salud no se vea afectada.

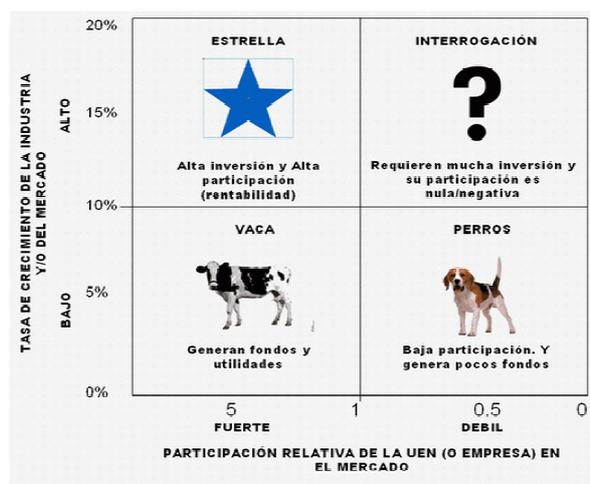
Ilustración 10: Ciclo de vida del producto.



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: (Vera, 1991)

4.5. Matriz BCG

Ilustración 11: Matriz BCG



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: (Francés, 2006)

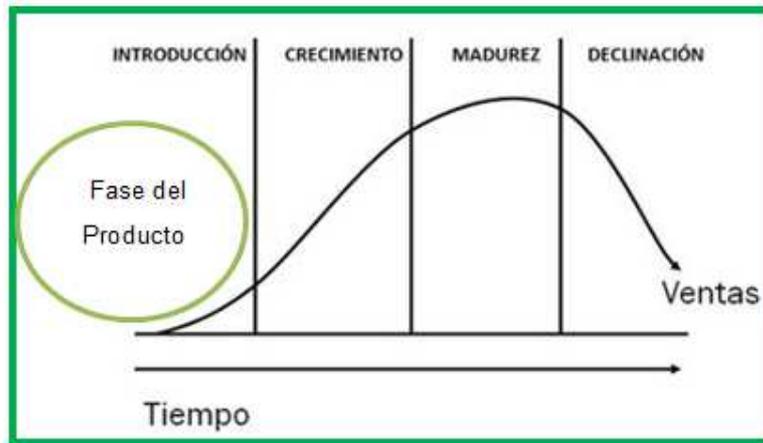
Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

La empresa Eco-Slippers se encuentra dentro del cuadro de la incógnita debido a que el producto recién saldrá al mercado con características que actualmente el mercado no ofrece se cuenta con una demanda insatisfecha, la empresa iniciará su participación en el mercado ecuatoriano por tal motivo no se abarcará una gran parte del mercado.

Se tendrá también que analizar la aceptación no solo de las mujeres ecuatorianas sino también de los centros de belleza y spas debido a que ellos serán los principales distribuidores.

4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Ilustración 12: Análisis del ciclo de vida del producto.



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: (Vera, 1991)

En la ciudad de Guayaquil actualmente no existe la comercialización de zapatillas ecológicas para pedicura. Por este motivo el producto se encuentra en la fase de introducción, cuando ya se empiece a comercializar en el mercado guayaquileño se podrá analizar la aceptación por parte de las mujeres ecuatorianas.

4.7. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

Ilustración 13: Fuerzas de Porter



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: (Porter, 1985)

Rivalidad entre los competidores existentes.-

La rivalidad de los competidores existentes es baja debido el producto está enfocado a un mercado que no se encuentra satisfecho y existe un mercado potencial.

Amenaza de nuevos competidores.-

Los nuevos competidores pueden entrar de forma muy rápida ofreciendo un producto similar o igual, las barreras de entradas es media, debido a que para la creación y ejecución de este modelo de negocio no se necesita una gran inversión, ni un estudio a profundidad. Lo que diferenciará el producto son los precios, la publicidad se realizará por medio de flyers, las redes sociales, mail e información en la página web.

Amenaza de producto y servicios sustitutos.-

La amenaza de un producto sustituto es media, aunque en el mercado no existe la comercialización de zapatillas ecológicas para pedicura, existen productos sustitutos como los separadores de uñas de goma eva para pedicura, y separadores de gel, zapatillas para pedicura elaboradas con goma de eva, son las que actualmente se comercializan en Ecuador.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Ilustración 14: Productos sustitutos.



Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Poder de negociación de los proveedores.-

El poder de negociación es medio debido a que existen proveedores de productos reciclados.

Poder de negociación de los clientes.-

El poder de negociación en lo que respecta a los clientes es bajo, ya que será un producto que se va a introducir en el mercado, los procesos de elaboración de las zapatillas serán de forma ecológica siendo esto un valor agregado para el producto. Se aplicarán estrategias de marketing para poder llegar a los centros de belleza y a los consumidores finales que son las mujeres ecuatorianas.

En conclusión la empresa Eco-Slippers es muy atractiva en el ámbito de la belleza y por lo tanto tiene grandes oportunidades de crecimiento en el mercado ecuatoriano.

4.8. Análisis de Oferta

4.8.1. Tipo de Competencia

Directa: La empresa Surestar que se encarga de distribuir a pequeñas y medianas locales en Guayaquil.

Indirecta: Aquellas empresas que se dedican a la comercialización de materiales que cumplen funciones similares a las zapatillas para pedicura como lo son: separadores para uñas de material de fomix y los separadores de gel para uñas.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Mercado Potencial.- Todas las mujeres ecuatorianas que acuden a los centros de belleza a realizarse el pedicure y tienen que invertir tiempo adicional porque el pedicure se les daña con frecuencia.

Mercado Real.- Las mujeres ecuatorianas que acuden a los centros de belleza a realizarse el pedicure por tal motivo adquieren las zapatillas para no tener que invertir tiempo adicional, y los centros de belleza para no tener que retrasar los turnos

Mercado Meta.-El mercado meta de Eco-Slippers son todas las mujeres que quieren sentirse bien, y acuden a los centros de belleza a realizarse diversos cambios estéticos.

4.8.3. Características de los Competidores

A continuación se detallarán los competidores directos que es Surestar y los demás son competidores indirectos.

Tabla 13: Competidores Directos e Indirectos.

Empresa	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Productos Principales	Línea de Precio
Surestar	Medio	3 años	Bahía Mall	Zapatillas para pedicure	Media
AMC Industry Co	Alto	9 años	Anhui, China	-Zapatillas para pedicure -Separadores de uña	Alta
YiwuRunni Art Co	Medio	3 años	Zhejiang, China	-Zapatillas para pedicure. -Separadores de uña. -Lima de uñas. -Cepillo de uñas.	Media
FuqingShengde Plastic & Rubber Products Co	Alto	19 años	Fujian, China	Eva hoja de la espuma, carta de espuma Eva, Eva zapatillas desechables y separador del dedo del pie	Alta
Zheng Da Factory	Medio	9 años	Guangdong, China	-Productos consumibles, - Productos no tejidos, productos de belleza	Alta

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

Tabla 14: Benchmarking

Competidores	Contra-Estrategia
Precios bajos	Producto ecológico
Variedad en tallas y colores	Accesibilidad en la página web
Accesibilidad para comprar el producto	Producto resistente y empaque reutilizable.

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

4.9. Análisis de la Demanda

4.9.1. Segmentación de Mercado

El segmento de mercado son las mujeres ecuatorianas que se realizan el pedicure en los centros de belleza en el norte de Guayaquil

4.9.1.1. Criterio de Segmentación

En este inciso se explicará los diferentes aspectos del análisis de la demanda.

Tabla 15: Criterio de segmentación

Variable	Criterio
Geografía:	Habitantes de la ciudad de Guayaquil
Demografía:	Mujeres ecuatorianas
Socio-económica:	Media típica – Media Baja
Psicografía:	Mujeres ecuatorianas que se realicen pedicure en los centros de belleza.

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

4.9.1.2. Selección de Segmentos

Este segmento está enfocado para las mujeres ecuatorianas entre las edades de 18-55 años de edad que residen en el norte de Guayaquil, y les guste realizarse el pedicure pero tienen que exponer su salud en los centros de belleza al caminar descalzas mientras esperan que el pedicure se seque por completo.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

4.9.1.3. Perfiles de Segmento

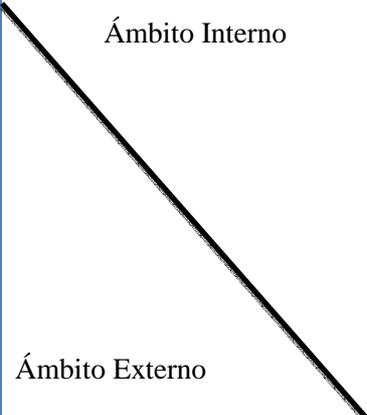
Las mujeres ecuatorianas de un nivel medio típico medio - medio bajo que buscan un producto que les ayude a evitar que el pedicure se les dañe, y al utilizarlas puedan realizar varias actividades al retirarse de los centros de belleza.

El consumidor al que está enfocado Eco-Slippers cuenta con ciertas características:

- Mujeres que se realizan pedicure.
- Mujeres que tienen que exponer su salud al andar sin zapatillas dentro de los centros de belleza, hasta que su pedicure esté totalmente seco.

4.10. Matriz FODA

Tabla 16: Matriz FODA

<p>Ámbito Interno</p>  <p>Ámbito Externo</p>	<p>Fortaleza</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser un producto ecológico que se enfoca a contribuir con el medio ambiente. -Ofrecer un producto de calidad el cual diferencia al producto que actualmente existe en el mercado. -Un producto diferenciado, enfocado a las necesidades del consumidor. - Se brinda un producto de calidad que será de gran ayuda para los centros de belleza y las mujeres. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poca experiencia en el mercado ecuatoriano. - No contar con los recursos financieros suficientes.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - La obtención de certificados que brinda el Ministerio del ambiente por ser una empresa ecológica. - La expansión del producto a otros sectores de la ciudad de Guayaquil. -Mercado de belleza con alto crecimiento. 	<p>F-O</p> <ul style="list-style-type: none"> -Crear una estrategia de marketing para crear una excelente publicidad del producto. - Cumplir con todos los requisitos que dispone el Ministerio del Ambiente para poder obtener todas las certificaciones que actualmente ofrece. 	<p>D-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buscar nuevos socios que desean invertir en la empresa Eco-Slippers. - Invertir en las capacitaciones y programas que ofrece el Ministerio del Ambiente. - Brindar a los empleados capacitaciones para que puedan elaborar un producto de calidad.
<p>Amenaza</p> <ul style="list-style-type: none"> - La existencia de nuevas regulaciones a nivel nacional e internacional - Empresas que se dediquen a la creación de zapatillas ecológicas para pedicure. - Alianzas entre los competidores y los 	<p>F-A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Invertir tiempo para realizar encuesta a nuestros consumidores y saber sus opiniones acerca del producto. - Brindar a los clientes grandes descuentos para de esta manera captar más clientes. -La creación de una fan page para poder mostrar el producto y que los distribuidores conozcan todo acerca de la 	<p>D-A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitar a los artesanos para que puedan realizar un buen proceso de manufactura. - Brindar a los distribuidores precios módicos para que puedan adquirir las zapatillas ecológicas para pedicure.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

proveedores.	empresa y el proceso de elaboración del mismo.	
--------------	--	--

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

4.11. Investigación de Mercado

4.11.1. Método

Los métodos que se utilizarán son:

- Cualitativo: en este método se deberá determinar dos preguntas muy importantes que son: ¿Por qué? ¿Y cómo se llegó a tomar la decisión? El método cuantitativo se lo realiza por medio de entrevistas.
- Cuantitativo: Se realiza encuestas a los gerentes de los centros de belleza, la información deberá ser presentada por medio de gráficos, debido a que la información debe ser específicamente numérica o estadística.

4.11.2. Diseño de Investigación

Se especificará los objetivos de la investigación, el tamaño de la muestra con sus respectivas técnicas y análisis de datos.

4.11.2.1. Objetivos de la Investigación

Cuantitativas:

Objetivo General.-

- Determinar el nivel de aceptación de las zapatillas ecológicas para pedicure por parte de los centros de belleza y las mujeres que habitan en el norte de Guayaquil.

Específicos.-

- Determinar con qué frecuencia las mujeres ecuatorianas acude a los centros de belleza a realizarse el pedicure.
- Conocer si las mujeres estarían dispuestas a comprar las zapatillas ecológicas para pedicure.
- Determinar el precio que estaría dispuesto a pagar por las zapatillas para pedicure.
- Averiguar las preferencias de las mujeres en las zapatillas con respecto: colores llanos o colores variados.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Conocer el nivel de agrado de que las zapatillas contengan productos reciclados.
- Consultar si las mujeres guayaquileñas desearían que las zapatillas tengan algún accesorio.

Cualitativas:

Objetivos Generales:

- Conocer el nivel de aceptación de las zapatillas ecológicas para pedicura por parte de los centros de belleza.

Objetivo Especifico.-

- Conocer los principales problemas que tienen las mujeres al momento de realizarse el pedicura.
- Investigar las posibles soluciones a los problemas que tienen cuando se realiza el pedicura
- Conocer el agrado o desagrado a las zapatillas ecológicas para pedicura.
- Establecer la apertura de vender las zapatillas ecológicas para pedicura por parte de los centros de belleza.
- Investigar el tipo de negociación que quisieran llegar con el proveedor de las zapatillas para venderlas en los centros de belleza.

4.11.2.2. Tamaño de la Muestra

La investigación se realizó en la parroquia Tarquí según los datos del INEC en el norte de Guayaquil en el sector Saucos hay 338,695 mujeres, se aplicó el muestreo aleatorio simple (MAS).El presente estudio tendrá un margen de 5.7% de error y un 95% de confianza. Para sacar el valor de la muestra se debe utilizar la siguiente fórmula:

Ilustración 15: Formula de muestra

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: (Aguilar, 2012)

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

A continuación se explicará en que consiste cada una de las variables de la fórmula de la muestra.

Tabla 17: Variables

Variable	Descripción
N	Es el tamaño de la población
Z	Es el nivel de confianza
P	Es la probabilidad del éxito o la proporción esperada
Q	Es la probabilidad de fracaso
D	Es el margen de error

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: (Aguilar, 2012)

Ilustración 16: Tamaño de muestra

Finita (-10.000)		
P =	0,5	<--- Ingrese P (Fijo)
E =	0,057	<--- Ingrese Error
N =	338695	<--- Ingrese Población
Z =	1,96	<--- Ingrese Z (Fijo)
n =	295	<--- El tamaño de la muestra es

Elaborado por: Fanny Esteves P.

4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

La técnica que se aplicó en el análisis de la información fueron entrevistas cara a cara se trabajó con el programa Statistical Product and Service Solutions SPSS

4.11.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal etc.)

La investigación exploratoria se recomienda aplicarla en las etapas iniciales de los procesos, se realizarán entrevistas a cuatro gerentes de centros de belleza, para poder saber las opiniones acerca de las zapatillas ecológicas para pedicure

4.11.2.3.2. Concluyente (Encuesta)

La investigación concluyente brinda información que permite analizar y seleccionar en curso de acción, para obtener los datos cuantitativos de la presente investigación de mercado

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

se realizaron 300 encuestas a mujeres guayaquileñas cuya residencia queda en el norte de Guayaquil (Sauces). [ANEXO 2](#)

4.11.2.4. Análisis de Datos

4.11.2.4.1. Análisis de datos cualitativos

De acuerdo a la información recolectada en las entrevistas efectuadas se concluye lo siguiente: a los cinco propietarios de los centros de belleza, les agrada la propuesta para la creación de unas zapatillas que evite que el pedicure se dañe, debido a que ya no tendrán el principal y mayor problema el atraso en los turnos, tener que volver a realizar el pedicure lo que ocasiona también la utilización de los materiales.

Ilustración 17: Cadena de Suministro de Eco-Slippers



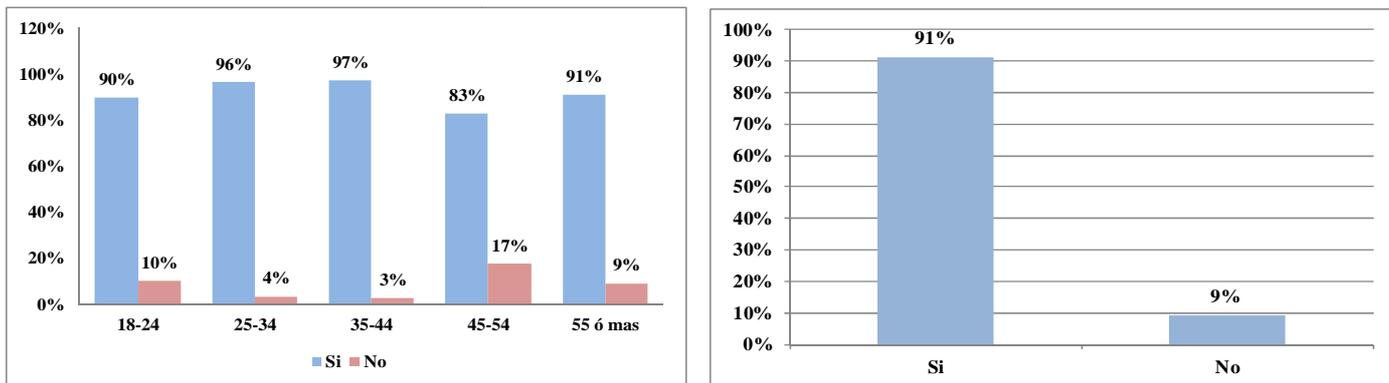
Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

4.11.2.4.2. Análisis de datos cuantitativos

En el presente inciso se analizan los datos del método cualitativo y cuantitativo, Se mostrará inicialmente las encuestas realizadas a las mujeres que residen en el norte de Guayaquil (Sauces), luego las entrevistas realizada a los gerentes de los centros de belleza.

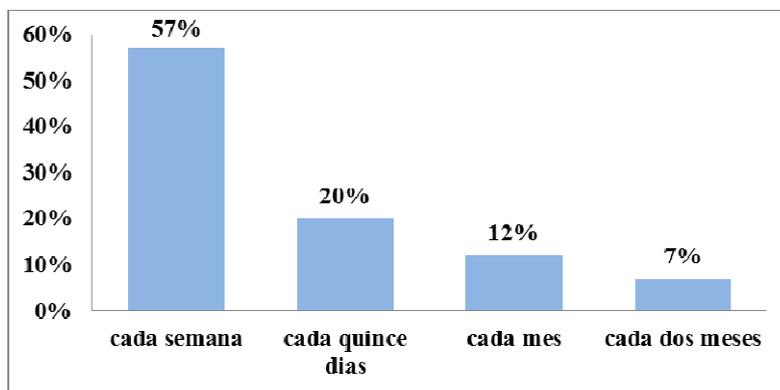
Ilustración 18: ¿Acuden a los centros de belleza a realizarse el pedicure?



Base: 300 encuestados
Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

El 91% de las mujeres que realizaron las encuestas si acuden a los centros de belleza, mientras que el 9% no. Entre las edades de 18-24 el 90%, 25-34 el 96%, 35-44 el 97%, de 45-54 el 83% y de 55 o más el 91% acuden a los centros de belleza.

Ilustración 19: Con qué frecuencia acude a los centros de belleza a realizarse el pedicure?

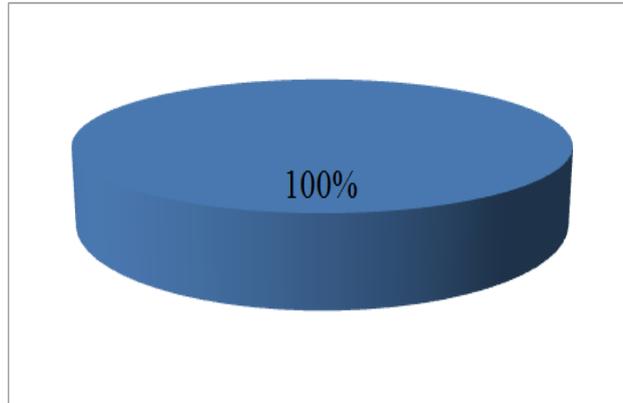


Base: 275 encuestados
Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

La mayoría de las mujeres encuestadas acuden a los centros de belleza a realizarse el pedicure cada semana con el 57% cada quince días con el 20% cada mes con el 12% y cada dos meses el 7%

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

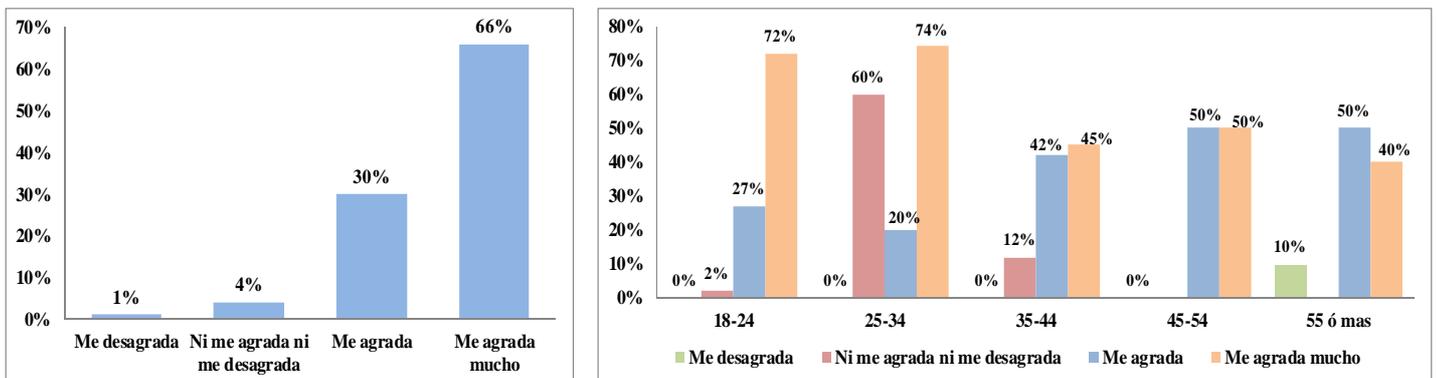
Ilustración 20: ¿Cree usted que la creación de unas zapatillas para pedicure sería de gran ayuda para evitar que su pedicure se dañe y tenga que invertir tiempo adicional



Base: 275 encuestados
Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

Todas mujeres encuestadas dijeron que las zapatillas ecológicas para pedicure les ayudaría a evitar que el pedicure se dañe y no tener invertir tiempo adicional. Es decir que el 100% de las mujeres están consientes que estas zapatillas serían de gran ayuda.

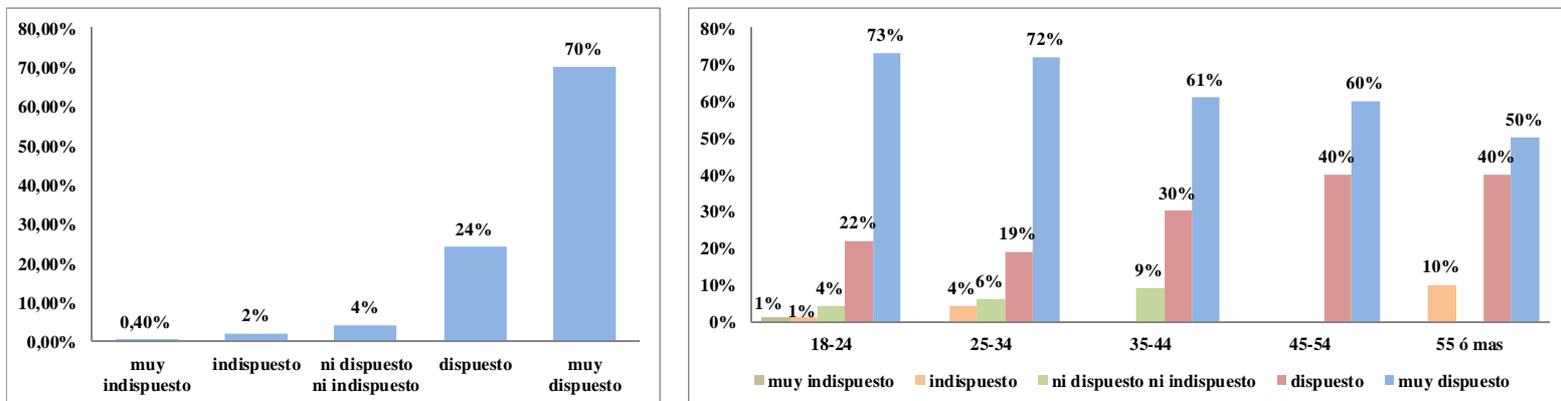
Ilustración 21: Nivel de agrado a la creación de unas zapatillas ecológicas para pedicure



Base: 275 encuestados
Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

Al 66% de las mujeres que realizaron las encuesta les agrada mucho mientras que el 30% es agrada con un 4% ni le agrada ni le desagrada y el 1% le desagrada. Las edades de 25-34 son las que más les agradan con el 74%.

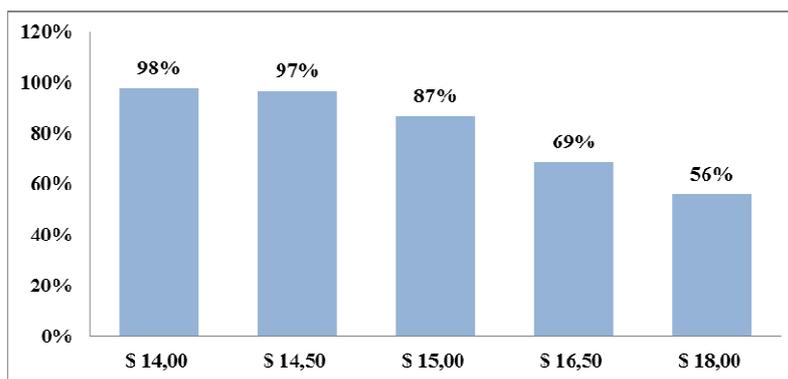
Ilustración 22: ¿Qué tan dispuestas estarían comprar unas zapatillas ecológicas para pedicure?



Base: 275 encuestados
 Elaborado por: Fanny Esteves P.
 Fuente: La Investigación

De acuerdo a la información obtenida el 70% de las mujeres están muy dispuesta a comprar las zapatillas para pedicure mientras que un 24% está dispuesto, el 4% ni dispuesto ni indispuesto el 2% indispuesto. Entre las edades con mayor disponibilidad de comprar es de 18-24 con un 73% y entre las edades de 25-34 un 72%

Ilustración 23: Cuánto estaría dispuesto a pagar por las zapatillas ecológicas para pedicure



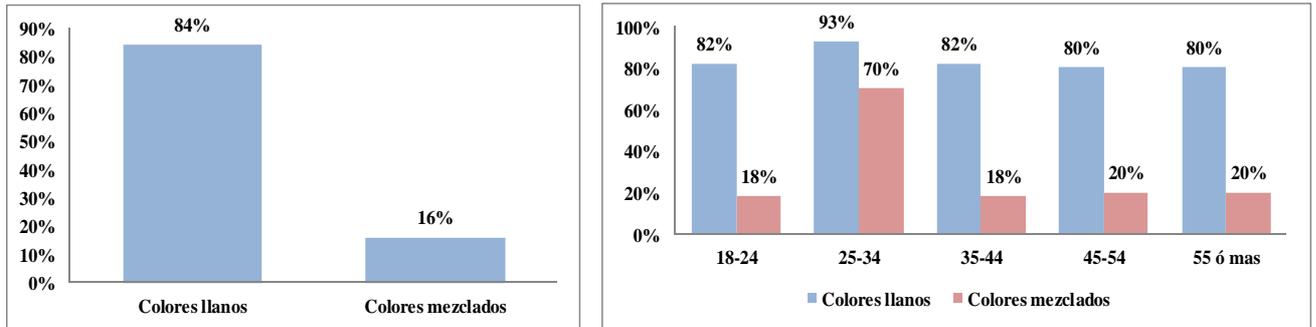
Base: 275 encuestados
 Elaborado por: Fanny Esteves P.
 Fuente: La Investigación

En lo que corresponde a precio las mujeres estarían dispuestas en un 98%, pagar \$14.00 con mientras que \$14.50 el 97%, \$15.00 el 87%, \$16.50 el 69% y \$18 el 56%. Por

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

medio de la encuestas se puede ver que el precio con mayor porcentaje de aceptación es el de \$14.00

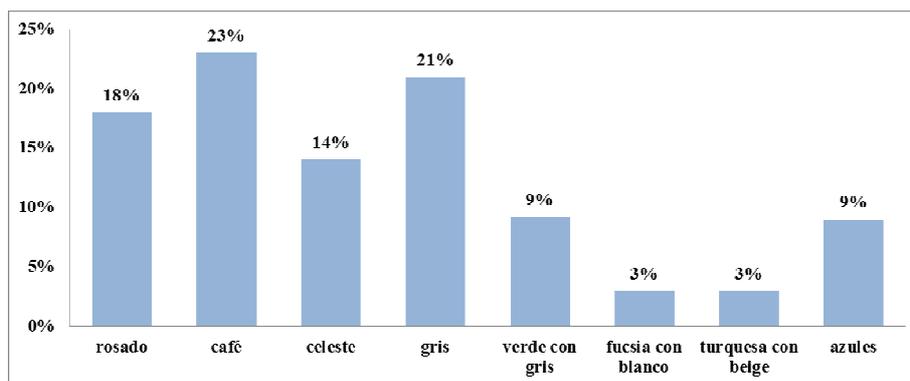
Ilustración 24: Que colores le gustaría que tengan las zapatillas ecológicas para pedicura?



Base: 275 encuestados
Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación

A la mayoría de las mujeres les gustaría que los colores de las zapatillas sean llanos con un 84% mientras que el 16% prefieren que tengan colores llanos. Las mujeres entre 18-24 y 25-34 años prefieren en un 82% y 93% con un mayor porcentaje prefieren que sean colores llanos.

Ilustración 25: Colores de las zapatillas.



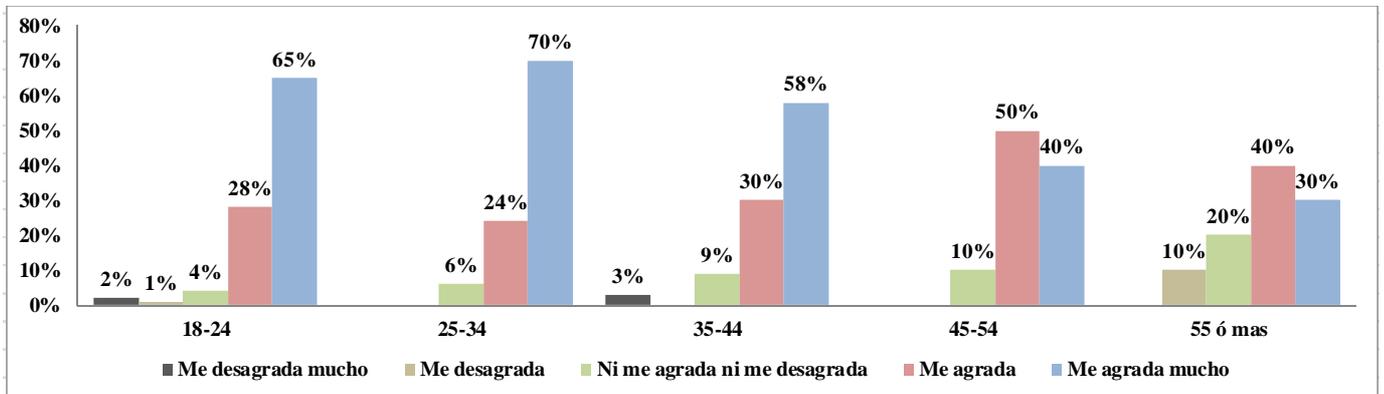
Base: 275 encuestados
Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación

En el gráfico de las encuestas anteriores se pudo observar que las mujeres prefieren los colores llanos dentro de estos colores las mujeres prefieren más el color café con el 23%, el color gris con el 21% el color rosado el 18%, el color celeste con el 14% y finalmente el color azul con el 9%.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

En lo que respecta a colores mezclados el verde con gris con el 9% mientras que las combinaciones de fucsia con blanco el 3% y el turquesa con beige el 3% también.

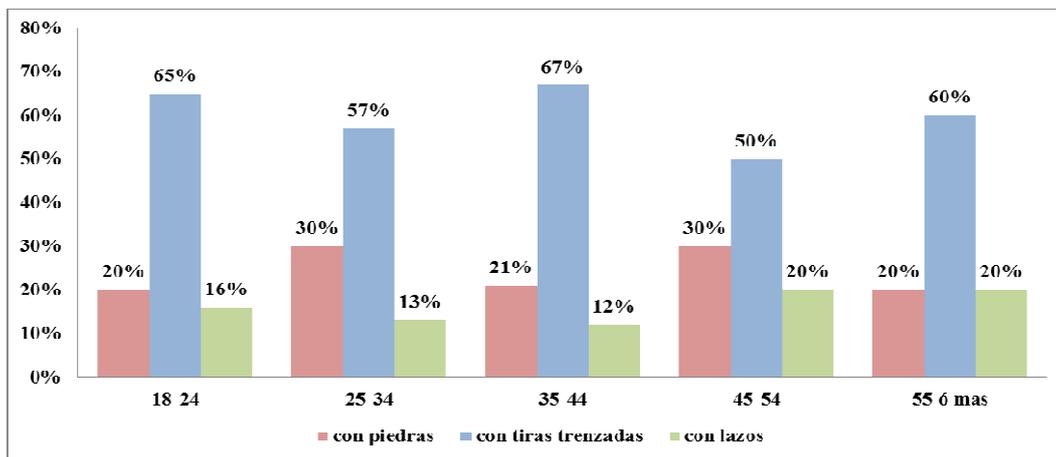
Ilustración 26: ¿Me podría indicar su nivel de agrado a zapatillas que contengan productos reciclados



Base: 275 encuestados
Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación

Según la información recolectada les agrada mucho con 65% entre las edades de 18-24, con el 70% de 25-34, el 58% de 35-44 años el 40% y de 5 o mas el 40%.

Ilustración 27: Le gustaría que las zapatillas lleven algún tipo de accesorio?



Base: 275 encuestados
Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación

Entre las edades de 18-24 años prefieren el 65%, de 25-34 años con el 57%, de 35-44 años con el 64%, de 45-54 años con el 50% y de 55 o más años con el 60% prefieren que las zapatillas lleve tiras trenzadas

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

4.11.2.5. Resumen e Interpretación de resultados

Método Cuantitativo.- Se pudo constatar la aceptación de las zapatillas por parte de las mujeres ecuatorianas, el cien por ciento de las mujeres encuestadas desearían unas zapatillas ecológicas para pedicure y así no tener invertir tiempo adicional o exponer su salud, también es de gran agrado que las zapatillas sean elaboradas con materiales reciclables para así tener un beneficio con: clientes, empresa y el medio ambiente.

Método Cualitativo.-

Pregunta 1 ¿Cuáles son los principales problemas que las clientas tienen al momento de haberse realizado el pedicure? ¿Se pueden evitar estos problemas?

Los principales problemas que los centros de belleza tienen con los clientes una vez finalizado el pedicure, es que muchas veces se daña una o varias uñas y el tiempo que se debe invertir también depende si se ha realizado algún tipo de diseño, un solo tono o francés.

Se tiene que ayudar a las clientas a colocarse las zapatillas porque muchas de ellas tienen que retirarse de inmediato de los centros de belleza

Sin duda alguna estos problemas pueden llegar a su fin al tener en los centros de belleza unas zapatillas con el cual las clientas puedan colocárselas solas, sin problema a que su pedicure se dañe.

Testimonial 1: “Tenemos muchos problemas con las clientas al momento que se retrasan los turnos.” (Marena Alcívar)

Testimonial 2: “Nuestro mayor problema ocurre cuando las clientas se colocan las zapatillas comerciales” (Omar Escobar)

Pregunta 2 ¿Les gustaría que en el mercado exista la comercialización de zapatillas ecológicas para pedicure? ¿Por qué?

A todos los entrevistados les gustaría que en el mercado se comercialice estas zapatillas para no tener que invertir tiempo adicional a cada pedicure y que las clientas no se sientan bien atendidas al tener que esperar para realizarse el pedicure. También es un

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

beneficio ofrecer un producto que este elaborado de forma ecológica porque se estará ayudando al medio ambiente, y la empresa tendrá reconocimientos por el ministerio del medio ambiente.

Testimonial 3: “Cuando ya se comercialicen estas zapatillas seremos los más beneficiados junto con nuestras clientas”

Pregunta 3 ¿Cuáles son las ventajas o desventajas que usted considera que tendrían la creación de unas zapatillas que evitarán que el pedicure se dañe?

Ventajas: Agendar más turnos ya que no tendrán que invertir tiempo cuando el pedicure se dañe.

Desventajas: No consideran que la creación de las zapatillas tenga algún tipo de desventaja

Pregunta 4 ¿Estarían dispuesto a comercializar unas zapatillas ecológicas para pedicure, dentro de sus centros de belleza? Por qué?

Los gerentes del centros de belleza comentan que están dispuestos a adquirir las zapatillas para poder comercializarlas en el centros de belleza porque le ayudaría a dejar de invertir tiempo y que los turnos no se retrasen, y que las clientas cuenten con unas zapatillas que al momento de colocárselas se sientan seguras, y así no tengan que exponer su salud al momento de caminar descalzas, ya que muchas de las clientes padecen ciertas enfermedades siendo la más común la diabetes.

Testimonial 4: Al ofrecer estas zapatillas las clientas se sentirán más seguras al colocarse y podrán retirarse de forma inmediata de los centros de belleza no tendrán que esperar.

Pregunta 5 ¿Cuál es el tipo de negociación que desea tener para adquirir unas zapatillas ecológicas para pedicure con respecto a: ...?

- Tiempo de entrega
- Diseños

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Calidad
- Garantías

El tipo de negociación que desearían es que las zapatillas se encuentren en excelente estado y en caso que un par zapatilla cuenten con algún daño se las cambien sin problema alguno, otro factor importante es el tiempo de entrega, estos son los dos puntos de mayor importancia para los gerentes de los centros de belleza.

4.11.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

Método Cuantitativo

- Por medio de las encuestas realizadas se pudo constatar que el 91% de las mujeres encuestadas si acuden a los centros de belleza a realizarse el pedicure.
- Todas las mujeres encuestadas es decir el 100% están conscientes que la creación de las zapatillas evitará que el pedicure se dañe
- Al 96% de las mujeres les agrada la creación de las zapatillas ecológicas para pedicure.
- La mayoría de las mujeres están dispuestas a comprar las zapatillas con un precio de \$14.00
- Las mujeres prefieren que las zapatillas sean de colores llanos y que los colores de mayor preferencia son el café con el 23% y el gris con el 21%.
- El 92% de las mujeres les agrada que las zapatillas estén elaboradas con material reciclado
- Las zapatillas por preferencia del 62% de las mujeres prefieren que estén elaboradas con tiras trenzadas.

Método cualitativo:

- Los beneficios que los gerentes de los centros de belleza desean recibir al comercializar las zapatillas en los centros de belleza es ya no tendrán que invertir tiempo en arreglar el pedicure dañado por las zapatillas y el retraso de los turnos.
- La disponibilidad de comercializar las zapatillas en los centros de belleza
- Existe una alta expectativa por la comercialización de las zapatillas ecológicas para pedicure.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Existe grandes ventajas para que se dé la creación de estas zapatillas más aun siendo ecológicas no tienen ninguna desventaja.

4.11.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

- Enfoque en las diferentes recomendaciones obtenidas por medio de la investigación de mercado.
- Enfocarse en elaborar zapatillas con los colores de mayor elección en las encuestas.
- Vender las zapatillas a un precio promedio el cual las mujeres estarían dispuestas a pagar.
- Considerar el nivel de aceptación por la creación de las zapatillas y el agrado de que sean ecológicas al momento de lanzar el producto al mercado.
- Por el grado de aceptación de las zapatillas, invertir en el crecimiento del negocio a otros sectores de la ciudad de Guayaquil.

4.12. Cuantificación de la Demanda

En los siguientes ítems se podrá analizar el mercado potencial, es decir los posibles clientes de Eco-Slippers.

4.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

La segmentación del mercado de personas que habitan en el norte de la ciudad de Guayaquil es de 674.985 personas, en el cual el número de mujeres es de 338.695, luego de la investigación de mercado se pudo constatar que el porcentaje de disposición de adquirir las zapatillas ecológicas para pedicure es el 94%, teniendo como mercado potencial 318,373 personas. La demanda potencial insatisfecha 28,653

4.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Añoso Tiempo que Establezca el Payback

Ilustración 28: Payback

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Netas	\$ 112.896,00	\$ 134.534,40	\$ 163.924,99	\$ 187.830,72	\$ 220.388,04

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General.-

Estudiar las estrategias de marketing que podrían ayudar a Eco-Slippers a posicionarse en el mercado.

Objetivo Especifico.-

- Obtener el 30% del mercado meta durante el primer año.
- Obtener el 80% de la satisfacción del cliente en el primer año.
- Lograr un 35% de reconocimiento de la marca Eco-Slippers del mercado potencial en el primer año

5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

El mercado meta de la empresa son las mujeres que residen en el norte de Guayaquil entre las edades de 18-55 años que les gusta acudir a los centros de belleza por salud, estética, trabajo entre otros.

La capacidad que tiene la empresa para elaborar zapatillas es de 70 pares por día el costo de cada una de ellas es de \$14.00 en donde se obtiene un total de ventas en unidades de 280 semanales, al mes serán 1120 unidades y en el año se obtendrá la cantidad de 13.440 zapatillas como capacidad máxima que corresponderá en ventas anuales de \$188.160, la empresa empezará su producción bajo el 60% de su capacidad máxima.

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

La empresa Eco-Slippers aplicará las siguientes estrategias de penetración del mercado: Combinación de estrategias de precios, promoción, ventas y mejorar la calidad del producto, la empresa realizará diferentes promociones para dar a conocer el producto a los clientes, también se brindará capacitaciones a los empleados acerca del buen servicio al cliente, para obtener una cartera de clientes.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

se dañe y tengan que invertir tiempo adicional lo que ocasiona atraso en los turnos en lo que respecta a los centros de belleza e invertir tiempo adicional por parte de las mujeres.

- Calidad percibida: Se desea que las mujeres guayaquileñas puedan ver los beneficios que ofrecen las zapatillas ecológicas para pedicure al momento de usarlas.
- Ventaja competitiva: Una empresa socialmente responsable al ofrecer un producto ecológico en el mercado guayaquileño.
- Símbolos identitarios: El logo que utilizará Eco-Slipper se lo mostrará en la siguiente ilustración.

Ilustración 30: Símbolo identitarios de la empresa.



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

5.2.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV)

La empresa Eco-Slippers considera los siguientes factores para la valoración de la marca.

Tabla 18: Valoración del activo de la marca

Diferenciación	Energía	Relevancia	Estima	Conocimiento
Un producto ecológico.	Después de 3 años llegar a diversificar el producto, pero siempre de forma ecológica.	-Una buena publicidad será de vital importancia para que la marca se pueda dar a conocer. -Brindar a nuestras clientas diferentes modelos de zapatillas.	-Se creará una relación muy estrecha con los centros de belleza y las mujeres guayaquileñas para de esta forma saber cuáles son sus necesidades o sugerencias.	Se creará una página web en el cual constará toda la información del producto, proceso de elaboración y ofertas.

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

5.3. Marketing Mix

Dentro del marketing mix se detalla toda la información acerca de:

Ilustración 31: Marketing Mix



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

Eco-Slippers aplicará una estrategia de diferenciación en el cual se brindará charlas o presentaciones en los centros de belleza para que se conozcan los beneficios que brindan las zapatillas a las mujeres guayaquileñas y así tengan un amplio conocimiento acerca del producto a comercializarse

5.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, composición, color, tamaño, imagen, slogan, producto esencial, producto real, producto aumentado.

Tabla 19: Descripción del producto

Definición	Ofrecer a los centros de belleza unas zapatillas ecológicas para pedicure y así no tener que invertir tiempo adicional en arreglar el pedicure dañado.
Servicio Esencial	Unas zapatillas que evite que el pedicure se dañe al momento de colocárselas.
Servicio Real	Zapatillas ecológicas para pedicure con precio accesibles.
Servicio Aumentado	Zapatillas ecológicas para pedicure con diferentes colores y diseños.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Slogan	“Cuidando tus pies”
Imagen	La imagen del presente negocio será mostrado en el ítem 5.2.1 correspondiente a símbolos identitarios
Color	Colores Variados y Colores llanos
Tamaño	Desde la talla 6 hasta la 9 ^{1/2}

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto Componente central, empaque y servicio de apoyo, requerimientos del cliente, condiciones de entrega, transporte, embalaje, etc.

- Empaque: se contará con un empaque para que las zapatillas no sufran ningún daño de manera que el producto se encuentre en óptimas condiciones.
- Requerimiento del cliente: Las zapatillas se encontrarán en los centros de belleza pero también podrán comprarlas mediante la página web.
- Condiciones de entrega: el cliente dejará establecido el lugar y la hora que desea recibir el producto.

5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Marcado y Etiquetado

El empaque que utilizará Eco-Slippers será ecológico, y reutilizable lo que crea un valor agregado al producto

Ilustración 32: Empaque de Eco-Slippers



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea

Tabla 20: Profundidad de línea

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Profundidad	Amplitud
Actual	Zapatillas para pedicure con tiras trenzadas
Largo Plazo	Zapatillas para pedicure con piedras jade
Largo Plazo	Zapatillas para pedicure con cuero reciclado.

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

5.3.1.5. Marcas y Submarcas

La marca de la propuesta será Eco-Slippers para el presente modelo de negocio no se creará submarcas.

5.3.2. Estrategia de Precios

En lo que respecta a los precio se explicará en los siguientes incisos.

5.3.2.1. Precios de la Competencia

Actualmente en el mercado existe la comercialización de zapatillas para pedicure son elaboradas con el material de eva, el precio es de \$4.50

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El mercado al cual se está enfocando Eco-Slippers es medio típico – medio bajo, por tal motivo el poder adquisitivo es alto, mediante el estudio de mercado que se realizó a las mujeres que residen en Sauces se pudo constatar que estarían dispuestas a pagar \$14.00 por las zapatillas ecológicas para pedicure.

5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas

Los accionistas de la empresa Eco-Slippers esperan un crecimiento anual del 15% en ventas y además tener un 10% de rentabilidad sobre las ventas

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

5.3.2.4. Políticas de Precio: Sobreprecio y descuento, márgenes brutos de la compañía, precio al menudeo (Kilo, Tonelada), término de venta; método de pago

Las políticas de precio que se aplicaran en la compañía Eco-Slippers son:

- Sobreprecio.- Se aplicará un sobreprecio cuando requieran las zapatillas con algún accesorio adicional a la que la empresa ofrece.
- Descuento: Se aplicará un descuento del 10% a los centros de belleza siempre y cuando la compra sea mayor a 70 pares de zapatillas mensuales.
- Método de pago: Eco-Slippers contará con dos formas de pago: Efectivo y tarjeta de crédito.

5.3.3. Estrategia de Plaza.

A continuación se detallará las estrategias de plaza.

5.3.3.1. Localización

La empresa Eco-Slippers a continuación detallará la localización macro y micro:

5.3.3.1.1. Macro Localización

La macro localización es la ciudad de Guayaquil, fue seleccionada por sus altos índices en el desarrollo económico del Ecuador, se la considera como un mercado potencial.

5.3.3.1.2. Micro Localización

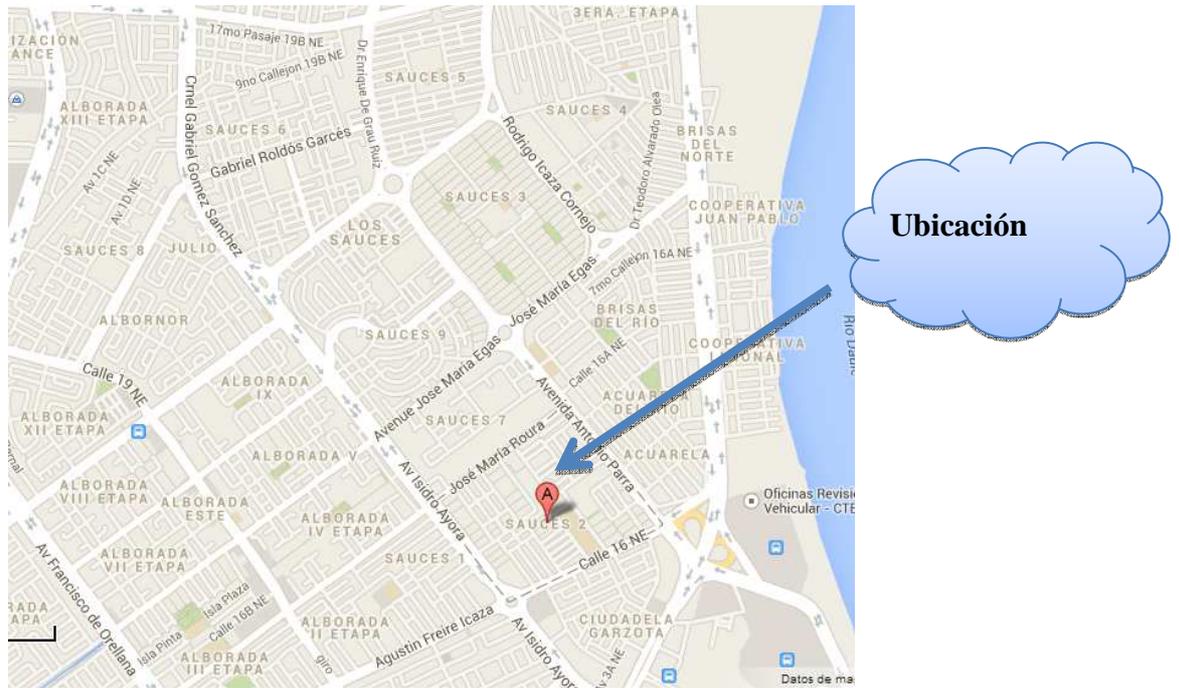
La micro localización es el sector norte de la ciudad de Guayaquil (Sauces), se lo considera como uno de los sectores de mayor comercialización, por tal motivo aquí está el mercado objetivo de la empresa Eco-Slippers

5.3.3.1.3. Ubicación

La ubicación será en Sauces II manzana F37 villa 12

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

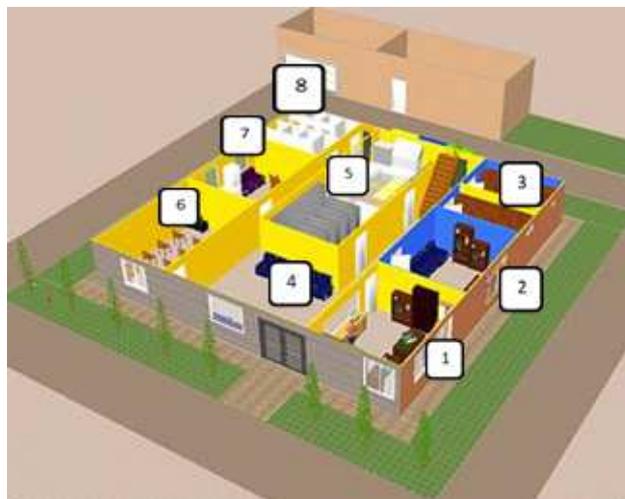
Ilustración 33: Ubicación de la empresa



Elaborado por: Fanny Esteves P.

5.3.3.1.4. Distribución del Espacio

Ilustración 34: Distribución del espacio de la empresa



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

El espacio que contará Eco-Slippers será 96 m^2 que estarán distribuidos de la siguiente manera:

1. Recepción.
2. Gerencia.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

3. Baños.
4. Área Comercial.
5. Área de trabajo.
6. Sala de reuniones.
7. Área de empaque.
8. Bodega.

5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

Eco-Slippers usará el siguiente canal de distribución:

5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes Depósitos y Almacenes.

La empresa Eco-Slippers utilizará un canal de comercialización indirecto que son los centros de belleza quienes comercializarán los productos a las mujeres. También se contará con el canal de distribución directo mediante la comercialización a través de la página web de la empresa.

5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

Eco-Slippers solo se encontrará en mercado urbano de la ciudad de Guayaquil.

5.3.3.2.3. Logística

A continuación se detallará la logística de Eco-Slippers.

- Compra: La compra de la materia prima se realizará los cinco primeros días de cada mes, para poder realizar la elaboración de las zapatillas
- Almacenamiento: Las zapatillas estarán en la bodega de la empresa para cualquier pedido trasladarlas de forma inmediata.

5.3.3.2.4. Red de Ventas

El encargado de marketing realizará visitas a los centros de belleza para dar a conocer el producto y sus beneficios

5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-Venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Tabla 21: Políticas de servicio al cliente

Pre – Venta	Las zapatillas estarán disponibles para cualquier pedido, el proceso de producción será a diario.
Post – Venta	Seguimiento mediante mail, redes sociales, llamadas para conocer acerca del uso de las zapatillas.
Quejas y Reclamaciones	Mediante mail, llamada telefónica.
Devoluciones	Los productos para que puedan ser devueltos deberán realizarse en un plazo máximo de 24 horas y deberán presentar la factura original

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

5.3.4. Estrategias de Promoción

Las estrategias de promoción se explicarán en los siguientes puntos.

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

La publicidad de above the line (ATL) no se realizará en el presente trabajo de titulación por sus altos costos. La publicidad below the line (BTL) si se realizará por que su costo no es alto, y crea una relación más estrecha con el cliente y los centros de belleza, en el cual se entregará toda la información acerca del producto se brindará flyers en donde encontrarán toda la información y beneficios de las zapatillas. También se realizará promoción median las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter entre otros).

5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria

- Concepto: Realizar publicidad a los centros de belleza, se dará toda la información acerca de los beneficios que posee el producto.
- Mensaje: Evitar que el pedicure se dañe y que las mujeres tengan que invertir tiempo adicional por otra parte evitar que los turnos se retrasen en los centros de belleza.

5.3.4.3. Promoción de Ventas

5.3.4.3.1. Venta Personal

Eco-Slippers realizará las ventas en los centros de belleza por lo cual se le brinda la información necesaria a todos los trabajadores para que tengan total conocimientos de las zapatillas, la persona que se encargará de vender las zapatillas son: el gerente de marketing y el gerente general.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivo, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

Como estrategia de trading Eco-Slippers participará en Feria de Reciclaje, que se realizan en la ciudad de Quito y Expo Recicla en Guayaquil.

- En publicidad de punto de venta: dispondrá de poster, flyers, imágenes en el que se pueda apreciar la información del producto.
- Publicidad y Promoción cooperativa: se procederá a negociar con los proveedores para obtener descuentos en la materia prima, mientras.

5.3.4.3.3. Clienting: : Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.

Las estrategias para poder promocionar las ventas de la empresa, serán: brindar muestras gratis de zapatillas en los centros de belleza, folletos en donde se detallen todo los beneficios de las zapatillas ecológicas para pedicure.

Realizar concurso en las redes sociales como por ejemplo: que suban una foto utilizando las zapatillas una vez realizado el pedicure y la persona que tiene más “like” será la ganadora de unas zapatillas que ella misma la podrá diseñar.

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

Las estrategias para promocionar las ventas de la empresa, serán: brindar muestras gratis de zapatillas en los centros de belleza, folletos en donde se detallen todo los beneficios de las zapatillas ecológicas para pedicure. Realizar concurso en las redes sociales como por ejemplo: que suban una foto utilizando las zapatillas una vez realizado el pedicure y la persona que tiene más “like” será la ganadora de unas zapatillas que ella misma la podrá diseñar.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Ilustración 35: Banner de Eco-Slippers



Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

Eco-Slippers no aplicará la inversión de ATL por su alto costo, pero si en medios online como:

- Redes Sociales (Instagram, Facebook, Twitter)
- Página web de Eco – Slippers, que tiene un costo de \$2.000
- Publicaciones en el Diario el Universo, tiene un costo de \$1.000 (por publicación)

5.3.4.4.3. Mindshare

Eco-Slippers se enfocará en posicionarse en la mente del consumidor y de los distribuidores a través del producto con un 65% de reconocimiento en los tres primeros años, mediante la estrategia de marketing.

5.3.4.4.4. Publicidad Blanca

Mediante la entrega de flyers, banners Eco-Slippers espera obtener un reconocimiento a nivel nacional, mediante la información que se brindará acerca del producto.

5.3.4.4.5. Merchandising

Como actividad de merchandising la empresa Eco-Slippers aplicará la estratégica PUSH, se colocará:

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Banners
- Flyers
- Roll up

Para de esta manera captar un mayor número de clientes .

5.3.4.4.6. Relaciones Públicas

La empresa Eco-Slippers brindará charlas acerca del proceso de producción, los materiales reciclados que se utiliza y los beneficios que tienen las zapatillas al momento de colocárselas una vez finalizado el pedicure.

5.3.4.4.7. Marketing Relacional

Se formará una relación muy estrecha con los clientes para que se puedan sentir parte de la empresa y que la misma se preocupa por saber cómo le ha ayudado el producto y si está llenando sus expectativa, la misión de la empresa no es solo brindar un producto sino también un servicio de calidad, de post venta y finalmente de seguimiento, para de esta forma ir mejorando cada vez más el producto y captar un mayor número de clientes.

5.3.4.4.8. Insight Marketing

Eco-Slippers aplicará el insight marketing cuando se reúna con los centros de belleza, para realizar alguna venta o algún tipo de asesoría sobre el producto, para de esta forma crear una relación estrecha en la empresa y los clientes.

5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

A continuación se explicará detenidamente los puntos acerca de las actividades de promoción electrónica a realizarse.

5.3.4.4.9.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing.

E-Business: Se dará cupones a las personas que compren por internet.

E-Commerce: La empresa contará con una página web y tendrá la opción compra online

E-Marketing:

- E-mailing: mediante correos electrónicos para de esta forma comunicarnos con los clientes.
- Marketing Viral: medianteredessociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Marketing 1x1: Respecto a las diferentes ofertas por medio de mail, redes sociales o algún otro medio para alcanzar fidelidad por parte de los clientes.

5.3.4.4.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Los competidores si utilizan promociones de forma electrónica, por medio de redes sociales, página web, pero también existe un número de competidores que no realizan promociones de forma electrónica, por tal motivo no tienen una relación estrecha con el consumidor prefiriendo este comprar a otra empresa que le brinde la información y la seguridad necesaria.

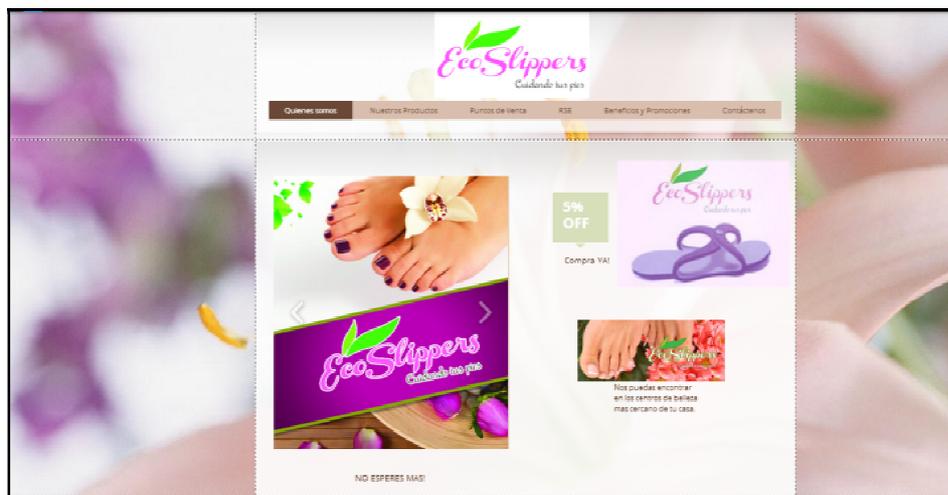
Las promociones que realizan los competidores son:

- Descuentos
- Plazo en los pagos
- Cupones
- Premios a la fidelidad
- Muestras gratis.

5.3.4.4.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web

Este inciso se subcontratará para proceder a la creación de la página web en español, debido a que es el idioma del mercado meta, el costo de la creación tiene un valor de \$2.000

Ilustración 36: Pagina web de Eco-Slippers



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

Tabla 22: Estrategias de marketing

Redes Sociales	Acción
Facebook	Noticias, Producto, Menciones Fotos
Twitter	Información acerca de los beneficios y las certificaciones que tiene la empresa por ser RSE
Instagram	Fotos – Concursos – Promociones.

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Tabla 23: Análisis de la promoción electrónica de los competidores

Empresa	Facebook	Twitter	Instagram
Surestar	Si	Si	Si
AMC Industry Co	Si	Si	Si
YiwuRunni Art Co	Si	Si	Si
FuqingShengde Plastic & Rubber Products Co	Si	No	Si

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales

Ilustración 37: Fans Page.



Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

5.3.4.4.10.3. Marketing Social

La empresa Eco-Slippers mediante la campaña de marketing social donará el 10% de las ventas anual a la "FUNDACIÓN ASPERGER ECUADOR" que tienen como objetivo brindar apoyo y guía los padres que tienen hijos con dicho síndrome para que de esta manera los niños tengan una mejor calidad de vida en la sociedad.

5.3.4.5. Ámbito Internacional

5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional

Este punto no aplica debido a que el negocio no será internacional

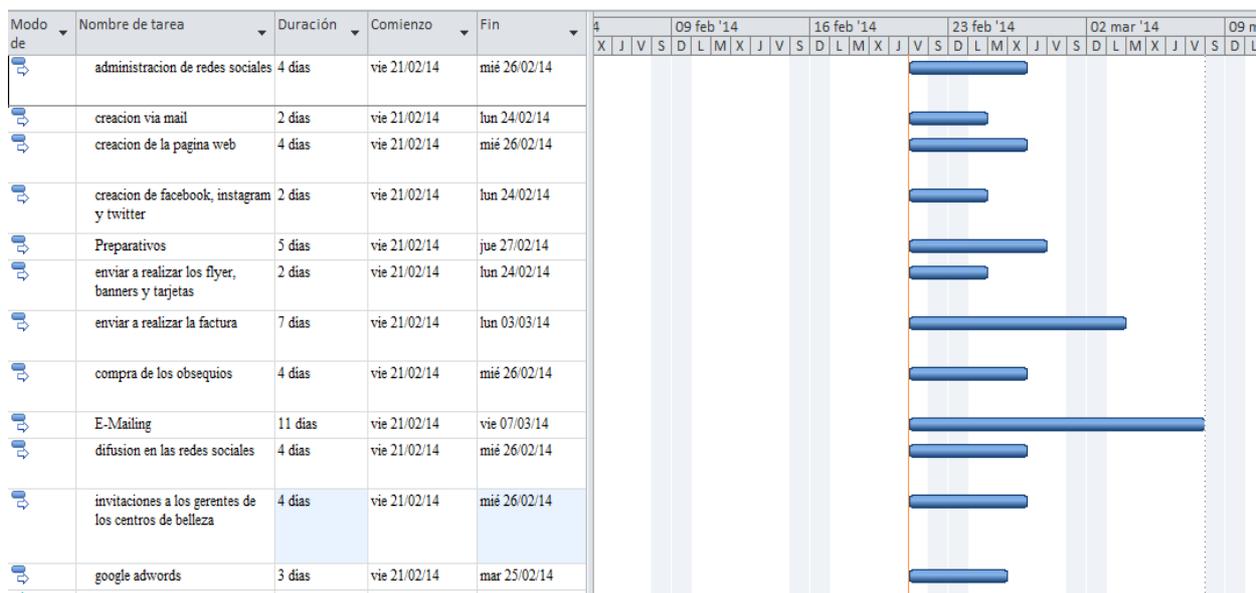
5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional

Este punto no aplica debido a que el negocio no proveerá el producto internacionalmente.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

5.3.5. Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Project)

Ilustración 38: Cronograma



Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

Tabla 24: Presupuesto de marketing anual

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Anual
Creación de sitio web	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 2.000,00
Mantenimiento de sitio web	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 70,00
Google adwords	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 50,00
Flyers	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 100,00
Obsequio para usuario	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 150,00
Publicación en Universo	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 1.000,00
Tarjetas de presentación	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 100,00

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Exempresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Tabla 25: Análisis de rentabilidad

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Netas	\$ 112.896,00	\$ 134.534,40	\$ 163.924,99	\$ 187.830,72	\$ 220.388,04
Costo de Ventas	\$ 28.224,00	\$ 32.104,80	\$ 37.340,35	\$ 40.841,01	\$ 45.741,93
Utilidad Bruta	\$ 84.672,00	\$ 102.429,60	\$ 126.584,64	\$ 146.989,71	\$ 174.646,11
Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$ 65.143,68	\$ 82.086,01	\$ 88.088,00	\$ 94.558,08	\$ 94.827,45
Gastos de Publicidad	\$ 3.470,00	\$ 3.574,10	\$ 3.681,32	\$ 3.791,76	\$ 3.905,52
Depreciaciones	\$ 1.832,58	\$ 1.832,58	\$ 1.832,58	\$ 1.349,48	\$ 1.349,48
Amortizaciones	\$ 1.692,20	\$ 1.692,20	\$ 1.692,20	\$ 1.692,20	\$ 1.692,20
Total de Gastos de Operación	\$ 72.138,46	\$ 89.184,89	\$ 95.294,10	\$ 101.391,53	\$ 101.774,65

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

CAPITULO 6

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

Eco-Slippers elaborará y comercializará zapatillas ecológicas para pedicura, con un empaque 100% ecológico en el norte de la ciudad de Guayaquil. Es muy importante que el proceso de selección tanto de los trabajadores como el de los proveedores sea riguroso ya que deben cumplir con todos estándares que la empresa requiera para poder ofrecer un producto de calidad.

6.1.1. Proceso Productivo

Etapas de compra de insumos.-

- Elaboración de pedidos a proveedor.- la primera semana de cada mes se procederá a analizar la cantidad de la materia prima que se necesite para elaborar las zapatillas ecológicas para pedicura.
- Recolección de la materia prima (materiales reciclados).- Se receptorá cada 15 días de cada mes en la oficina de la empresa. Como por ejemplo el material el cual se realizará las tiras de trenza, la base de las zapatillas.
- Correcto almacenamiento en la bodega de la empresa.- Se procederá a colocar todos los insumos en las perchas de forma ordenada para de esta manera encontrar y llevar una contabilidad adecuada.

Ciclo de elaboración de las zapatillas.

- Movilización de la materia prima.- se procederá a trasladar la materia prima al área de producción para realizar las zapatillas.
- Moldes de las zapatillas.- se realizará los cortes según los moldes que se tienen elaborados, esto incluye las tallas y los modelos.
- Maquinado de las zapatillas.- se realizará el perforado para de esta forma colocar las tiras trenzadas, según el diseño de las zapatillas.
- Verificación del producto una vez finalizado.- el gerente de producción verificará la correcta elaboración de las zapatillas, para de esta forma brindar un producto de buena calidad a lo cliente.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Empaque.- se procede a la compra del material con el que se elaborarán los empaques, una vez que se compre la cambrela se procederá a cortar con los moldes que se tienen los cuales dependen de las tallas de las zapatillas, luego se procederá a cortar y a perforar en la parte de arriba para colocar los accesorios que llevarán los empaques.
- Colocación del producto en la bodega.- Luego de haber realizado las zapatillas se procederá a ubicarlos en las perchas junto con el empaque.

Entrega del producto a los centros de belleza.

- Una vez que las zapatillas estén listas para la comercialización se procederá a trasladarlas a los centros de belleza, por medio de un outsourcing.

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

A continuación se detallará la lista de los gastos proveniente de infraestructura y equipos, la cual incurrirá la empresa para su creación

Tabla 26: Infraestructura:

Activos Fijos	
Descripción	Cantidad
Escritorio	4
Silla Gerencial	1
Sillas Comunes	8
Juego de Sala	1
Locker Metálico	1
Aire Acondicionado	1
Computadora	3
Impresora	1
Maquina de costura recta normal	2
Mesa para cortar	1
Mesa para la recolección y terminado de las zapatillas	1
Juego de hormas	6
Prensa boca sapo	1
Máquina troqueladora	1
Máquina dobladilladora TTY	2

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

6.1.3. Mano de Obra

La mano de obra se encuentra constituida por todos los empleados que laboran dentro empresa Eco-Slippers

Tabla 27: Mano de obra de la empresa

Mano de Obra Directa	Mano de Obra Indirecta
Gerente de Producción	Gerente General , Gerente de Marketing
2 Artesanos	Gerente Financiero y Administrativo

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

6.1.4. Capacidad Instalada

Tabla 28: Capacidad instalada de la empresa Eco-Slippers

60%	Capacidad por sección	70 Zapatillas
	Capacidad Diaria	70 Zapatillas
	Capacidad Semanal	280 Zapatillas
	Capacidad Mensual	1120 Zapatillas
	Capacidad Anual	13440 Zapatillas
	Capacidad primer año	8064 Zapatillas

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

6.1.5. Flujograma de Procesos

El flujograma de cada uno de los procesos de Eco-Slipper se encuentra detallado en el: [ANEXO 3](#)

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

6.1.6. Presupuesto

Tabla 29: Presupuesto de la empresa

Muebles de Oficina	Cantidad	Valor	\$ 1.395,80
Escritorio	4	\$ 240,00	\$ 960,00
Silla Gerencial	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Sillas Comunes	8	\$ 7,85	\$ 62,80
Juego de Sala	1	\$ 128,00	\$ 128,00
Locker Metálico	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Equipo de Oficina			\$ 2.148,00
Aire Acondicionado	1	\$ 699,00	\$ 699,00
Computadora	3	\$ 455,00	\$ 1.365,00
Impresora	1	\$ 84,00	\$ 84,00
Maquinarias y Equipo			\$ 11.250,00
Máquina de costura recta normal	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Mesa para cortar	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Mesa para la recolección y terminado de las zapatillas	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Juego de hormas	6	\$ 25,00	\$ 150,00
Prensa boca sapo	1	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Máquina troqueladora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Máquina dobladilladora TTY	2	\$ 2.800,00	\$ 5.600,00
Total		\$ 9.533,85	\$ 14.793,80

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

6.2. Gestión de Calidad

Eco-Slipper implementará el plan de calidad en el que constan los beneficios, estándares y las políticas.

6.2.1. Procesos de planeación de calidad

- Compra de la materia prima que sea derivada de productos reciclados, y que se puedan utilizar para la elaboración de las zapatillas ecológicas para pedicure.
- Realizar cada seis meses una investigación de mercado para analizar la probabilidad de utilizar en un 50% materia prima reciclada.
- Comprobar que la materia prima que se está utilizando provenga de forma reciclada, y se encuentre en buen estado.

6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas

Eco-Slippers determinará las políticas y normas que se relacionen con la producción, y venta del producto, lo cual hará que la empresa ofrezca un producto de alta calidad y así generar confianza en los clientes que adquieren el producto, y los futuros clientes.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

6.2.3. Políticas de calidad

- La elaboración de unas zapatillas que cumpla con los requisitos que las mujeres ecuatorianas necesiten.
- Precio asequible.
- Brindar capacitaciones al personal para obtener mejor la calidad del producto
- Permitir un margen del 1% por la mala producción de las zapatillas.
- Ejecutar diversos controles de calidad en cada uno de los procesos que se realicen para la elaboración de las zapatillas.

6.2.4. Benchmarking

El benchmarking de Eco-Slippers se lo realizó haciendo referencia a ciertos competidores indirectos que actualmente se dedica a la venta de zapatillas que se las elaboran con el material de eva, estas zapatillas no cuentan con niveles altos de calidad, no se comercializan de forma regular en los centros de belleza.

Posibles Mejoras:

- En tiempo: Retraso en los turnos.
- Debilidad: Desconocimiento de la marca – producto.
- Oportunidad: Actualmente las personas se preocupan mucho por el cuidado de la belleza.

6.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad

Eco-Slippers para asegurarse que el producto se encuentre en un buen estado de calidad, se procederá a verificar el producto en dos fases: la primera que la materia prima que se compre este en buen estado y que los materiales reciclados sean procesados bajo un estricto procedimiento, y el segundo es que las zapatillas se encuentre elaboradas con todos los requisitos de calidad para que puedan ser distribuidos a los centros de belleza.

6.2.6. Estándares de la calidad

La empresa se regirá con los siguientes estándares.

- Una excelente relación con los proveedores de Eco-Slippers.
- Se realizará un seguimiento post-venta a los clientes y a los centros de belleza
- Determinar el tiempo de entrega a los centros de belleza
- Analizar y evaluar los comentarios realizados por los clientes.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

6.2.7. Procesos de control de calidad

Para los procesos de control de calidad se utilizará análisis estadísticos y flujograma para poder medir los cuellos de botella, se inspeccionará periódicamente los defectos en el proceso de producción en caso de que hubiere y cumplir con los requerimientos y especificaciones del cliente.

Dentro de la empresa Eco-Slippers los responsables de la calidad de las zapatillas ecológicas para pedicura es el Gerente de Producción en conjunto con los artesanos, la empresa contará con procedimientos para que todo el personal los cumpla.

6.2.8. Certificaciones y Licencias

Eco-Slipper dentro del primer año no contará con las certificaciones de calidad, luego del sexto año la empresa si contará con la certificación de la norma ISO 9001.

6.2.9. Presupuesto

Durante el período de planificación de la empresa Eco-Slippers no se aplicará para obtener alguna certificación o licencia, es decir que no se incurrirá en ningún gasto

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

- Establecer la cantidad de residuos que se generan por la elaboración de las zapatillas ecológicas para pedicura.
- Reconocer cuales son los recursos y materiales naturales que se necesitan para elaborar las zapatillas ecológicas para pedicura.
- Analizar y cuantificar la materia prima que queda como residuos en la elaboración de las zapatillas

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

Eco-Slippers creará diferentes beneficios para ayudar a preservar el medio ambiente:

- Ser una empresa reconocida por ofrecer un producto de calidad y socialmente responsable con el medio ambiente.
- Obtener certificaciones que ofrece el MAE (Ministerio del Ambiente) que se deberá cumplir los siguientes requisitos

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- ✓ Eco-Slippers deberá enviar una carta a la Subsecretaria de Calidad Ambiental, explicando el interés que tiene la empresa por obtener la certificación ambiental “Punto Verde”
- ✓ Se deberá adjuntar el respectivo informe de Línea de Base entre los meses de enero a diciembre
- ✓ El ministerio de ambiente emite la aceptación de Línea de Base mediante un informe
- ✓ La empresa deberá implementar las buenas prácticas ambientales
- ✓ Se deberá presentar un reporte de gestión anual de los meses de enero a diciembre del año siguiente.
- ✓ Evaluación de toda la información entregada
- ✓ Aprobación si este sería el caso y posteriormente se realizará la entrega del reconocimiento. (Ministerio del Ambiente, 2011)

6.3.3. Políticas de protección ambiental

- Utilización de productos reciclables.
- Campaña de reutilización del empaque.
- Reducir el consumo de energía

6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

- Realizar campañas para concientización en los empleados y los clientes acerca de consumir productos reciclados
- Adquisición de producto 100% ecológico para elaborar los empaques
- Campaña sobre el buen uso de las máquinas para manera reducir el consumo de energía

6.3.5. Estándares de la calidad ambiental

Los estándares ambientales son:

- Crear una gestión responsable de desechos sólidos.
- Tener un proceso de elaboración cien por ciento limpia para obtener en un futuro la certificación Empresa “Eco-Eficiente”.

Los estándares de calidad ambiental tienen como objetivo el:

- Control.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Medición.
- Preservación del medio ambiente.

6.3.6. Procesos de control de calidad

Eco-Slippers realizará la compra de la materia prima, hasta una vez finalizada la elaboración de las zapatillas para de esta manera mejorar el uso de los recursos.

6.3.7. Trazabilidad

Eco-Slippers aplicará la trazabilidad ascendente, que consiste en analizar cuáles son los productos que la empresa ha comprado, la fecha de caducidad y el nombre de la compañía que ofrece el producto. Se realiza este proceso para poder analizar y verificar que la materia prima se encuentre en un buen estado para así ofrecer un producto de calidad.

6.3.8. Logística Verde

Tabla 30: Logística verde de Eco-Slippers

Logística	Efectos Positivos
Empaque del producto	Eco-Slippers contará con un empaque 100% reutilizable y ecológico
Elaboración de las zapatillas con productos reciclados	La elaboración de las zapatillas ecológicas para pedicure será con productos reciclados.
Reducción de los servicios básicos	Se controlará cada uno de los procesos para evitar el desperdicio de la luz, agua al momento de la elaboración de las zapatillas.

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

6.3.9. Certificaciones y Licencias

Eco-Slippers no contará con la norma ISO 14000, se estima que después de seis años de operación la empresa pueda obtener dicha certificación.

6.3.10. Presupuesto

Eco-Slippers no incurrirá gastos que corresponda a la política ambiental, debido a que la empresa no invertirá en ninguna certificación ni licencia.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

Tabla 31: Procesos de planeación

Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social	
Clientes	Acciones
Internos	-Buena relación entre los empleados y la alta gerencia. -Beneficios Laborales.
Externos	-Producto de calidad. -Buena relación entre la empresa y los centros de belleza. -Información acerca los procesos de elaboración de las zapatillas y la utilización de materia prima.

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

Tabla 32: Beneficios de las acciones proactivas de la empresa

Clientes	Políticas
Internos	- Buena relación entre todos los trabajadores de la empresa Eco-Slippers - Todos los trabajadores cuentan con los beneficios laborales
Externos	-Excelente relación entre los trabajadores y los clientes. -Aumentar cada año la cartera de clientes.

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

6.4.3. Políticas de protección social

Tabla 33: Políticas de protección social de la empresa

Clientes	Políticas
Internos	-Que los trabajadores se sientan cien por ciento seguros en todas las áreas de la empresa y que sus opiniones sean tomadas en cuenta.
Externos	-Ofrecer un producto que cuente con todos los requisitos de calidad y seguridad que el consumidor necesita para que puedan ser nuestros clientes potenciales.

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

Las políticas para la implementación de la responsabilidad social de Eco-Slippers se las controlará mediante la elaboración de informes en conjunto con los objetivos establecidos mensual y anualmente.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo

- Corto Plazo: Charlas a los artesanos para mejorar la producción y ayudar a la fundación “ASPERGER ECUADOR”.
- Mediano Plazo: Obtener certificación por ser una empresa socialmente responsable, utilizar más del 50% de materia prima ecológica.
- Largo Plazo: Determinar el 10% de las ganancias a la “FUNDACIÓN ASPERGER ECUADOR”

6.4.6. Procesos de controles sociales

Todas las iniciativas sociales deberán ser supervisadas por el gerente general de Eco-Slippers, para su medición se realizarán informes mensuales para poder cuantificar el impacto que ha tenido en cada área de la empresa.

6.4.7. Certificaciones y Licencias

Eco-Slippers no invertirá en la certificación ISO 26000 durante los primeros años de operación

6.4.8. Presupuesto

Eco-Slippers no incurrirá en el gasto de la certificación ISO 26000

6.5. Balanced Score Card & Mapa Estratégico

Tabla 34: Balance Score Card

Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Metas	Frecuencia de mediación	Responsable
Financiero	Obtener un 18% de margen neto	Un aumento de 25% en la cartera de negocios anualmente	15%	Anual	Gerente General
Cliente	Brindar un producto de calidad	Tener una contratación anual con los proveedores que dispongan de materiales cien por ciento ecológicos para la elaboración de las zapatillas.	80%	6 meses	Gerente de Producción y Gerente de General
Proceso Internos	Determinar las normas de comportamiento dentro de la empresa	Informes mensual de cada gerente acerca del comportamiento de los subordinados para así obtener un buen ambiente laboral.	60%	Semanalmente	Gerente General

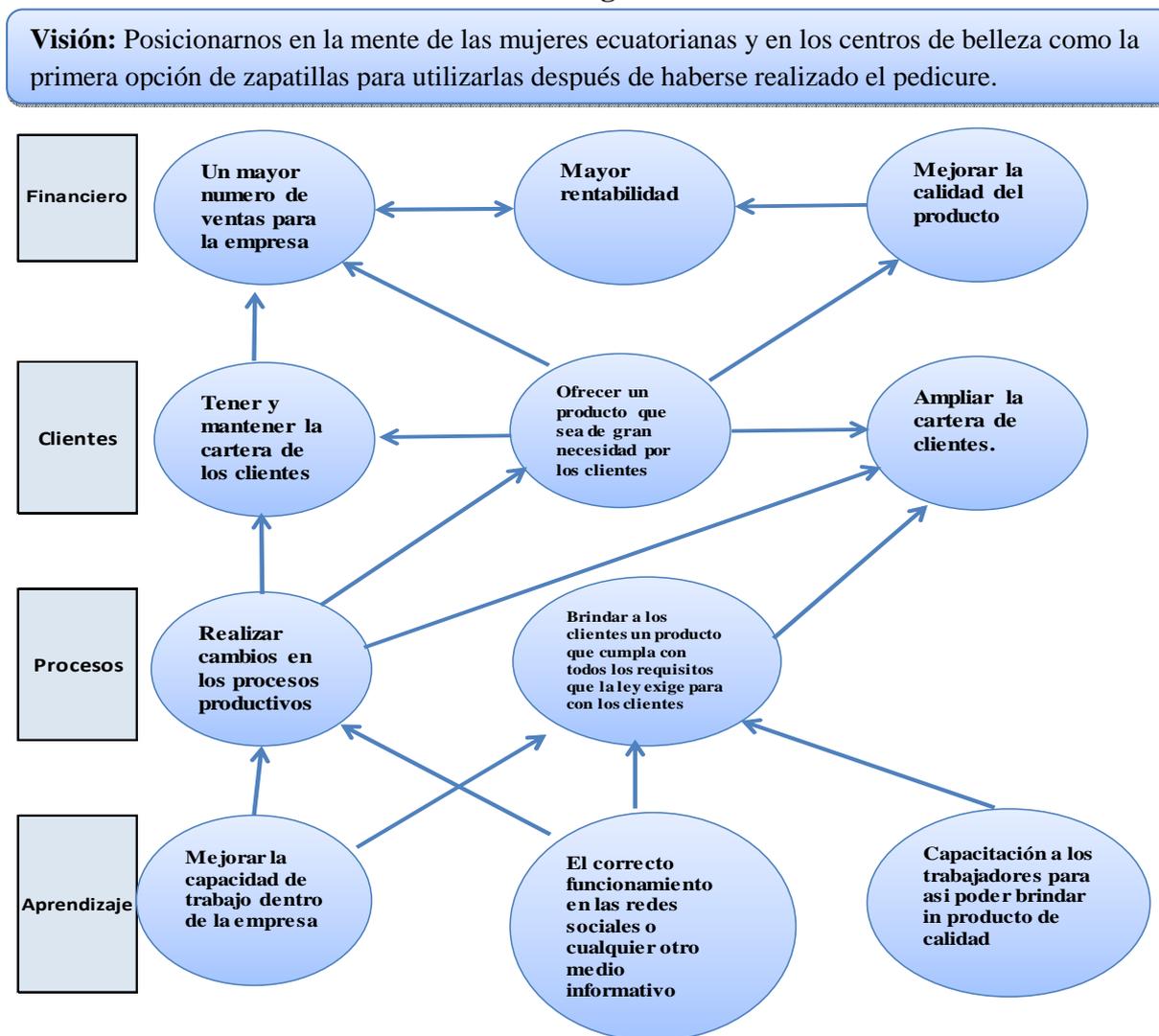
Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Aprendizaje	Realizar una investigación para el desarrollo del producto	Realizar reuniones trimestrales con los administradores de cada departamento para así entregar un producto de calidad.	75%	6 meses	Gerente de Marketing y Ventas - Gerente General
--------------------	--	--	-----	---------	---

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Tabla 35: Mapa estratégico:



Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

En lo que respecta al plan operativo se ha realizado en los puntos anteriores, por tal motivo el presente inciso no aplica

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO-TRIBUTARIO

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

La inversión inicial de la empresa Eco-Slippers es de \$ 41.002,3 en las cuales se recurren en diversos recursos que se mostrarán en la siguiente tabla.

Tabla 36: Inversión Inicial

Activos Fijos	Valor
Mueble de Oficina	\$ 1.395,80
Equipo de Oficina	\$ 2.148,00
Maquinarias y Equipo	\$ 11.250,00
Total Activos Fijos	\$ 14.793,80
Total Activos Corrientes	\$ 16.820,09
Total Activo Diferidos	\$ 8.461,00
Total Inversión Inicial	\$ 40.074,89

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

7.1.1. Tipo de Inversión

La empresa Eco-Slippers utilizará los tres tipos de inversión las cuales son: fija, diferida y corriente.

7.1.1.1. Fija

En lo que respecta a la inversión fija de la empresa Eco-Slippers son todos los recursos que se necesitan para que la empresa comience con una infraestructura y así ofrecer un producto de calidad.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Tabla 37: Inversión Fija

Muebles de Oficina	Cantidad	Valor	\$ 1.395,80
Escritorio	4	\$ 240,00	\$ 960,00
Silla Gerencial	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Sillas Comunes	8	\$ 7,85	\$ 62,80
Juego de Sala	1	\$ 128,00	\$ 128,00
Locker Metálico	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Equipo de Oficina			\$ 2.148,00
Aire Acondicionado	1	\$ 699,00	\$ 699,00
Computadora	3	\$ 455,00	\$ 1.365,00
Impresora	1	\$ 84,00	\$ 84,00
Maquinarias y Equipo			\$ 11.250,00
Máquina de costura recta normal	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Mesa para cortar	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Mesa para la recolección y terminado de las zapatillas	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Juego de hormas	6	\$ 25,00	\$ 150,00
Prensa boca sapo	1	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Máquina troqueladora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Máquina dobladilladora TTY	2	\$ 2.800,00	\$ 5.600,00
Total		\$ 9.533,85	\$ 14.793,80

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

7.1.1.2. Diferida

La inversión diferida se la realiza para poder mostrar los activos intangibles de Eco-Slippers

Tabla 38: Inversión Diferida

Activos Diferidos	Cantidad	Costo Unitario	Total
Gastos de Constitución de la empresa			\$ 1.956,00
Permiso de bomberos	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Permisos municipales	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Permiso de uso del suelo	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Permiso de salud	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Registro de marca	1	\$ 116,00	\$ 116,00
Constitución de la empresa	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Gastos del Local			\$ 1.300,00
Arriendo (Mensual + Garantía)	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Adecuación del local	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Gastos por seguro			\$ 2.760,00
Maquinarias y Equipo	12	\$ 230,00	\$ 2.760,00
Gastos de Marketing Pre-Operativo			\$ 2.445,00
Publicidad lanzamiento	1	\$ 2.445,00	\$ 2.445,00
Total activo diferido			\$ 8.461,00

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

7.1.1.3. Corriente

La inversión corriente de la empresa Eco-Slipper son todos los gastos operativos, que se utilizará durante tres meses de gastos para tomarlos como capital de trabajo.

Tabla 39: Inversión Corriente – Gastos Administrativos

	Mensual	Anual
Gastos Administrativos	\$ 5.428,64	\$ 16.285,92
Gastos de Publicidad	\$ 289,17	\$ 534,17
Total	\$ 5.717,81	\$ 16.820,09

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

Tabla 40: Capital de trabajo

Capital de trabajo	\$ 16.820,09
---------------------------	---------------------

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

En los siguientes puntos se explicara acerca del financiamiento de Eco-Slipper.

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

Eco-Slipper tendrá un financiamiento entre los accionistas que son los responsables de un 40% de la inversión inicial y un préstamo con el banco Pichincha con el 60%

Tabla 41: Financiamiento de la Inversión

Inversión inicial	\$ 40.074,89	50%	\$ 8.014,98
40%	\$ 16.029,95	25%	\$ 4.007,49
60%	\$ 24.044,93	25%	\$ 4.007,49

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

7.1.2.2. Tabla de Amortización

El préstamo que se realizó al Banco de Pichincha es de \$24.044,93 que tiene una tasa de interés de 11,20% anual, se realizará diez pagos en el lapso de cinco años, por ende se realizará dos pagos en el año en los meses de Marzo y Septiembre.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Tabla 42: Préstamo bancario

Año	Semestre	Pago	Interés	Abono Capital	Saldo
0					\$ 24.044,93
1	1	\$ (3.518,22)	\$ 1.826,21	\$ 1.692,01	\$ 22.352,93
	2	\$ (3.518,22)	\$ 1.697,70	\$ 1.820,51	\$ 20.532,41
2	3	\$ (3.518,22)	\$ 1.559,44	\$ 1.958,78	\$ 18.573,63
	4	\$ (3.518,22)	\$ 1.410,67	\$ 2.107,55	\$ 16.466,08
3	5	\$ (3.518,22)	\$ 1.250,60	\$ 2.267,62	\$ 14.198,46
	6	\$ (3.518,22)	\$ 1.078,37	\$ 2.439,85	\$ 11.758,61
4	7	\$ (3.518,22)	\$ 893,07	\$ 2.625,15	\$ 9.133,46
	8	\$ (3.518,22)	\$ 693,69	\$ 2.824,53	\$ 6.308,93
5	9	\$ (3.518,22)	\$ 479,16	\$ 3.039,06	\$ 3.269,87
	10	\$ (3.518,22)	\$ 248,35	\$ 3.269,87	\$ (0,00)

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Tabla 43: Tabla de Amortización.

Año 1	
Capital	Interés
\$ 3.512,52	\$ 3.523,92
Año 2	
Capital	Interés
\$ 4.066,33	\$ 2.970,10
Año 3	
Capital	Interés
\$ 4.707,47	\$ 2.328,97
Año 4	
Capital	Interés
\$ 5.449,68	\$ 1.586,75
Año 5	
Capital	Interés
\$ 6.308,93	\$ 727,51

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

7.1.3. Cronograma de Inversiones

Se detallará todas las actividades por parte de los inversionistas de Eco-Slippers.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Tabla 44: Cronograma de Inversiones

Actividades	Mes 1	Mes2	Mes 3	Total
Permisos de Funcionamiento	\$ 340,00			\$ 340,00
Constitución de la empresa	\$ 1.500,00			\$ 1.500,00
Marketing Previo al lanzamiento	\$ 2.445,00			\$ 2.445,00
Depósito de alquiler del local	\$ 300,00			\$ 300,00
Adecuación del Local	\$ 1.000,00			\$ 1.000,00
Registro IEPI	\$ 116,00			\$ 116,00
Capital de Trabajo	\$ 17.767,00			\$ 17.767,00
Seguro de Maquinarias y Equipo		\$ 2.760,00		\$ 2.760,00
Suministro de Oficina		\$ 14.793,80		\$ 14.793,80
Muebles de Oficina			\$ 1.395,80	\$ 1.395,80
Equipos de Oficina			\$ 2.148,00	\$ 2.148,00
Maquinarias			\$ 11.250,00	\$ 11.250,00

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos de Eco-Slippers son aquellos gastos de publicidad y los gastos administrativos, se trabajó con una tasa de crecimiento del 3% anual.

Tabla 45: Costos Fijos de Gastos Administrativos.

Gastos Administrativos			
Descripción	Cantidad	Mensual	Costo Total
Salarios y Beneficios	3	\$ 4.778,64	\$ 14.335,92
Gasto de Alquiler	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Gastos de Transporte	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Servicios Básicos	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Suministros de Oficina	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Suministros Varios	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Gastos de Mantenimiento	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Total Gastos Administrativos		\$ 5.428,64	\$ 16.285,92

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Tabla 46: Costos Fijo de Gastos de Publicidad

Gasto de Publicidad			
Descripción	Cantidad	Mensual	Costo Total
Creación de sitio web	1	\$ 166,67	\$ 166,67
Mantenimiento de sitio web	3	\$ 5,83	\$ 17,50
Google adwords	3	\$ 4,17	\$ 12,50
Flyers	3	\$ 8,33	\$ 25,00
Obsequio para usuario	3	\$ 12,50	\$ 37,50
Publicación en Universo	3	\$ 83,33	\$ 250,00
Tarjetas de presentación	3	\$ 8,33	\$ 25,00
Total		\$ 289,17	\$ 534,17

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

7.2.2. Costos Variables

Tabla 47: Costos Variable

Incremento de costo de venta
5,00%

CV	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,68	\$ 3,86	\$ 4,05	\$ 4,25

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

7.2.2.1. Costos de Producción

El costo de producción para la elaboración de las zapatillas es de \$3.50 en el cual está contemplado todos los materiales que se necesitan para la elaboración de las mismas.

7.3. Capital de Trabajo

Como ya se ha mencionado anteriormente el capital de trabajo de Eco-Slippers es de \$16.820,09 en cual se toman en cuentan los rubros de los gastos administrativos y los gastos de publicidad.

7.3.1. Costos de Operación

Los costos de operación de Eco-Slippers son los mismos que se explicó en el punto 7.3

7.3.2. Costos Administrativos

Los costos administrativos de Eco-Slippers ya se los explico en el punto 7.2.1.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

7.3.3. Costos de Ventas

Tabla 48: Costos de Ventas

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Ventas	\$ 28.224,00	\$ 32.104,80	\$ 37.340,35	\$ 40.841,01	\$ 45.741,93

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

7.3.4. Costos Financieros

Los costos financiero que la empresa Eco-Slippers tendrá por tener un préstamo con el Banco de Pichincha es de \$ 16.029,95 A continuación se detallará una tabla en el cual se puede observar los intereses anuales que Eco-Slippers debe cancelar.

Tabla 49: Costos Financieros

Gasto Financiero	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Interés del préstamo	\$ 3.523,92	\$ 2.970,10	\$ 2.328,97	\$ 1.586,75	\$ 727,51
Total Gastos Financiero	\$ 3.523,92	\$ 2.970,10	\$ 2.328,97	\$ 1.586,75	\$ 727,51

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

La empresa Eco-Slippers ha llegado a establecer el precio y el costo para de esta manera poder obtener el Mark Up y el margen.

Tabla 50: Mark Up y Márgenes

Producto	Precio	Costo de Venta	Mark up	% Mark up
Zapatillas	\$ 14,00	\$ 3,50	\$ 10,50	75,00%

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Tabla 51: Proyecciones de ventas

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Netas	\$ 112.896,00	\$ 134.534,40	\$ 163.924,99	\$ 187.830,72	\$ 220.388,04
Costo de Ventas	\$ 28.224,00	\$ 32.104,80	\$ 37.340,35	\$ 40.841,01	\$ 45.741,93
Utilidad Bruta	\$ 84.672,00	\$ 102.429,60	\$ 126.584,64	\$ 146.989,71	\$ 174.646,11

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

Eco-Slipper cuenta con un capacidad instalada del 100%, pero se utilizara el 60% de la capacidad instalada, lo siguientes años la empresa ira aumentando progresivamente la capacidad instalada.

Tabla 52: Capacidad Instalada

60%	Capacidad por sección	70	Zapatillas
	Capacidad Diaria	70	Zapatillas
	Capacidad Semanal	280	Zapatillas
	Capacidad Mensual	1120	Zapatillas
	Capacidad Anual	13440	Zapatillas
	Capacidad primer año	8064	Zapatillas

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio

El punto equilibrio le permite a la empresa Eco-Slippers no perder ni ganar se debe saber cuántas zapatillas tiene que vender para poder de esta manera cubrir con los gastos.

Tabla 53: Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio en Dólares		Punto de Equilibrio Unidades	
Costos Fijos	\$ 16.820,09	Costos Fijos	\$ 16.820,09
% Mark Up	75,00%	Mark Up	\$ 10,50
PE	\$ 22.426,78	Pe	1602

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

7.4.5. Análisis de Punto de Cierre

Eco-Slippers para poder cubrir los gastos debe vender en dólares \$17.727,28 y debe vender 1266 zapatillas al año.

Tabla 54: Punto de Cierre

Punto de Equilibrio en Dólares		Punto de Equilibrio Unidades	
Costos Fijos	\$ 16.820,09	Costos Fijos	\$ 16.820,09
Gastos no erogables	\$ 3.524,78	Gastos no erogables	\$ 3.524,78
% Mark Up	75,00%	Mark Up	\$ 10,50
PE	\$ 17.727,08	Pe	1266

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

Eco-Slippers estará rigiéndose con todas las normas que cada una de las entidades ecuatorianas así lo establezca una de ellas es el Servicio de Rentas Internas (SRI) y la Superintendencia de compañía

7.5.1. Planificación Tributaria

Eco-Slippers realizará los pagos de los impuestos que son establecidos por el SRI

7.5.1.1. Generalidades

Actualmente en el Ecuador la entidad que es encargada de supervisar a las personas jurídica es la Superintendencia de compañías, a la cual se le debe brindar la información financiera de la empresa cada cuatrimestre.

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

Eco-Slipper está en la obligación de cancelar todos los gastos, depreciaciones de los activos y las amortizaciones de los activos diferidos para de esta manera poder ir minimizando los impuestos y la empresa refleje ganancia.

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

Eco-Slipper está en la obligación de cancelar los impuestos al SRI que es el 22% según se estableció en el 2012

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Tabla 55: Impuesto a la Renta

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Utilidad antes del I.	\$ 9.009,63	\$ 8.733,41	\$ 24.617,34	\$ 37.409,72	\$ 61.322,36
Impuesto a la Renta	\$ 1.982,12	\$ 1.921,35	\$ 5.415,81	\$ 8.230,14	\$ 13.490,92

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

Eco-Slippers venderá con el 10% sobre el precio de venta como lo ha dispuesto la ley del régimen tributario, el valor ha sido publicado en un informe del mismo.

7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales

Eco-Slippers no aplica en este punto ya que no se encuentra en un listado de los tipos de negocios de los impuestos de consumo especiales que se establece en el art 82 de la Ley del Régimen tributario interno.

7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Son los siguientes

- Permiso de bombero
- Tasa de habilitación
- Certificado del uso del suelo
- Registro de patente municipal
- Registro de patente municipal

7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior

La empresa Eco-Slippers no aplica en este punto.

7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

La empresa no realizará ningún tipo de pago de las divisas por lo cual no aplica el presente punto.

7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas

Eco-Slipper no aplica debido a que las ganancias son de los accionistas de la empresa o del préstamo que se ha realizado por ende no aplica al presente punto

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Motorizados

La empresa no realizará ningún tipo de pago de las divisas por lo cual no aplica el presente punto.

7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales

No se cuenta con posesión de tierras por lo cual no aplica el presente punto

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General Inicial

Tabla 56: Estado Financiero de Eco-Slippers

Activo		Pasivo	
Activos Corrientes		Pasivo a Largo Plazo	
Caja - Bancos	\$ 16.820,09		
Total Activo Corriente			
Activos Fijos	\$ 14.793,80	Préstamo Bancario	\$ 24.044,93
Equipo de Oficinas	\$ 2.148,00		
Muebles de Oficina	\$ 1.395,80	Total Pasivo	\$ 24.044,93
Maquinas / Equipos	\$ 11.250,00		
Activos Diferidos		Patrimonio	
		Capital Social	\$ 16.029,95
Gastos de Pre- Operación	\$ 8.461,00		
Total Activo Diferido	\$ 8.461,00	Total Patrimonio	\$ 16.029,95
Total Activos	\$ 40.074,89	Total Pasivo + Patrimonio	\$ 40.074,89

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 57: Estado de Pérdidas y Ganancias

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Netas	\$ 112.896,00	\$ 134.534,40	\$ 163.924,99	\$ 187.830,72	\$ 220.388,04
Costo de Ventas	\$ 28.224,00	\$ 32.104,80	\$ 37.340,35	\$ 40.841,01	\$ 45.741,93
Utilidad Bruta	\$ 84.672,00	\$ 102.429,60	\$ 126.584,64	\$ 146.989,71	\$ 174.646,11
Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$ 65.143,68	\$ 82.086,01	\$ 88.088,00	\$ 94.558,08	\$ 94.827,45
Gastos de Publicidad	\$ 3.470,00	\$ 3.574,10	\$ 3.681,32	\$ 3.791,76	\$ 3.905,52
Depreciaciones	\$ 1.832,58	\$ 1.832,58	\$ 1.832,58	\$ 1.349,48	\$ 1.349,48
Amortizaciones	\$ 1.692,20	\$ 1.692,20	\$ 1.692,20	\$ 1.692,20	\$ 1.692,20
Total de Gastos de Operación	\$ 72.138,46	\$ 89.184,89	\$ 95.294,10	\$ 101.391,53	\$ 101.774,65
Utilidad Operativa	\$ 12.533,54	\$ 13.244,71	\$ 31.290,54	\$ 45.598,18	\$ 72.871,46
Gastos Financieros (Intereses)	\$ 3.523,92	\$ 2.970,10	\$ 2.328,97	\$ 1.586,75	\$ 727,51
Utilidad antes I.I	\$ 9.009,63	\$ 10.274,61	\$ 28.961,57	\$ 44.011,43	\$ 72.143,95
Participaciones Utilidades	\$ -	\$ 1.541,19	\$ 4.344,24	\$ 6.601,71	\$ 10.821,59
Utilidad antes del I.	\$ 9.009,63	\$ 8.733,41	\$ 24.617,34	\$ 37.409,72	\$ 61.322,36
Impuesto a la Renta	\$ 1.982,12	\$ 1.921,35	\$ 5.415,81	\$ 8.230,14	\$ 13.490,92
Utilidad Neta	\$ 7.027,51	\$ 6.812,06	\$ 19.201,52	\$ 29.179,58	\$ 47.831,44

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

7.6.2.1. Flujo de Caja proyectado

Tabla 58: Flujo de Caja

Periodos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales						
Venta	0	\$ 112.896,00	\$ 134.534,40	\$ 163.924,99	\$ 187.830,72	\$ 220.388,04
Egresos Operacionales	0					
Costos Operativos	0	\$ 28.224,00	\$ 32.104,80	\$ 37.340,35	\$ 40.841,01	\$ 45.741,93
Gastos Administrativo	0	\$ 65.143,68	\$ 82.086,01	\$ 88.088,00	\$ 94.558,08	\$ 94.827,45
Gastos de Publicidad	0	\$ 3.470,00	\$ 3.574,10	\$ 3.681,32	\$ 3.791,76	\$ 3.905,52
Total Egreso Operacionales	0	\$ 96.837,68	\$ 117.764,91	\$ 129.109,67	\$ 139.190,86	\$ 144.474,90
Flujo Operacional	0	\$ 16.058,32	\$ 16.769,49	\$ 34.815,32	\$ 48.639,86	\$ 75.913,14
Ingresos No Operacionales						
Fondos Propios	\$ 16.029,95					
Préstamo Bancario	\$ 24.044,93					
Total	\$ 40.074,89					
Egresos No operacionales						
Inversión Fija	\$ 14.793,80					
Inversión Diferida	\$ 8.461,00					
Inversión Corriente	\$ 16.820,09					
Pago Capital Préstamo		\$ 3.512,52	\$ 4.066,33	\$ 4.707,47	\$ 5.449,68	\$ 6.308,93
Pago Intereses Préstamo		\$ 3.523,92	\$ 2.970,10	\$ 2.328,97	\$ 1.586,75	\$ 727,51
Participación de Utilidades		\$ -	\$ 1.541,19	\$ 4.344,24	\$ 6.601,71	\$ 10.821,59
Impuesto a la renta		\$ 1.982,12	\$ 1.921,35	\$ 5.415,81	\$ 8.230,14	\$ 13.490,92
Total	\$ 40.074,89	\$ 9.018,56	\$ 10.498,98	\$ 16.796,49	\$ 21.868,29	\$ 31.348,95
Flujo No Operacional		\$ (9.018,56)	\$ (10.498,98)	\$ (16.796,49)	\$ (21.868,29)	\$ (31.348,95)
Flujo de Caja Neto	\$ (40.074,89)	\$ 7.039,76	\$ 6.270,51	\$ 18.018,83	\$ 26.771,57	\$ 44.564,19
Flujo de Caja Acumulado		\$ 7.039,76	\$ 13.310,27	\$ 18.018,83	\$ 44.790,41	\$ 44.564,19

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

Tabla 59: TMAR

% Capital propio	CP	40%
% Deuda Terceros	D	60%
Costo de Oportunidad	Cop	13,96%
Tasa de interés	i	11,20%
Tasa Impositiva	ti	33,70%
TMAR =		10,04%

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

7.6.2.1.1.2. VAN

El VAN de la empresa Eco-Slippers es de \$ 45.419,29

7.6.2.1.1.3. TIR

La tasa interna requerida de Eco-Slippers es de 34% la cual supera la tasa mínima requerida que es del 10,04%

7.6.2.1.1.4. PAYBACK

Tabla 60: PAYBACK de Eco-Slippers

Tiempo de recuperación descontado			
Periodos	Flujos	VP flujos	Acumulado
0	(\$ 40.074,89)		(\$ 40.074,89)
1	\$ 7.039,76	\$ 6.397,50	(\$ 33.677,39)
2	\$ 6.270,51	\$ 5.178,53	(\$ 28.498,86)
3	\$ 18.018,83	\$ 13.523,29	(\$ 14.975,57)
4	\$ 26.771,57	\$ 18.259,20	\$ 3.283,63
5	\$ 67.981,39	\$ 42.135,66	\$ 45.419,29

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación

7.7. Análisis de Sensibilidad Multi-variable o de Escenarios Múltiples

7.7.1. Productividad

Tabla 61: Productividad

		0,1	-0,1	0
VAN	\$ 45.419,29	\$ 53.254,73	\$ 37.729,26	\$ 45.419,29
TIR	34%	37%	31%	34%

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación

7.7.2. Precio Mercado Local

No se realizó este punto dado que no afecta a la empresa como las variables elegidas.

7.7.3. Precio Mercado Externo

No se realizó este punto dado que no afecta a la empresa como las variables elegidas.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

7.7.4. Costo de Materia Prima

Tabla 62: Costos de Materia Prima

		0,1	-0,1	0
VAN	\$ 45.419,29	\$ 44.532,52	\$ 46.297,59	\$ 45.419,29
TIR	34%	34%	35%	34%

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.7.5. Costo de Materiales Indirectos

No se realizó este punto dado que no afecta a la empresa como las variables elegidas.

7.7.6. Costo de Suministros y Servicios

No se realizó este punto dado que no afecta a la empresa como las variables elegidas.

7.7.7. Costo de Mano de Obra Directa

Tabla 63: Costo de mano de obra directa

		0,1	-0,1	0
VAN	\$ 45.419,29	\$ 43.125,17	\$ 48.725,26	\$ 45.419,29
TIR	34%	33%	35%	34%

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta

No se realizó este punto dado que no afecta a la empresa como las variables elegidas.

7.7.9. Gastos Administrativos

Tabla 64: Gastos Administrativos

		0,1	-0,1	0
VAN	\$ 45.419,29	\$ 45.156,15	\$ 45.012,13	\$ 45.419,29
TIR	34%	33%	32%	34%

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.7.10. Gastos de Ventas

7.7.11. Inversión en Activos Fijos

No se realizó este punto dado que no afecta a la empresa como las variables elegidas.

7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

Tabla 65: Tasa de interés promedio

		0,1	-0,1	0
VAN	\$ 45.419,29	\$ 44.053,37	\$ 46.815,29	\$ 45.419,29
TIR	34%	34%	34%	34%

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.8. Balance General

Tabla 66: Balance General de Eco-Slippers

Activos Corrientes						
Caja - Bancos	\$ 16.820,09	\$ 23.859,85	\$ 30.130,36	\$ 48.149,19	\$ 74.920,77	\$ 119.484,96
Total Activo Corriente	\$ 16.820,09	\$ 23.859,85	\$ 30.130,36	\$ 48.149,19	\$ 74.920,77	\$ 119.484,96
Activos Fijos						
Equipo de Oficinas	\$ 2.148,00	\$ 2.148,00	\$ 2.148,00	\$ 2.148,00	\$ 2.148,00	\$ 2.148,00
Muebles de Oficina	\$ 1.395,80	\$ 1.395,80	\$ 1.395,80	\$ 1.395,80	\$ 1.395,80	\$ 1.395,80
Maquinas / Equipos	\$ 11.250,00	\$ 11.250,00	\$ 11.250,00	\$ 11.250,00	\$ 11.250,00	\$ 11.250,00
(-) Depreciación	\$ -	\$ 1.832,58	\$ 3.665,15	\$ 5.497,73	\$ 6.847,21	\$ 8.196,69
Total de Activos Fijos	\$ 14.793,80	\$ 12.961,22	\$ 11.128,65	\$ 9.296,07	\$ 7.946,59	\$ 6.597,11
Activos Diferidos						
Gastos de Pre- Operación	\$ 8.461,00	\$ 8.461,00	\$ 8.461,00	\$ 8.461,00	\$ 8.461,00	\$ 8.461,00
(-) Amortización	\$ 0,00	\$ 1.692,20	\$ 3.384,40	\$ 5.076,60	\$ 6.768,80	\$ 8.461,00
Total Activo Diferido	\$ 8.461,00	\$ 6.768,80	\$ 5.076,60	\$ 3.384,40	\$ 1.692,20	\$ 0,00
Total Activos	\$ 40.074,89	\$ 43.589,87	\$ 46.335,60	\$ 60.829,66	\$ 84.559,56	\$ 126.082,07
Pasivo						
Pasivo a Largo Plazo						
Préstamo Bancario	\$ 24.044,93	\$ 20.532,41	\$ 16.466,08	\$ 11.758,61	\$ 6.308,93	\$ (0,00)
Total Pasivo	\$ 24.044,93	\$ 20.532,41	\$ 16.466,08	\$ 11.758,61	\$ 6.308,93	\$ (0,00)
Patrimonio						
Capital Social	\$ 16.029,95	\$ 16.029,95	\$ 16.029,95	\$ 16.029,95	\$ 16.029,95	\$ 16.029,95
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 7.027,51	\$ 6.812,06	\$ 19.201,52	\$ 29.179,58	\$ 47.831,44
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 7.027,51	\$ 13.839,57	\$ 33.041,09	\$ 62.220,67
Total Patrimonio	\$ 16.029,95	\$ 23.057,46	\$ 29.869,53	\$ 49.071,05	\$ 78.250,63	\$ 126.082,07
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 40.074,89	\$ 43.589,87	\$ 46.335,60	\$ 60.829,66	\$ 84.559,56	\$ 126.082,07

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.8.1. Razones Financieras

7.8.1.1. Liquidez

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Tabla 67: Liquidez

LIQUIDEZ						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez Corriente	Activo corriente	\$ 23.859,85	\$ 30.130,36	\$ 48.149,19	\$ 74.920,77	\$ 119.484,96
	Pasivo corriente	\$ 20.532,41	\$ 16.855,39	\$ 11.758,61	\$ 6.308,93	\$ -
	Total	1,16	1,79	4,09	29,99	0,00

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.8.1.2. Gestión

Tabla 68: Gestión

GESTIÓN						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gestión	Ventas Netas	\$ 112.896,00	\$ 134.534,40	\$ 163.924,99	\$ 187.830,72	\$ 220.388,04
	Activos Totales	\$ 43.589,87	\$ 44.454,08	\$ 57.968,07	\$ 81.544,24	\$ 122.906,19
	Total	2,59	3,03	2,83	2,30	1,79

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.8.1.3. Endeudamiento

Tabla 69: Endeudamiento

Nivel de Endeudamiento						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nivel de Endeudamiento	Pasivo total	\$ 20.532,41	\$ 16.855,39	\$ 11.758,61	\$ 6.308,93	\$ -
	Activo Total	\$ 43.589,87	\$ 44.454,08	\$ 57.968,07	\$ 81.544,24	\$ 122.906,19
	Total	0,47	0,38	0,20	0,08	0,00

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

7.8.1.4. Rentabilidad

Tabla 70: Rentabilidad

RENTABILIDAD						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Margen de utilidad sobre las ventas	Utilidad neta	\$ 7.027,51	\$ 6.812,06	\$ 19.201,52	\$ 29.179,58	\$ 47.831,44
	Ventas netas	\$ 112.896,00	\$ 134.534,40	\$ 163.924,99	\$ 187.830,72	\$ 220.388,04
	Total	6,2%	5,06%	11,71%	15,54%	21,70%
Margen bruto de utilidad	Ventas- Costos de ventas	\$ 84.672,00	\$ 102.429,60	\$ 126.584,64	\$ 146.989,71	\$ 174.646,11
	Ventas	\$ 112.896,00	\$ 134.534,40	\$ 163.924,99	\$ 187.830,72	\$ 220.388,04
		75,00%	76,14%	77,22%	78,26%	79,24%
Rendimientos sobre activos	Utilidad Neta	\$ 7.027,51	\$ 6.812,06	\$ 19.201,52	\$ 29.179,58	\$ 47.831,44
	Activos Totales	\$ 43.589,87	\$ 44.454,08	\$ 57.968,07	\$ 81.544,24	\$ 122.906,19
	Total	16,12%	15,32%	33,12%	35,78%	38,92%
ROE	Utilidad Neta	\$ 7.027,51	\$ 6.812,06	\$ 19.201,52	\$ 29.179,58	\$ 47.831,44
	Patrimonio Total	\$ 23.057,46	\$ 29.869,53	\$ 49.071,05	\$ 78.250,63	\$ 126.082,07
	Total	30,48%	22,81%	39,13%	37,29%	37,94%

Elaborado por: Fanny Esteves P.

Fuente: La Investigación

7.9. Conclusión Financiera

Mediante la evaluación financiera que se ha realizado se pudo determinar que la empresa Eco-Slippers es totalmente viable financieramente.

La empresa Eco-Slippers realizará un préstamo bancario con una tasa del 11.29% por 5 años, para que de esta manera la empresa pueda contar con un capital suficiente para poder cubrir los gastos.

La empresa podrá recuperar su inversión al tercer año, se cuenta con una TIR del 34% lo cual supera a la tasa exigida por el proyecto.

Finalmente se pudo observar mediante los indicadores financieros que la empresa es totalmente estable, que puede también cubrir los gastos y el préstamo bancario como ya se lo ha mencionado anteriormente

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de administración del riesgo

La empresa Eco-Slippers tendrá un plan de contingencia en el caso de que surja cualquier tipo de riesgos, los cuales se basarán en supuestos para poder implementar estrategias que ayuden a la empresa en los momentos de crisis ya sea interno o externo.

8.1.1. Principales riesgos

- La creación de nuevas leyes o regulaciones por parte del gobierno.- se deberá estar al tanto de las nuevas regulaciones que el gobierno disponga para ponerlas en práctica y así evitar ser sancionados.
- La creación de un producto similar.- la empresa debe tener estrategia de control y medición, captación de leads para poder aplicarlas en caso que en el mercado ofrezcan un producto similar o igual al que Eco-Slippers ofrece

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

Eco-Slippers realizará reuniones cada tres meses con todos los gerentes y con los trabajadores para poder analizar las falencias que existen y las sugerencias de mejora.

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (checklists)

En caso que la empresa Eco-Slippers surjan diversos problemas se procederá a aplicar la herramienta tormenta de ideas, debido a que esta herramienta nos proporciona diversas opiniones, para posteriormente analizarlas cada una de ellas y determinar cuáles son las más viables.

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

Eco-Slippers se proyectará por obtener respuestas que sean favorables para cualquier tipo de riesgo que se pueda presentar.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

Tabla 71: Monitoreo y control de riesgo de Eco-Slippers

Riesgos	Indicador	Responsable	Riesgo
Ventas no muy altas	Los ingresos mensuales serán bajos	Todos	Altos
La creación de un producto similar	Nuevos competidores	Todos	Altos
La creación de nuevas leyes y reglamentos	Normativas que se deberán implementar en la empresa	Todos	Media

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

Tabla 72: Evaluación de riesgo.

Riesgos	Indicador	Frecuencia	Responsable
Ventas no muy altas	Porcentaje en las ventas	Mensual	Gerente general, administrativo, marketing
La creación de un producto similar	El nivel de participación en el mercado ecuatoriano	Mensual	Gerente General
La creación de nuevas leyes y reglamentos	Las regulaciones, leyes y estatutos que actualmente rigen en el Ecuador	Anual	Gerente General

Elaborado por: Fanny Esteves P.
Fuente: La Investigación.

8.2.3. Reporte del riesgo

Cualquier tipo de riesgo o inconveniente que se pueda presentar ya sea interno o externo dese ser comunicado a todos los trabajadores de la empresa, para así convocar a una reunión y tratar de encontrar una solución.

8.2.4. Estrategias de Salida

A continuación se mencionarán las posibles estrategias de salida para la empresa Eco-Slippers:

- Reducción del personal
- Cierre completo de las operaciones de la empresa y posteriormente venta de todos los activos de la misma.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

9. CONCLUSIONES

Una vez analizado la factibilidad de del proyecto para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil se llegó a la conclusión que:

- La propuesta que se plantea la empresa Eco-Slippers es de gran agrado por parte de las mujeres y los centros de belleza.
- La inversión inicial que Eco-Slippers necesitará es \$40.074,89
- El precio que tendrán las zapatillas en el mercado es de \$14.00
- Mediante el estudio de mercado se pudo constatar que las mujeres y los centros de bellezas del norte de la ciudad de Guayaquil están dispuestos a comprar las zapatillas para así poder evitar que el pedicure que dañe.
- Eco-Slippers creará dos diseños de zapatillas que será: con tiras trenzadas, tela reciclada.
- El análisis financiero que se realizó se puso observar que la empresa tiene una tasa interna de retorno del 31% la TMAR de 10.48% y el VAN \$ 45.419,29 de El tiempo en el cual la empresa recuperará la inversión es al tercer año de operación.

En conclusión se pudo constatar que la presente propuesta es muy atractiva y rentable debido a que la mayoría de las mujeres que acuden a los centros de belleza siempre tienen que invertir tiempo adicional para poder arreglar el pedicure.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

10. RECOMENDACIONES

Después de haber analizado todos los resultados mencionado en los capítulos anteriores a continuación se mencionarán las recomendaciones:

- Eco-Slippers a un futuro puede crear una variedad de diseños o elaborar diseños personalizados.
- Realizar varias campañas de marketing para que la empresa Eco-Slippers pueda ser conocida a nivel nacional.
- Obtener las certificaciones ISO.
- Realizar la compra a futuro de un CRM, para de tal manera obtener un excelente manejo de datos.
- Expandir la comercialización de las zapatillas a diferentes centros de belleza.
- Realizar análisis constantes debido a que existen cambios en el mercado ecuatoriano.
- Dentro de seis años realizar una inversión mediante la adquisición de nuevas y modernas máquinas para de tal manera obtener una mejor calidad y poder satisfacer la demanda que hay por las zapatillas para pedicure

CAPÍTULO 11

FUENTES

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

11. FUENTES

Aguilar, S. (1 de Agosto de 2012). *Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud*. Recuperado el 03 de Abril de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>

Ansoff, I. (Septiembre de 01 de 1957). *Estrategias de Ansoff*. Recuperado el 18 de Marzo de 2014, de http://books.google.com.ec/books?id=O1eOufVVzVYC&pg=PA55&dq=estrategias+de+ansoff&hl=es&sa=X&ei=_TpcU_GJMMHisAS-0ILYBQ&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q=estrategias%20de%20ansoff&f=false

Bolsa de Valores de Quito. (24 de Enero de 2006). *Ley de mercado de valores*. Recuperado el 27 de Enero de 2014, de http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/mercado-de-valores/ley-de-mercado-de-valores/110128030015-8e07b1fda10c4caa96ea3c6fc39fc35e_mervalores.pdf

El Telégrafo. (30 de Agosto de 2011). *El Telégrafo - Cuatro tipos de negocios resultan muy rentables*. Recuperado el 15 de Agosto de 2013, de <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/item/cuatro-tipos-de-negocios-resultan-muy-rentables.html>

Francés, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral*. México: Pearso Educación de México.

Freire, A. (14 de Agosto de 2011). *Teoría de Emprendimiento*. Recuperado el 18 de Marzo de 2014, de <http://uniajc.pbworks.com/w/file/54060386/TEORIAS%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf>

García, R. F. (15 de Junio de 2007). *Responsabilidad social corporativo*. Recuperado el 26 de Marzo de 2014, de http://books.google.com.ec/books?id=295vqLhaTioC&printsec=frontcover&dq=Responsabilidad+social+corporativo&hl=es&sa=X&ei=OTJcU_jxMrjMsQTXyoHwBw&ved=0CC0Q6AEwAA#v=onepage&q=Responsabilidad%20social%20corporativo&f=false

GEM. (06 de Abril de 2012). *Actividad Emprendedora Temprana*. Recuperado el 05 de Febrero de 2014, de <http://www.espae.espol.edu.ec/images/FTP/ReporteGEM2012.pdf>

GEO International. (30 de Julio de 2009). Green Living. *GEO una nueva visión del mundo*, 12-14.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

- Gómez, C. (22 de Agosto de 2006). *La investigación científica en preguntas y respuestas*. Recuperado el 10 de Febrero de 2014, de <http://www.uniandesonline.edu.ec/publicaciones/librofinal.pdf>
- Gutiérrez, M. (1996). *Ecología: Salvemos al planeta tierra*. México: Limunasa S.A.
- Hawken, P., Grose, L., & Fletcher, K. (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda*. Blume.
- Hernández, S. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO.
- Hidalgo, Á. (18 de Junio de 2003). *SPSS V. 10.0*. Recuperado el 02 de Febrero de 2014, de http://www.psico.uniovi.es/fac_psicologia/w3doc/instru_evaluacion/spss.pdf
- INEC. (2013). *Estadísticas 2013*. Guayaquil: INEC.
- Instituto de Propiedad Intelectual. (23 de Febrero de 2011). *IEPI*. Recuperado el 31 de Enero de 2014, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2012). *Informe Nacional*. Guayaquil.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2012). *Negocios Ecuatorianos*. Guayaquil: Publicaciones INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Informes Anuales*. Guayaquil: Publicaciones INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Informes Comerciales*. Guayaquil: INEC.
- Kirchner, A. (12 de Octubre de 2011). *Investigación de acción participativa*. Recuperado el 2014 de Febrero de 2014, de <http://forolatinoamerica.desarrollosocial.gov.ar/galardon/docs/Investigaci%C3%B3n%20Acci%C3%B3n%20Participativa.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (13 de Abril de 2010). *Fundamentos de Marketing*. Recuperado el 18 de Marzo de 2014, de http://books.google.com.ec/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&dq=Philip+kotler+y+Gary+Armstrong&hl=es&sa=X&ei=UFxNU7m9L4Li0QGdo4D4DA&ved=0CDAQ6AEwAA#v=onepage&q=Philip%20kotler%20y%20Gary%20Armstrong&f=false
- La Superintendencia de Compañía . (05 de Noviembre de 1999). *Ley de Compañías*. Recuperado el 14 de Febrero de 2014, de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf
- Ley de la Propiedad Intelectual. (28 de Junio de 1998). *IEPI*. Recuperado el 31 de Enero de 2014, de <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/80.pdf>

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Mapfre Atlas . (10 de Enero de 2008). Recuperado el 27 de Enero de 2014, de <http://www.mapfreatlas.com.ec/site/seguros-fianzas.php>

Ministerio de Relaciones Laborales. (11 de Diciembre de 2011). Recuperado el 27 de Enero de 2014, de www.mrl.gob.ec

Ministerio de Relaciones Laborales. (11 de Agosto de 2013). Recuperado el 11 de Enero de 2014, de www.mrl.gob.ec

Ministerio de Relaciones Laborales. (11 de Agosto de 2013). Recuperado el 27 de Enero de 2017, de www.mrl.gob.ec

Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). *Codigo de Trabajo*. Guayaquil: Asamblea Constituyente.

Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). *Codigo del Trabajo*. Guayaquil.

Ministerio del Ambiente. (15 de Enero de 2011). *Subsecretaría de Calidad Ambiental*. Recuperado el 09 de Mayo de 2014, de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/06/Mecanismo-Certificacion-Punto-Verde..pdf>

Muñoz, V. (17 de Enero de 2013). *Marketing Ecologico*. Recuperado el 10 de Marzo de 2014, de http://www.victoria-andrea-munoz-serra.com/MARKETING/marketing_%20ecologico.pdf

Navarro, F. (15 de Octubre de 2012). *E-Book*. Recuperado el 26 de Marzo de 2014, de http://books.google.com.ec/books?id=LyqG6yzMNnsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Paulson, S. (1998). *Desigualdad social y degradación ambiental en América Latina*. Quito: Abya-Yala.

Pereira, F. (29 de Noviembre de 2007). *La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista*. Recuperado el 14 de Marzo de 2014, de http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:kJwW3haZEjgJ:scholar.google.com/+concepto+de+emprendedor&hl=es&as_sdt=0,5

Porter, M. (1985). Ser competitivo. En M. Porter, *Ser competitivo* (pág. 32). Boston: Deusto.

Rimando, A. (2010). *Estandar de milady tecnologia del cuidado de las unas*. New York: Cengage learning.

Sallenave, J. (1999). *Gerencia y planeación estratégica*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Seguro QBE. (15 de Noviembre de 2006). Recuperado el 27 de Enero de 2014, de http://www.qbe.com.ec/formularios/CONDICIONES_GENERALES_INCENDIO_TODO_RIESGO.pdf

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Seguro QBE. (15 de Enero de 2009). Recuperado el 13 de Agosto de 2013, de http://www.qbe.com.ec/formularios/CONDICIONES_GENERALES_FIDELIDAD_P RIVADA.pdf

Senplades. (24 de Junio de 2013). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de <http://www.buenvivir.gob.ec/39>

Sión, V. (2013). *Visión pública y privada de la industria en Ecuador*. Guayaquil: Ministerio de Industrias y Productividad.

Soto, J. M. (07 de Junio de 2012). *Diferencias de marketing social*. Recuperado el 16 de Abril de 2014, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/594/3/Capitulo%202.pdf>

Vera, V. H. (1991). *Mercadeo Básico*. Costa Rica: EUNED.

Worldpanel, K. (2012). El hábito del consumidor ecuatoriano cambió el cuidado personal. *Revista Líderes* , 15.

CAPÍTULO 12

ANEXOS

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

12. ANEXOS

ANEXO 1

Comparecen a la suscripción del presente Contrato por una parte, la compañía **Eco-Slippers S.A.** legalmente representada en su calidad de Gerente Administradora **ESTEVEES PICO FANNY MARINA** a quien en adelante y para efectos de este Contrato se lo denominará “EL CONTRATANTE”; por otra parte la señora **Ing. Balarezo Torres María Belén**, domiciliada en la ciudad de Guayaquil, por sus propios derechos, a quien en adelante se lo denominará “PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES”. Ambos en pleno goce de su capacidad civil para ejercer derechos y contraer obligaciones; quienes libres y voluntariamente, convienen en la celebración del contrato, contenido en las cláusulas que se detallan a continuación:

CLÁUSULA PRIMERA – ANTECEDENTES:

“**Eco-Slippers S.A.**” es una persona jurídica, legalmente constituida, domiciliada en la ciudad de Guayaquil cuya actividad comercial consiste en ofrecer materia prima en este caso para la elaboración de las zapatillas en su procesamiento y la comercialización al mercado.

EL PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES, se dedica a coordinar y supervisar los procesos de venta de la empresa teniendo en cuenta todas las normas internas y código de ética que la empresa tenga.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO:

Mediante el presente documento, el PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES se compromete a ofrecer su servicio al CONTRATANTE, para efectos de cumplir con todo el proceso contable.

CLÁUSULA TERCERA – PROCEDIMIENTO:

EL PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES dará su servicio al Contratante de forma mensual.

CLÁUSULA CUARTA – HONORARIOS:

El honorario se pactará entre el CONTRATANTE y el PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES y será la suma mensual de \$300 (trescientos 00/100 dólares), valor al cual se le realizarán todos los descuentos o sustracciones que por ley deban realizarse. El pago por concepto de Honorarios Profesionales será pagado por EL CONTRATANTE el primer día de trabajo. EL PROFESIONAL será responsable ante los órganos de Control y Recaudación de cumplir con sus cargas u obligaciones tributarias que el pago de los Honorarios Profesionales genere.

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

CLÁUSULA QUINTA – CONFIDENCIALIDAD:

Durante el tiempo que se celebre el presente contrato el PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES no podrá dar a conocer por ningún concepto a otra compañía información referente a las prácticas internas de la empresa, manejos de máquinas.

CLÁUSULA SEXTA – SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS:

Si llegase a surgir un conflicto entre ambas partes, se procederá el arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil, para dar solución a los conflictos presentados. Para solucionar controversia entre ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA – PLAZO:

El presente contrato tendrá una vigencia de 1 año y se da por inicio al mismo a partir de la fecha en que se firma el contrato.

CLÁUSULA OCTAVA - ACEPTACIÓN Y RATIFICACIÓN:

Las partes contratantes aceptan y ratifican cada una de las cláusulas precedentes por así convenir a sus legítimos intereses, firmando en unidad de acto para constancia y validez, ante la autoridad competente del trabajo quien certifica, en un original y dos copias de igual tenor, en la ciudad de Guayaquil, 25 de Mayo de 2014.

Esteves Pico Fanny Marina

Ing. Balarezo Torres María Belén

EL CONTRATANTE

EL PROFESIONAL

ANEXO 2

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

Buenos días/ tardes. Mi nombre es Fanny Marina Esteves Pico estudiante de la Universidad Católica Santiago de la carrera de Ingeniería en Desarrollo de Negocio Bilingüe su opinión es muy importante para nosotros

CUESTIONARIO

1. ¿Acude a los centros de belleza a realizarse el pedicure?

- (1) SI.....1 → CONTINUAR
NO.....2 → TERMINAR

2. Con que frecuencia acude a los centros de belleza a realizarse el pedicure?

(2)

Cada semana	1
Cada quince días	2
Cada mes	3
Cada 2 meses	4

3. ¿Cree usted que la creación de unas zapatillas para pedicure sería de gran ayuda para evitar que su pedicure se dañe y tenga que invertir tiempo adicional

- (3) SI.....1
NO.....2

(PRESENTAR CONCEPTO DE ZAPATILLAS ECOLOGICAS PARA PEDICURE)

4. **(E: entregar la tarjeta #1)** Viendo esta escala de 1 a 5 donde 1 significa me desagrada mucho y 5 significa me agrada mucho¿Me podría indicar su nivel de agrado a la creación de unas zapatillas ecológicas para pedicure .

(4)

Me agrada Mucho	5
Me agrada	4
Ni me agrada / Ni me desagrada	3
Me desagrada	2
Me desagrada mucho	1

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

5. **(E: entregar la tarjeta # 2)** ¿Qué tan dispuesto estaría a comprar zapatillas ecológicas para pedicure.

(5)

Muy dispuesto	5
Dispuesto	4
Ni dispuesto ni indispuerto	3
Indispuesto	2
Muy indispuerto	1

6. ¿Estaría dispuesto a pagar _____ (MENCIONAR CADA PRECIO UNO POR UNO) por unas zapatillas ecológicas para pedicure?

		SI	NO
(6)	\$14.00	1	2
(7)	\$14.50	1	2
(8)	\$15.0	1	2
(9)	\$16.50	1	2
(10)	\$18	1	2

7. **(E: MOSTRAR TARJETA #3)** Que colores le gustaría que tengan las zapatillas ecológicas para pedicure?

(11)

Colores llanos.....1 Qué colores?

Colores mezclados.....2 Que colores

8. **(E: entregar la tarjeta #1)** Viendo esta escala de 1 a 5 donde 1 significa me desagrada mucho y 5 significa me agrada mucho¿Me podría indicar su nivel de agrado a zapatillas que contengan productos reciclados

(13)

Me agrada Mucho	5
Me agrada	4
Ni me agrada / Ni me desagrada	3
Me desagrada	2
Me desagrada mucho	1

9. Le gustaría que las zapatillas lleven algún tipo de accesorio?

(14)

Con piedras..... 1

Con tiras trenzadas..... 2

Con lazos..... 3

DATOS DE CONTROL

NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A: _____

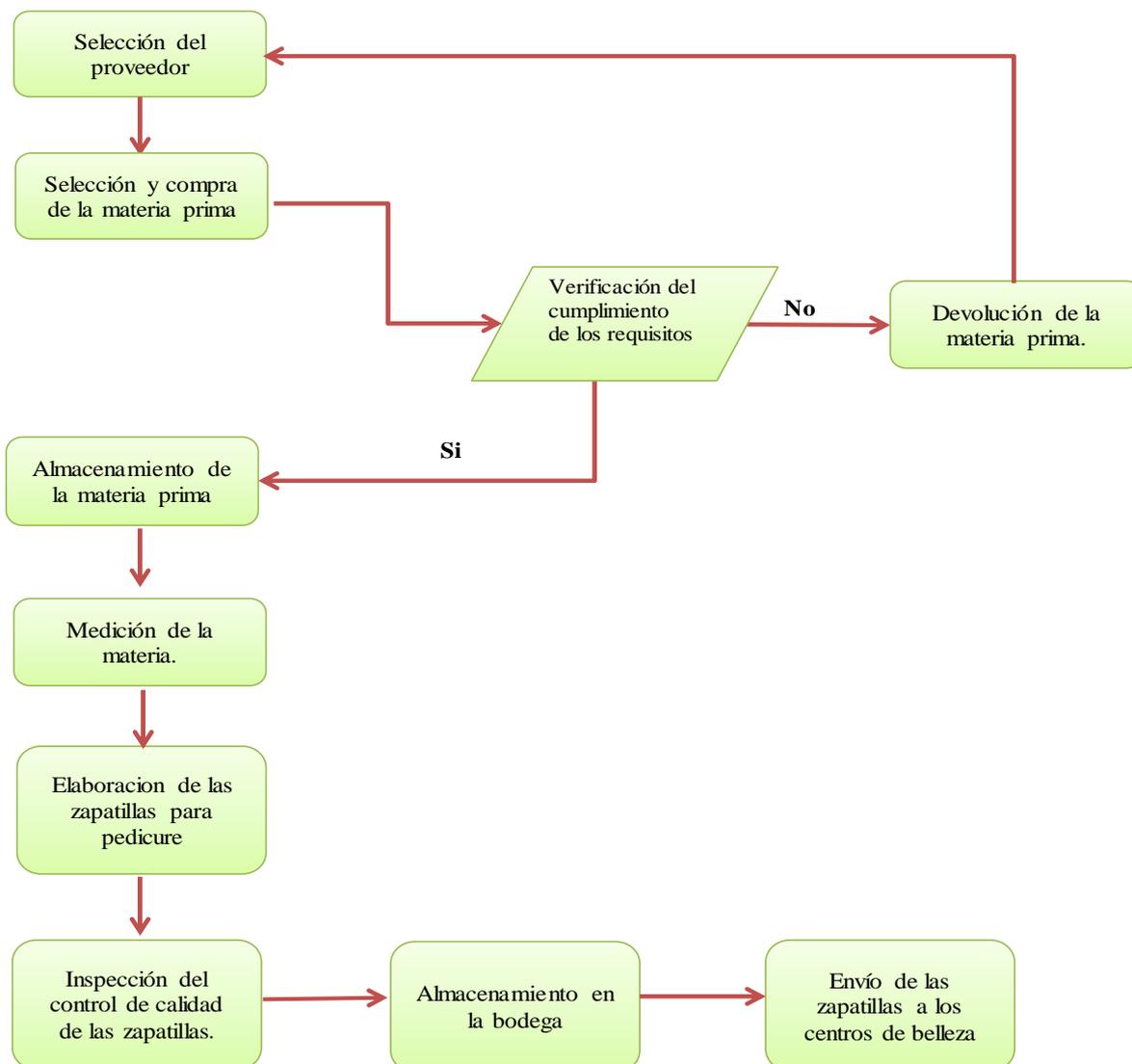
TELEFONO: _____ FECHA: _____

ENCUESTADOR: _____ SUPERVISOR: _____

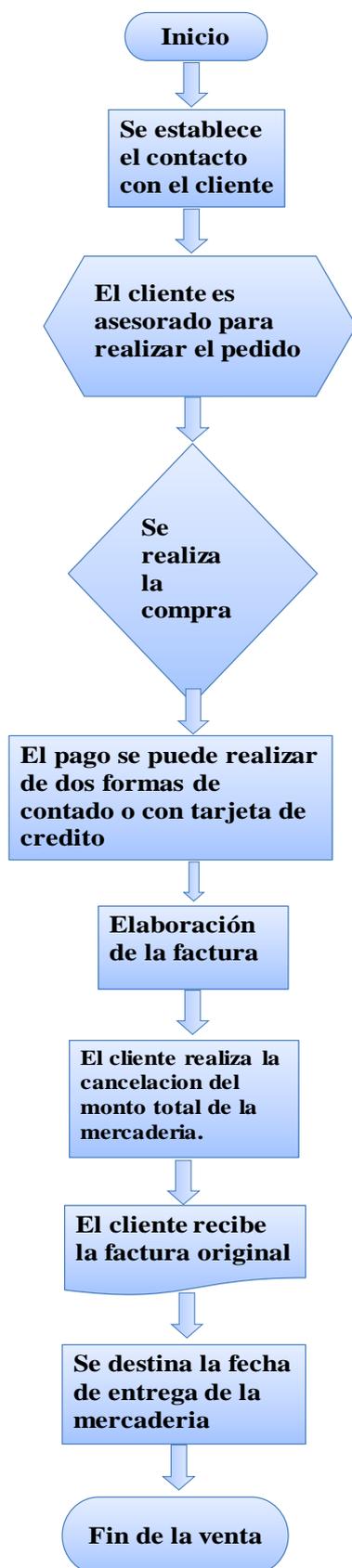
(15) EDAD:	<u>SEXO (16)</u>	<u>NIVEL DE EDUCACION (17)</u>
1. 18 a 24	1.-MUJER	1. PRIMARIA
2. 25 a 34		2. SECUNDARIA
3. 35 a 44		3. TECNOLOGO
4. 45 a 54	4. SUPERIOR
5. 55 ó más	5. MAESTRIA/DOCTORADO

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

ANEXO 3



Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicure a los centros de belleza en el norte de Guayaquil



CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO

Logo de la Empresa:



Banner de la Empresa:



Empaque:

Propuesta para la creación de una empresa que elabore y comercialice zapatillas ecológicas para pedicura a los centros de belleza en el norte de Guayaquil



Página web de la empresa Eco-Slippers.

