



Carrera: Tecnología Superior en Administración

Título de la propuesta: Modelo de Negocio CANVAS para la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito

Trabajo de titulación presentado como requisito previo para optar por el título de Tecnóloga Superior en Administración.

Autora:

Erazo Encalada Alisson Abigail

Tutor:

Dr. Zambrano Acosta Juan Carlos

Quito, 4 de septiembre 2023

Constancia de Aprobación del Tutor

En calidad de tutor del proyecto: “Modelo de Negocio Canvas para la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito” presentado por la Srta. Alisson Abigail Erazo Encalada para optar por el Título de Tecnólogo en Administración, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 4 días del mes de septiembre del 2023.

Dr. Juan Carlos Zambrano

C.I 1708904287

Declaratoria de Responsabilidad

Yo, Alisson Abigail Erazo Encalada con cédula de ciudadanía 172599690-2 en calidad de autor del trabajo de grado descrito, cedo los derechos al Instituto Tecnológico Universitario Pichincha, para su publicación en el repositorio digital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo con la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 4 de septiembre del 2023

Atentamente;

Alisson Erazo

1725996902

alisserazo87@gmail.com

0967824666

Dedicatoria

La presente tesis está dedicada a Dios, quien en medio de este arduo trayecto me ha dado la sabiduría y paciencia para lograr concluir con mi carrera, juntamente agradecer a mis padres y hermanas, quienes estuvieron dándome su apoyo, cariño y consejos, para hacer de mí una mejor persona, basándome en su ejemplo de superación, humildad y sacrificio.

Agradecimiento

Agradezco a mi familia por estar presente en los buenos y malos momentos durante el trayecto que conlleva este proceso, quienes han sido mi soporte emocional.

A mis hermanas, las cuales fueron las personas fundamentales en apoyar mis decisiones para continuar con mis estudios, mismas continúan al pendiente, animándome para no decaer, demostrando que no hay imposibles para cumplir con los logros que me planteo en el trayecto de la vida.

Resumen Ejecutivo

Emplear modelo de negocio Canvas para la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito, desarrollando previamente una investigación de campo para determinar las necesidades de nuestros clientes al momento de realizar la compra de calzado, donde nuestro principal objetivo es ofrecer alta calidad, precio asequible, que ayudarán al proyecto a desarrollarse sólidamente.

En el capítulo I del siguiente proyecto, se ejerce una previa introducción del problema en base al tema planteado.

En el capítulo II, se procede a una investigación del marco metodológico que sirve de respaldo cuando se explique el plan de negocio, en base a la obtención de resultados que permite determinar demanda, oferta, principalmente estableciendo preferencias en el mercado meta.

En el capítulo III, se detalla el diseño para la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito, para que sea apreciado como un modelo de negocio, considerando el rendimiento que alcanzará dicho proyecto, impactando positivamente en los clientes al realizar su compra.

Palabras Claves: Modelo Canvas, Calzado, Personalizados, Confección, Calidad.

Abstract

Use Canvas business model for the elaboration and commercialization of personalized footwear in Quito, previously developing a field investigation to determine the needs of our clients when making the purchase of footwear, where our main objective is to offer high quality, affordable price, that will help the project to develop solidly.

In chapter I of the following project, a previous introduction of the problem is exercised based on the topic raised, after which our strengths, opportunities, weaknesses and threats are determined, as well as establishing our objective, mission, vision.

In chapter II, we proceed to an investigation of the theoretical framework that serves as a support when we explain our business plan, based on obtaining results that allow us to determine our demand, supply, mainly establishing preferences in our target market.

In chapter III, the design for the elaboration and commercialization of personalized footwear in Quito is detailed, so that it is appreciated as a business model, considering the performance that said project will achieve, positively impacting our clients when making their purchase.

Keywords: Canvas Model, Footwear, Personalized, Clothing, Quality.

ÍNDICE

Constancia de Aprobación del Tutor.....	2
Declaratoria de Responsabilidad.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Resumen Ejecutivo	6
Abstract.....	7
Introducción	15
Tema.....	16
Formulación del problema	16
Justificación	18
Idea a defender.....	19
Objetivos.....	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos.....	20
Líneas y Sub-Líneas de Investigación	21
CAPÍTULO I	24
Fundamentación Teórica.....	24
Modelo de negocio Canva	24
Calzado	31
Personalización	35
Comercialización	35
Quito	36
Marco Legal.....	36
Registro Único De Contribuyentes RUC.....	36

Requisitos para Afiliarse a la Cámara Artesanal de Pichincha	37
Requisitos para la emisión del Registro Único Artesanal.	38
Marco Conceptual.....	38
Stiletos	38
Artesano	38
Calidad	38
Estrategia.....	39
Expectativa.....	39
Necesidades.....	39
Inflación	39
Modelo de Negocio Canva.....	39
Segmentación.....	39
Precio	39
CAPÍTULO II	40
Enfoque de Investigación.....	40
Diagnóstico Situacional	40
Diseño de la Investigación	40
Enfoque cuantitativo	40
Método de Investigación.....	41
Método Inductivo.....	41
Nivel de Investigación	41
Investigación Descriptiva.....	41
Investigación Exploratoria	41
Tipo de Investigación.....	41
Investigación de Campo.....	41

Unidad de análisis.....	42
Análisis y Resultados.....	44
Pregunta 1	44
Pregunta 2	45
Pregunta 3	46
Pregunta 4	47
Pregunta 5	48
Pregunta 6	49
Pregunta 7	50
Pregunta 8	51
Pregunta 9	51
Análisis y Conclusiones Capítulo II	53
CAPÍTULO III.....	54
Propuesta.....	54
Segmentación de Mercado.....	54
Segmentación Geográfica	54
Segmentación Demográfica	55
Segmentación Psicográfica	55
Propuesta de Valor	56
Canales de Distribución	58
Relación con el Cliente	60
Fuentes de Ingresos.....	61
Presupuesto de Ventas.....	61
Recursos Claves.....	63
Recurso Físico.....	63

Recurso Intelectual.....	64
Recurso Humano.....	64
Organigrama Estructural.....	65
Recurso Financiero	65
Actividades Clave.....	66
Aliados Claves	68
Estructura de Costes.....	69
Estructura Modelo de Negocio Canvas.....	71
Conclusiones.....	72
Recomendaciones	73
Bibliografía	74
Anexos	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de Negocio Canva	25
Figura 2 Segmentación de mercado.....	26
Figura 3 Propuesta de valor	27
Figura 4 Canales de distribución.....	27
Figura 5 Relación con cliente	28
Figura 6 Fuente de ingresos	29
Figura 7 Recursos claves	29
Figura 8 Actividades claves	30
Figura 9 Asociaciones claves.....	30
Figura 10 Estructura de costes	31
Figura 11 Calzado tipo ballerina.....	33
Figura 12 Calzado tipo pulsera	33
Figura 13 Calzado tipo alpargata	34
Figura 14 Calzado tipo boca de pescado.....	34
Figura 15 Calzado tipo mules	35
Figura 16 Ubicación de Quito.....	36
Figura 17 Ubicación mapa de Quito	42

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Gráfico pregunta 1	44
Tabla 2 Gráfico pregunta 2	45
Tabla 3 Gráfico pregunta 3	46
Tabla 4 Gráfico pregunta 4	47
Tabla 5 Gráfico pregunta 5	48
Tabla 6 Gráfico pregunta 6	49
Tabla 7 Gráfico pregunta 7	50
Tabla 8 Gráfico pregunta 8	51
Tabla 9 Gráfico pregunta 9	52
Tabla 10 Segmentación Geográfica	54
Tabla 11 Segmentación Demográfica	55
Tabla 12 Segmentación Psicográficas.....	55
Tabla 13 Propuesta de valor.....	56
Tabla 14 Fases de canales	59
Tabla 15 Relación con el cliente	60
Tabla 16 Imagen referencial del calzado a ofrecer	61
Tabla 17 Proyección de ventas anuales.....	62
Tabla 18 Proyección de ventas.....	62
Tabla 19 Recursos claves	63
Tabla 20 Recursos físicos-maquinaria	63
Tabla 21Recurso Intelectual.....	64
Tabla 22 Recurso Humano Artesano.....	64
Tabla 23 Gerente Administrativo y de ventas	65
Tabla 24 Organigrama Estructural	65
Tabla 25 Capital para inversión	66
Tabla 26 Recursos claves	66
Tabla 27 Actividades claves.....	67
Tabla 28 Accionistas claves	69

Tabla 29 Estructura de costes.....	69
Tabla 30 Lienzo modelo Negocio Canvas	71
Tabla 31 Presupuesto Muebles y Enseres	78
Tabla 32 Presupuesto Maquinaria.....	78
Tabla 33 Presupuesto Equipos de Computación.....	79
Tabla 34 Presupuesto Materia Prima	79
Tabla 35 Presupuesto Servicios Básicos	80
Tabla 36 Presupuesto para Publicidad	80
Tabla 37 Presupuesto para Sueldos.....	81
Tabla 38 Depreciaciones	82

Introducción

En base a las encuestas realizadas se determina que la adquisición de calzado en varias personas ha tenido complicaciones y ciertas necesidades, este proyecto tiene como objetivo complacer las exigencias de la clientela para brindar un producto de calidad.

La iniciativa del proyecto está enfocada en cumplir con sus requerimientos, el cual, se puede personalizar tanto como: En el material, altura, color, grosor del taco y accesorios. Destacando del mismo su elaboración artesanal con mano de obra ecuatoriana calificada.

En el mercado ecuatoriano es común encontrar calzado con medidas nacionales estándar, por lo que, para nuestros clientes con medidas especiales, como: empeine ancho, alto, fino, se les complica adquirir. Por lo tanto, nuestra principal herramienta de comercialización serán las redes sociales ya que es el medio de comunicación que se maneja en la actualidad, llegando así a mayor audiencia. Todo lo mencionado hace que el proyecto tenga un factor diferenciador.

Tema

Modelo de negocio CANVAS para la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito.

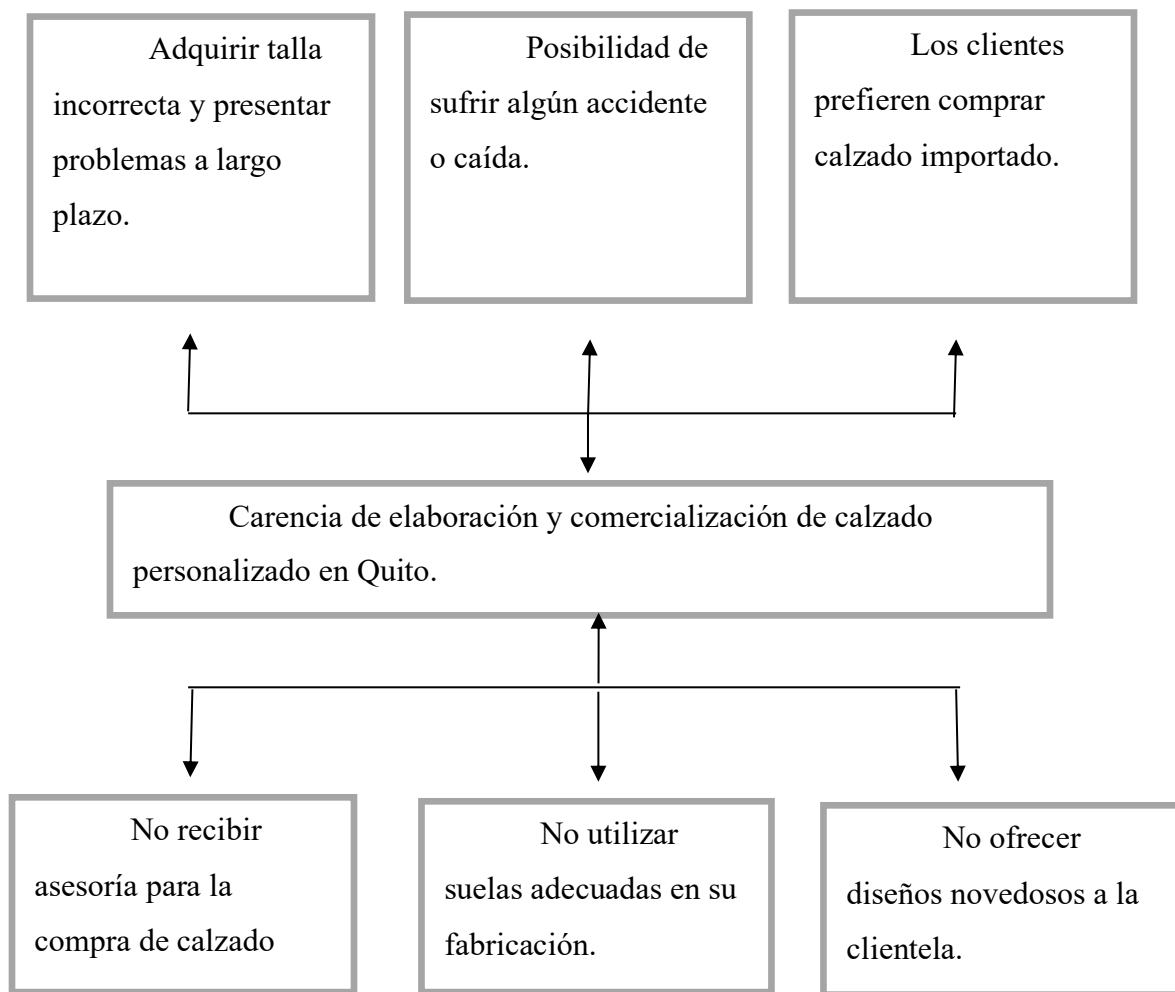
Formulación del problema

Dentro del análisis en Reino Unido una encuesta llevada por la Sociedad de Pedicuros y Podólogos se determinó que el 37% de las mujeres entrevistadas utilizan zapatos incómodos y el 80% termina con problemas de pies por el uso del calzado no adecuado, se determinó así que no se fabrica calzado en base a las necesidades del mercado, así optando por elaborar calzados a una medida estándar, por agrupaciones en base a un mismo modelo, color, tallas, entre otros.

En Ecuador con el transcurso del tiempo, en los últimos años, la industria de calzado ha existido una disminución de ventas por efecto de pandemia, teniendo como consecuencia bajas exportaciones y aumentando la competencia desleal, así mismo se ha reflejado la disminución de la productividad operacional, dejando sin empleo al sector obrero artesanal, el cual notablemente reflejan sus decrecimientos de sus ingresos.

En Quito, Gualaceo, Ambato y entre otras ciudades se ha reflejado como la productividad de calzado ha ido decayendo, entre las razones sustentadas se encuentran: reemplazo de personal por maquinaria, calzado de baja calidad que no cumple con los estándares del mercado, dañando así también el ámbito comercial con precios que no son los adecuados, incentivando así a tener una oferta no sustentable, es ahí donde ciertos clientes no están dispuestos a cancelar cierta cantidad de dinero por dicho producto.

Bajo los parámetros descritos, fundamentamos la siguiente pregunta de investigación:
¿Existe demanda de calzado personalizado en Quito, donde el consumidor pueda realizar su compra con la posibilidad de hacer cambios como: color, material, tipo de suela, altura de taco, decoración, ¿entre otros?



Justificación

El proyecto se basa en la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito. Nace a partir de la necesidad del consumidor al momento de adquirir su calzado, cabe mencionar que los principales inconvenientes para adquirir el calzado ideal se encuentran los siguientes factores: empeine muy delgado o ancho, largo del pie, alto del taco, tipo de suela, materiales, precios, entre otros.

La principal razón de la elaboración del calzado personalizado es brindar confort, considerando desde la adquisición de los insumos al proveedor, ya que es el factor fundamental que determinará que no sea muy pesados, brinde estabilidad al caminar, no provoque lesiones, entre otros atributos.

Los mismos serán indispensables para demostrar que el calzado está elaborado para la comodidad de los clientes, donde interviene la ciencia, ya que se trabaja bajo normas y técnicas de manufactura para establecer una mayor precisión y se aplique el concepto de lo que caracteriza un calzado adecuado y de calidad.

Además, en el ámbito social, la industria del calzado es un sustento para la economía a nivel nacional, ya que genera empleo y por medio de ello se aprovecha la mano de obra artesanal, donde se incentivará a los futuros clientes a consumir lo nuestro.

Por ende, para que el proyecto sea rentable, se pondrá en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera, lo que implica una buena administración financiera y productiva, el cual se demuestra el potencial y se pondrá en marcha el propósito, demostrando así que no es imposible soñar, haciendo uso de la creatividad sin importar algún tipo de limitación.

Idea a defender

El beneficio de elaborar y comercializar calzado personalizado en Quito, basado en el modelo de negocio Canva, hará que los modelos lleguen al consumidor, impactando de manera positiva e incentivar su compra, ya que al trabajar con diseños totalmente personalizados, de alta calidad, e innovadores con precios accesibles, tendrán preferencia dentro del mercado.

Es por ello, que al existir pocos negocios que se dedican a dicha actividad, es necesario el desarrollo del proyecto, mediante el cual hará que la industria del calzado personalizado sea rentable, eficiente, competitiva y a través de ello brindar mayor oportunidad laboral a través de la restauración del mercado local.

Objetivos

Objetivo General

Aplicar mediante el modelo de negocio Canvas la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito.

Objetivos Específicos

1.Fundamentar teóricamente a través de fuentes primarias y secundarias la aplicación mediante el modelo de negocio Canvas para la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito.

2.Compilar la información referida a la aplicación mediante el modelo de negocio Canvas para la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito.

3.Desarrollar el modelo de negocio Canvas para la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito.

Líneas y Sub-Líneas de Investigación

Tabla 1

Líneas y Sub-Líneas de investigación

TEMA DE INVESTIGACIÓN	MODELO DE NEGOCIO CANVAS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CALZADO PERSONALIZADO EN QUITO
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario. • Promover una sociedad Participativa
SUBLÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento e innovación • Administración y diseño de procesos de generación de empleos • Promoción de iniciativas de la economía popular y solidaria, micros empresas, • talleres artesanales y pequeñas empresas.

Fuente: Información proporcionada por ISTHCPP

Materias integradoras

Tabla 2*Materias integradoras*

MATERIAS INTEGRADORAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJES
Metodología de la investigación y desarrollo de emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información. • Desarrolla la capacidad de análisis y síntesis para el tratamiento del conocimiento científico y aplica al a solución de un problema de investigación en el campo de la Administración.
Métodos de producción para economía popular y solidaria y talleres artesanales	<ul style="list-style-type: none"> • Está en la capacidad de aplicar los conocimientos para la creación y gestión de la producción en empresas pequeñas y de economía popular y solidaria. • Puede desarrollar sistemas de producción de bienes o generación de servicios.
Administración de presupuestos	<ul style="list-style-type: none"> • Entiende la importancia de los presupuestos como reflejo cuantitativo de los objetivos y herramienta de evaluación del actuar empresarial, así como técnica de planeación financiera.
Eje de formación	<ul style="list-style-type: none"> • Planea las actividades de la empresa de acuerdo con los objetivos propuestos, a través de la recolección de información financiera dependiendo del tipo de

empresa.

- Marketing para emprendedores
- Elabora y aplica los elementos del marketing que se diseñan en los emprendimientos con el fin de proyectar una gestión de excelencia en la pyme.
 - Aplica de manera práctica las estrategias genéricas y alternativas a fin de generar alternativas de competitividad en el mercado a cualquier tipo de organismo económico –social.
- Gestión de la Calidad
- Analiza, identifica y comprende problemas administrativos de manufactura y servicios locales para realizar investigaciones de nivel exploratorio, con enfoque prospectivo para el uso adecuado de métodos que conserven el ecosistema, a fin de promover el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y Economía Popular y Solidaria.
- Finanzas Corporativas
- Aplica técnicas de análisis financiero y planeación para comprender la situación financiera actual de la organización y proyectarla a futuro de acuerdo con la capacidad y estructura.
 - Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento.

Fuente: Información proporcionada por ISTHCPP

CAPÍTULO I

Fundamentación Teórica

Modelo de negocio Canva

Concepto

También conocido como lienzo de modelo de negocios, es un instrumento útil, se basa en un componente que constituye una nueva forma para desarrollar planes de negocio e incentivar el mismo, para que crezca de mejor manera posible, plasmando de forma gráfica en sí el modelo del negocio.

Al aplicar el modelo Canvas se permite visualizar las oportunidades, así como comprender puntos claves, ya sea, infraestructura, clientes, proveedores, presupuestos. Por lo tanto, en la aplicación de manera adecuada, el proyecto tendrá la finalidad de sacar el máximo rendimiento de las acciones. (Marcos Vilas Rodríguez,2018).

En referencia a la cita mencionada, se comprende que el modelo de negocio Canvas, es una herramienta que ayudará a captar en qué se basa una empresa, tanto en crear, proporcionar, y captar valor. Juntamente con el objetivo para optar por un modelo eficiente, donde refleje los principales objetivos, entre ellos, que cumplan con las necesidades del mercado en el que se va a desarrollar.

Autor

Nació en Suiza en 1974, su nombre es Alexander Osterwalder, es reconocido como uno de los especialistas en innovación empresarial. Demuestra qué es una organización en la que puede crear actividades, recursos indispensables, donde abarca costos, mediante el cual serán los principales aliados para ser entregados al mercado o clientela, generando fuentes de ingresos.

Importancia del modelo de negocio Canvas.

Al hacer referencia a la expresión de (Llontop Bárbra,2020), ayuda a visualizar y organizar los elementos de un comercio de manera organizada, mediante ello, analizar cómo se interrelacionan entre sí, identificando así los elementos indispensables que soportan el desarrollo de la organización.

Por lo tanto, se tendrá una mejor comprensión y apreciación de cómo funciona o puede funcionar una organización empresarial, he ir contemplando como el proyecto se consolida.

Lienzo del modelo

El esquema presente, se considera como lienzo del modelo en el proyecto que se desarrollará, donde pueden modificar, incrementar, transformar, según se trabaje en la propuesta de negocio. Así diferenciando a los aspectos externos de la empresa e internos a la oferta.

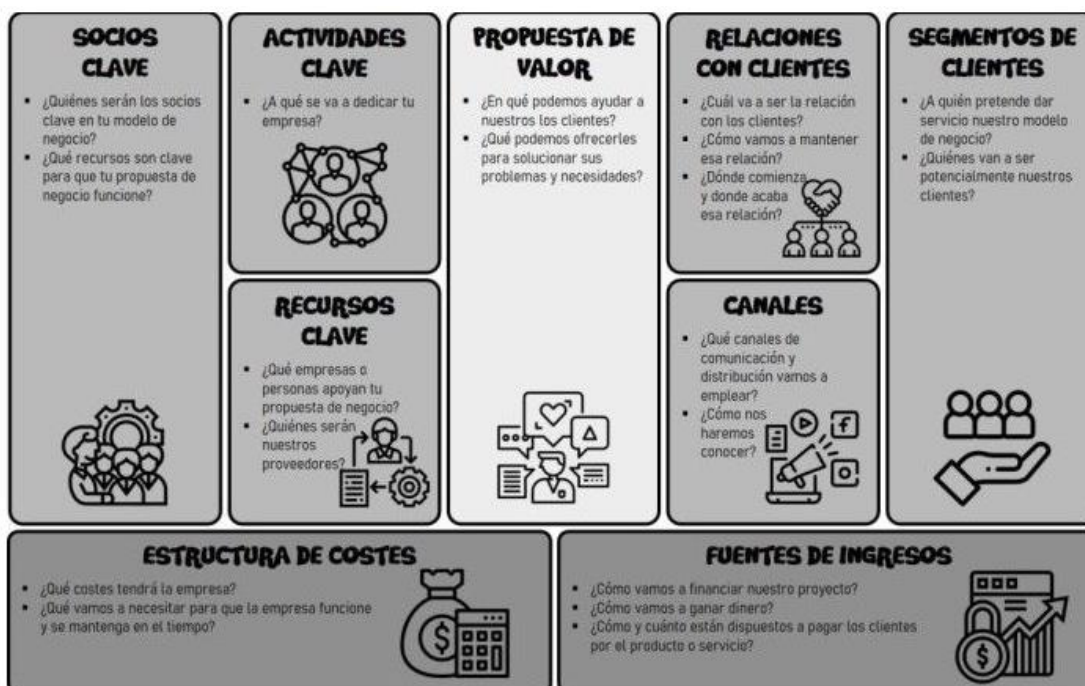


Figura 1 Modelo de Negocio Canvas

Nota: Imagen tomada de Google

Segmento de mercado o clientes

Para dar respuesta al enunciado, se enfocará en ¿Quién será potencialmente el comprador? Aquí la prioridad será determinar quién será el consumidor habitual, por lo que son un punto fundamental dentro del proyecto, y sin ellos ninguna empresa o negocio pudiera sobrevivir. Adicional a ello, ayuda a definir qué cantidad de consumidores adquirirán el producto, lo cual será de guía para orientar la producción del negocio. (Rosana de Grazia,2022)



Figura 2 Segmentación de mercado

Nota: Imagen tomada de Google

Propuesta de valor

Es la parte fundamental del lienzo, ya que, al realizar un estudio de mercado adecuado, se facilitará la información acerca del precio para colocar al bien, a través de ello se compete en el mercado o a su vez se colocará un precio adicional por alguna razón justificada. El mismo determinará que el producto satisfaga las necesidades del cliente y cada uno de sus segmentos, será el factor principal por el que los clientes nos escogen.



Figura 3 Propuesta de valor

Nota: Imagen tomada de Google

Canales

Aquí se determinará: ¿Cómo se transportará los productos hacia los clientes? Existen varios canales para llegar a los consumidores, entre ellos se encuentran plataformas en línea como: Marketplace en Facebook, Amazon, o a su vez comercializar productos en lugares físicos. Cabe recalcar que hoy en día la tecnología es utilizada de manera frecuente para adquirir algún producto, es por ello que, los canales en los que se va a comercializar deben tener su reconocimiento para que el cliente nos tenga como preferencia.



Figura 4 Canales de distribución

Nota: Imagen tomada de Google

Relaciones con clientes

Sé definirá cómo será la relación con los clientes, lo cual es de gran importancia, por lo que se elegirá una atención automatizada o personal, ya que en base a ello se obtendrá resultados como: Estimulación en ventas, fidelización de clientes y captación de estos.

Se determina cómo será la relación, implicará el cuidado de la empresa, mismo que generará fidelidad a largo plazo, optando así por una atención de manera personal y sin duda será una buena decisión al atender al cliente de esta manera, por lo que habrá un contacto más cercano. También al optar por atención automatizada qué permitirá responder todas las necesidades del cliente de manera eficaz.



Figura 5 Relación con cliente

Nota: Imagen tomada de Google

Fuentes de ingreso

Al referirse a los ingresos, es una parte fundamental en cualquier proyecto, ya que, al contar con una fuente de ingresos persistente, mantendrá el mismo económicamente activo y por ende permitirá continuar con el crecimiento constante, ya sea la fabricación de algún producto o el ofrecimiento de algún servicio, las ventas son las que deben perdurar para contar con una buena salud financiera, por lo que nos brindará estabilidad económica.



Figura 6 Fuente de ingresos

Nota: Imagen tomada de Google

Recursos claves

Son aquellos que posibilitan, crean y ofrecen una propuesta de valor, para llegar al segmento de clientes, y generar ingresos, sin duda se incluirán: Recursos materiales, humanos, financieros, o intelectuales que solicita la empresa para un óptimo desempeño, que no se puede pasar por alto en el proyecto.



Figura 7 Recursos claves

Nota: Imagen tomada de Google

Actividades claves

Realizar actividades a las cuales se considera necesarias para ofrecer una propuesta de valor, para presentar a nuestros segmentos, las mismas dependerán del sector económico, entre las más utilizadas se encuentran: La producción que implica la fabricación y entrega de un producto en especial, la solución de problemas donde su principal función es solventar inconvenientes para los diversos clientes, y finalmente el uso de plataformas, esto dependerá en base al modelo del negocio que se maneje, ya que existirán casos donde intervendrán una

variedad de actividades para poder llevar de manera adecuada la gestión y el desarrollo del mismo.



Figura 8 Actividades claves

Nota: Imagen tomada de Google

Asociaciones claves

En dicha intervención es importante la participación de socios para poder crecer, contando con los proveedores para un óptimo desarrollo, que ayudarán a un mejor funcionamiento del proyecto, se optimiza el modelo a desarrollar, disminuyendo los riesgos.



Figura 9 Asociaciones claves

Nota: Imagen tomada de Google

Estructura de costes

Al determinar la estructura, se describe todos los costos que se utilizará, es ahí donde se conoce a manera detallada cuales serán los gastos, mismos que van asociados con el desarrollo del proyecto, ya que es un instrumento indispensable para determinar el precio del producto o servicio que se ofrecerá a los clientes, así al aplicar de manera correcta, ayudará con la optimización de nuestro trabajo para poder incrementar la utilidad de este.



Figura 10 Estructura de costos

Nota: Imagen tomada de Google

Calzado

Concepto

Es parte de la indumentaria utilizada para salvaguardar los pies, existe gran variedad en base sus diseños, entre ellos podemos encontrar: zapatos, sandalias, alpargatas, botas o calzado deportivo. Además de ello existen accesorios para resguardar al pie, juntamente con la higiene, donde se acostumbra a utilizar medias al vestir el calzado según su tipo.

Historia

Se considera que el calzado tuvo inicios en el periodo paleolítico (10.000 A.C.) existían pinturas donde se muestra que elaboraban el calzado con cuero, ya que para ese entonces era muy común caminar descalzo y los zapatos eran utilizados únicamente al salir de casa.

Tampoco se descarta que el origen del calzado inició con la sandalia en el Antiguo Egipto, hace 15.000 años aproximadamente, el mismo era usado únicamente por hombres en el cual eran excluidos mujeres y esclavos, sus materiales se conformaban por paja trenzada y lámina de hoja de palmera.

Evolución

Fueron los griegos quienes empezaron con las modificaciones en el calzado, fue así como empezaron adaptar a todo tipo de pie según las actividades que realizaban. Con el transcurso del tiempo el calzado indicaba su clase social, es ahí en la Edad Media en Mesopotamia donde se produce el cambio, el cual se generaliza por parte de la población, donde tiene un significado simbólico y toma fuerza el gusto por lo artístico convirtiéndose en tendencia.

En Roma el calzado se empieza a clasificar según la clase social, por lo cual los cónsules usaban calzado de color blanco, los senadores hacían uso de zapatos color marrón atados por cuatro cintas negras, su material era de cuero y se realizaban dos nudos, así mismo sin dejar de lado al calzado tradicional que era utilizado por las legiones, los mismos eran botines que tenía al descubierto sus dedos.

Es así como al calzado también se lo acopla y se convierte en un elemento fundamental en el cual conectaba con las virtudes o defectos del pie. En beneficio al desarrollo de la industria en el siglo XIX, se muestran nuevos modelos de calzado y su vez la forma en los que se fabrica, de esta manera a finales de los años 30 el botín empieza a tomar fuerza

En cuanto al avance de la industria para fabricar calzado se empieza con la producción de calzado en serie. Es importante destacar que, el encargar la fabricación de un calzado personalizado a un artesano, era un signo de distinción social. Posteriormente en el siglo XX el calzado femenino se incorpora progresivamente, ya que deben sustituir en el trabajo a los hombres por motivo a que el hombre se ha marchado a la guerra.

No obstante, se domina un estilo práctico y regresa el calzado bajo, donde empieza la escasez del material para la elaboración de este, esto se debe a las guerras proliferantes, es así que el material de cuero es reemplazado por otros materiales, los mismos que eran menos notables, pero a su vez había más acceso para conseguirlos.

Por estas razones en los años 50, se da la llegada del tacón de aguja o a su vez conocido como stiletto, es ahí donde toma fuerza y se convierte en un calzado alto y sutil, en resumen, podemos decir que para ello una década más tarde regresarían los calzados mocasines, plataformas altas, y poco a poco se va mostrando una tendencia que resalta las décadas del siglo XX, en conclusión, se va dando más variedad y un calzado para cada momento de acorde a la persona que lo use.

Tipos de calzado y características

Ballerinas: Tiene como referencia el calzado de las bailarinas de ballet, es por ello por lo que se fabricó un tipo de calzado completamente plano, por lo general cuentan con punta redonda o su vez punta afilada.



Figura 11 Calzado tipo ballerina

Nota: Imagen tomada de Google

Calzado de Pulsera: Es el calzado entre los más comunes para su uso, ya que nos referimos al calzado de tacón, así como planos, su detalle que lo destaca es, llevar una correa entre lazada al tobillo, brindando así una mayor estabilidad al caminar, además de ello resulta ser muy cómodo al hacer uso de este.



Figura 12 Calzado tipo pulsera

Nota: Imagen tomada de Google

Alpargatas: Es un calzado clásico que puede ser usado por hombres y mujeres, sobre todo tiende a destacar el uso por la gente adulta, ya que últimamente a sido tendencia en el ámbito de la moda, dicho calzado se distingue por su modelo, ya que al poseer suela de cáñamo o su vez fibras naturales, es muy adecuado para usarlo en las temporadas de primavera y verano, es por ello que puede variar con el estilo a vestir, pudiendo usarlo con chaquetas, camisas gruesas o finas, o como guste vestir la persona que vaya hacer del mismo.



Figura 13 Calzado tipo alpargata

Nota: Imagen tomada de Google

Boca de Pescado: Suele ser un calzado elegante, por lo que deja los dedos al descubierto, es por ello que posee un estilo versátil y podemos encontrarlos en varios modelos, entre ellos pueden ser: botines, sandalias, entre otros, su corte nos permite destacar los pies, siendo atractivos a la vista, comúnmente la sociedad suele utilizarlos en eventos o fiestas.



Figura 14 Calzado tipo boca de pescado

Nota: Imagen tomada de Google

Mules: Es conocido al ser un zapato típico que últimamente suele tener mayor acogida en el mercado comercial por parte de los compradores, el mismo se destaca al tener el talón descubierto y al caso contrario del anterior caso, los pies suelen ser cubiertos.



Figura 15 Calzado tipo mules

Nota: Imagen tomada de Google

Personalización

Concepto

Hace referencia a los productos para que sean adaptados en base a requerimientos y necesidades de cada persona, destacando algo que distinga como perteneciente en particular, considerándose, así como “construir a orden”, ya que es un aspecto fundamental dentro del paradigma del marketing.

Comercialización

Concepto

Genera el control y planificación, donde su objetivo es mejorar el estado de venta de dicho producto o servicio dentro del mercado, mediante el desarrollo adecuado permitirá generar las condiciones óptimas para que la venta pueda tener éxito, posterior a ello se podrá posicionar a la marca o empresa dentro del sector comercial.

Para lograr con éxito la comercialización tiene su enfoque al atender diferentes procesos y actividades dentro del área de marketing, los mismos se basan en la distribución e investigación de mercados, que pueden ser micro localización y macro localización.

Quito

Ubicación

Se encuentra posicionada entre dos laderas del volcán Pichincha, ubicada a 2.800 metros, entre sus actividades que destacan es el turismo, restaurantes, comercio artesanal, entre otros. Quito cuenta con todos los servicios básicos como luz, agua potable, telefonía, internet, así mismo posee mayor facilidad a vías de acceso, es por ello que el sector es catalogado como productivo, en la que elaborar y comercializar calzado personalizado se considera una oportunidad para introducirse en el mercado comercial con dicho proyecto que va enfocado en los gustos y necesidades de la población.



Figura 16 Ubicación de Quito

Marco Legal

Dentro de los requisitos para poder implementar la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito, para que se pueda laborar bajo las normas establecidas por el gobierno, son los siguientes:

Registro Único De Contribuyentes RUC

Art. 3. Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están

obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes. (Honorable Congreso Nacional, 2016).

De acuerdo con el Ministerio de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, los requisitos para sacar el RUC son los siguientes:

- Cédula de Identidad
- Certificado de Votación
- Documento de algún servicio básico para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.

Requisitos para ingresar el trámite a través del portal SRI en línea:

- Número de identificación del contribuyente.
- Clave de acceso a servicios en línea.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- Solicitud de inscripción del RUC naturales.

Requisitos para Afiliarse a la Cámara Artesanal de Pichincha

Según el acuerdo ministerial 18 208, los requisitos para afiliarse a la Cámara Artesanal de Pichincha son los siguientes:

- 2 copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- 1 foto tamaño carnet.
- Copia de una planilla de servicio básico, ya sea: Luz, agua, teléfono.
- Pagar el costo de afiliación.
- Requisitos para la renovación.
- Copia del carnet anterior.
- Pago de la renovación.

Requisitos para la emisión del Registro Único Artesanal.

- Registro Único de Contribuyentes.
- Correo electrónico actualizado que esté registrado en el SRI.
- Cargar un archivo con los documentos que se pueda constatar: 1 foto del taller físico, 1 foto de maquinaria y herramientas, 6 fotos del proceso de producción o actividad artesanal realizada por el solicitante.
- 1 foto del empleado o empleados, incluido el solicitante (solo si tiene empleados).
- Describir el proceso realizado en su actividad artesanal.
- Inventario de materiales e instrumentos.
- En caso de que se trate de una renovación del Acuerdo, subir una copia del Acuerdo anterior.

Marco Conceptual

Stiletos

Calzado femenino con tacón alto, tipo aguja, mismo que estiliza la figura, resaltando la silueta del pie, dando apariencia de piernas alargadas.

Artesano

Persona que fabrica productos de forma manual, destacando sus ideas creativas, adaptándose a los gustos y necesidades del cliente, en base a sus conocimientos adquiridos.

Calidad

Características de un servicio o producto que satisface las necesidades del cliente, ya que es la persona que determina su conformidad, no siempre precio significa calidad, cuando tiene aptitud para el uso.

Estrategia

Plan para dirigir un proceso que se llevará a cabo, donde se complementa de acciones determinadas, con el fin de tomar buenas decisiones y conseguir óptimos resultados.

Expectativa

Crear ilusiones o su vez decepcionarse en base a los deseos o experiencias, con la posibilidad que un acontecimiento se de por hecho, ya que se basa en un fundamento previo.

Necesidades

Carencia de determinado factor, que es indispensable para que el ser humano pueda sentirse satisfecho.

Inflación

Precio de bienes y servicios que están adaptados a cambios, tal fenómeno se refleja en la economía de un país, el cual tiene relación con el incremento desordenado de precios que puede darse por un tiempo prolongado.

Modelo de Negocio Canva

Lienzo de gestión estratégica donde se desarrolla de manera óptima el proyecto a gestionar, se destaca por su sencillez e innovación, el cual se desenvuelve en un ámbito dinámico y se aprecia de manera global el panorama de la empresa.

Segmentación

Clasificación de los clientes según sus gustos y necesidades, permitiendo a la empresa identificar la oferta y demanda de distintas audiencias dentro del mercado.

Precio

Cantidad monetaria que es empleada para la compraventa de bienes o servicios que tiende a medirse por un valor específico que varía según el país.

CAPÍTULO II

Enfoque de Investigación

Diagnóstico Situacional

El presente estudio se basa en un enfoque cuantitativo, cabe destacar que, en base a la recolección de datos obtenidos por las encuestas a la población económicamente activa de Quito, se determina la segmentación de clientes y así poderlos clasificar en base a sus gustos, necesidades y precios que están dispuestos a pagar por el producto a adquirir. A través de un estudio de campo se determinó la realidad de cada persona, lo que permitirá obtener un enfoque cuantitativo, brindando así un panorama amplio del proyecto a desarrollar, el mismo que determinará la viabilidad para su desarrollo.

Diseño de la Investigación

Enfoque cuantitativo

Por enfoque cuantitativo se comprende la realidad de lo que se puede medir, con el fin de determinar un número donde se realiza el uso de técnicas estadísticas de las respuestas obtenidas a través de encuestas, donde se destaca la descripción, explicación. El mismo ayudará a su análisis e interpretación mediante el método hipotético-deductivo, lo cual cobra mayor sentido al tratarse de una investigación de campo. (Kerlinger,2022).

Al considerar el texto anteriormente mencionado, los datos de las respuestas obtenidas en base a las encuestas realizadas, permitirá conocer cuáles serán los clientes potenciales que requerirá la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito.

Método de Investigación

Método Inductivo

Se obtendrá a través de conclusiones que va desde algo específico a lo general, se conoce como premisas, por lo tanto, al hacer referencia al texto mencionado, se aplicará el pensamiento inductivo donde se define características, comportamientos, para clasificarlos y formular una hipótesis, en conclusión, ayudará a construir un modelo de negocio con la finalidad de tener resultados rentables.

Nivel de Investigación

Investigación Descriptiva

Su enfoque puntualiza las características dentro de la población que se estará estudiando, tiene conclusiones dominantes en base a un grupo o persona, por lo que se utilizará criterios sistemáticos que busca establecer el comportamiento de campo de investigación, la misma debe ser verídica y sus características suelen ser observables y verificables, para ello se requiere de preguntas creativas y originales. Para su obtención se realizará mediante encuestas, estudios de casos, el cual se constatará datos cualitativos y cuantitativos, para ello se basará en el marco teórico el cual servirá como respaldo y sustento de la investigación realizada, esto con el fin de clasificar los datos según categorías descriptivas.

Investigación Exploratoria

No pretende dar explicaciones, al contrario, su función es compilar información, donde busca resaltar aspectos más importantes, entre ellos examinar futuras investigaciones, así al aplicarlo en elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito permitirá formular una hipótesis para su desarrollo.

Tipo de Investigación

Investigación de Campo

Para desarrollar el proyecto se utilizará una investigación de campo, la misma consiste en la recolección de datos, por lo que proviene de las personas encuestadas, basándose en sus gustos, necesidades y exigencias, por ende, los resultados no se podrán manipular ni modificar la

información que se obtuvo, por lo que se procederá a realizar a un análisis estadístico, para determinar la rentabilidad de este.

Unidad de análisis

El proyecto se desarrollará en la ciudad de Quito, con su enfoque en la elaboración y comercialización de calzado personalizado para mujeres, considerando a la población económicamente activa de 948.427 personas, para ello se desarrollará la siguiente formula.



Figura 17 Ubicación mapa de Quito

Se tomará la muestra adecuada, aplicando la fórmula respectiva, donde se trabajará con un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 90%.

Donde:

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

$$n = \frac{948427 * (1,65)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,10)^2 * (948427 - 1) + (1,65)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{948427 * 2,72 * 0,5 * 0,5}{0,01 * (948426) + 2,72 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{644.930,36}{9.484,29}$$

$$n = \quad \quad \quad \mathbf{68}$$

- Z: Nivel de confianza (1.65)
- N: Población Total (948427 mujeres)
- E: margen de error: (10%)
- P: Probabilidad de éxito (0.50)
- Q: Probabilidad de fracaso (0.50)
- Muestra: 68

La muestra que se aplicará la encuesta es de 68 personas económicamente activas residentes en Quito, mediante el cual se obtendrá resultados concretos, de tal manera que clasificará la clientela en base a la elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito, la presente encuesta consta de 10 preguntas, las mismas arrojaron los siguientes resultados.

Análisis y Resultados

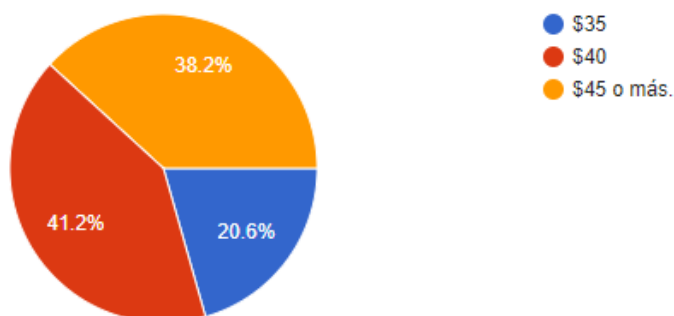
Pregunta 1

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado personalizado?

Gráfico del resultado pregunta 1.

Tabla 1 Gráfico pregunta 1

68 respuestas



Resultado pregunta 1

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
\$35	15	20.60%
\$40	28	41.20%
\$45 o más	26	38.20%
Total	68	100%

Tabla de frecuencia 1 Pregunta 1

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos en la primera pregunta con el 20.60% se determina que están dispuestos a pagar 35\$, seguido de ello el 41.20% de los entrevistados están de acuerdo con pagar 40\$, y finalmente el 38.20% de los encuestados cancelarían entre \$45 o más, conforme el estudio determinado los clientes potenciales serían las personas que están dispuestas a pagar \$40 por un calzado personalizado, ya que tuvieron el mayor índice de incidencia.

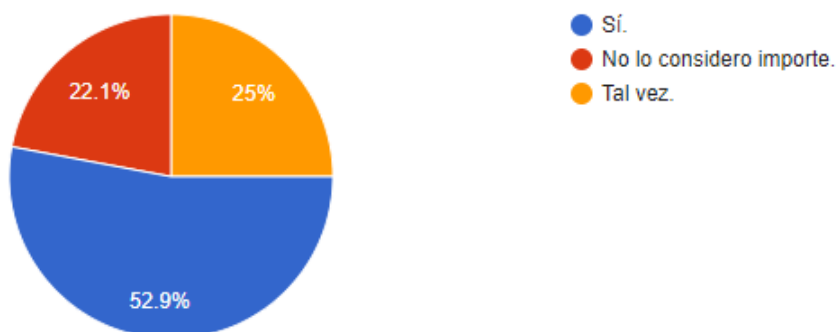
Pregunta 2

¿Considera que la calidad es primordial al momento de adquirir un zapato?

Gráfico del resultado pregunta 2.

Tabla 2 Gráfico pregunta 2

68 respuestas



Resultado pregunta 2

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Sí	36	52.90%
No lo considero importante	15	22.10%
Tal Vez	17	25%
Total	68	100%

Tabla de frecuencia 2 Pregunta 2

Análisis

De acuerdo con los resultados en la encuesta realizada, correspondiente a la pregunta dos, se determina que el 52.90% sí considera que la calidad es lo primordial al momento de adquirir un calzado, el 22.10% no lo considera importante y seguido de ello el 25% opina que tal vez la calidad del calzado influiría en la compra del mismo, en consideración a lo antes mencionado, el enfoque es brindar un calzado de calidad y sobre todo duradero en base a los materiales utilizados, mismo que represente al precio que el cliente está pagando, marcando así diferencia en el mercado.

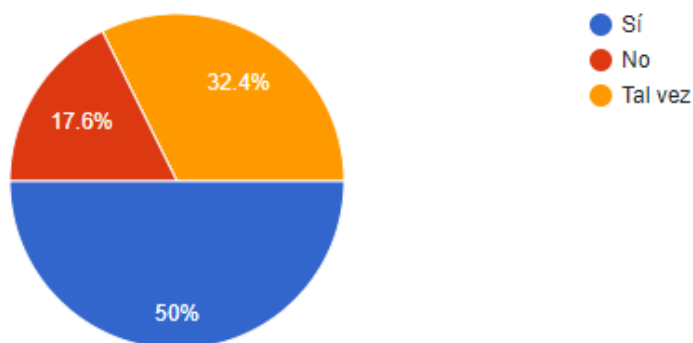
Pregunta 3

¿Cree usted que, en la ciudad de Quito, se puede encontrar calzado nacional de calidad?

Gráfico del resultado pregunta 3

Tabla 3 Gráfico pregunta 3

68 respuestas



Resultado pregunta 3

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Sí	34	50%
No	12	17.60%
Tal Vez	22	32.40%
Total	68	100%

Tabla de frecuencia 3 Pregunta 3

Análisis

Mediante la obtención de resultados, se concluye que el 50% sí considera que se puede encontrar calzado nacional de calidad, seguido de ello con el 17.60% corresponde al No, y finalmente con el 32.40% considera que tal vez se podría encontrar calzado de calidad en Quito. Al comercializar un calzado de buena calidad como el que se ofrecerá, tendría acogida dentro del mercado, ya que es un detalle que el cliente no puede dejar pasar, ya que al no comprar un calzado de calidad tiende a ser un zapato de corto plazo para su uso e implica al cliente a recurrir a doble gasto.

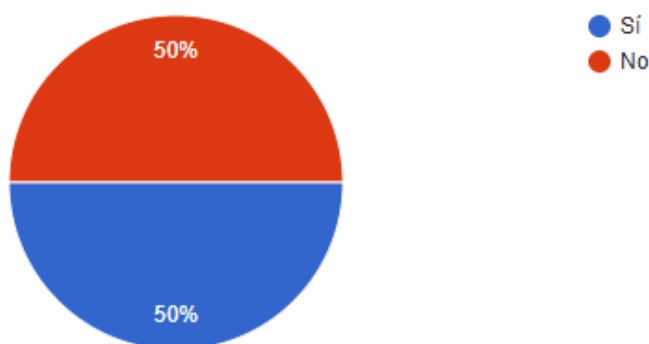
Pregunta 4

¿Tiene inconvenientes al adquirir un calzado según la fisonomía de su pie?

Gráfico del resultado pregunta 4

Tabla 4 Gráfico pregunta 4

68 respuestas



Resultado pregunta 4

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Sí	34	50%
No	34	50%
Total	68	100%

Tabla de frecuencia 4 Pregunta 4

Análisis

Al determinar la encuesta aplicada a 68 damas, se determina que el 50% presenta inconvenientes al adquirir calzado según la fisonomía de su pie, seguido de ello el 50% no tiene problema, en base a los resultados obtenidos, existen casos con inconveniente para adquirir su calzado, ya sea por la talla, ancho del pie, y a su vez la delgadez de este. Lo que indica que los clientes preferirán el producto dentro del mercado, ya que al ser personalizado se acopla a las necesidades del mismo, teniendo así un factor diferenciador.

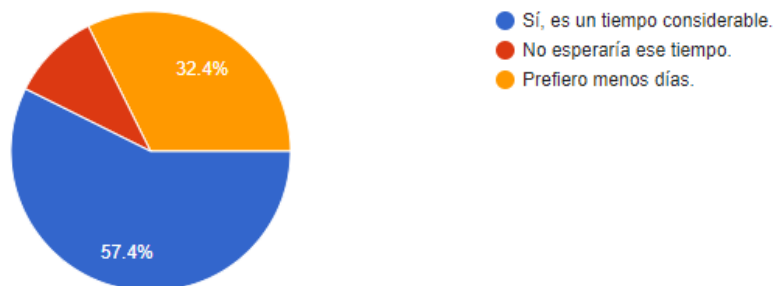
Pregunta 5

Al ser un calzado personalizado ¿Estaría dispuesto a esperar un lapso de 8 días laborables, para la entrega de su pedido?

Gráfico del resultado pregunta 5

Tabla 5 Gráfico pregunta 5

68 respuestas



Resultado pregunta 5

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Sí, es un tiempo considerable.	39	57.40%
No esperaría ese tiempo.	7	10.20%
Prefiero menos días.	22	32.40%
Total	68	100%

Tabla de frecuencia 5 Pregunta 5

Análisis

En conclusión a la encuesta realizada, el 57.40% si estuviese dispuesto esperar el tiempo de 8 días laborables para la fabricación y entrega del mismo, se determina que es un factor beneficioso para el proyecto, por lo que la prioridad será ofrecer un calzado en buenas condiciones y cumpliendo así sus exigencias, por lo que el 10.20% no esperaría dicho tiempo, seguido de este el 32.40% optarían por menos días, lo cual se puede acoplar según la urgencia del cliente y entregarlo en el menor tiempo posible dentro de un lapso razonable.

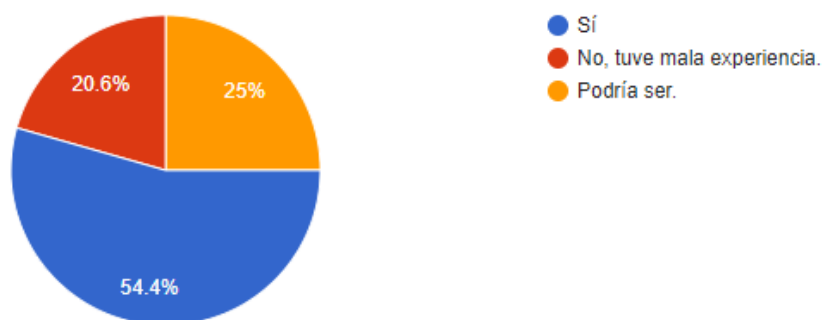
Pregunta 6

¿Confía usted en las ventas on-line?

Gráfico del resultado pregunta 6

Tabla 6 Gráfico pregunta 6

68 respuestas

**Resultados pregunta 6**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Sí	37	54.40%
No, tuve mala experiencia.	14	20.60%
Podría ser	17	25.00%
Total	68	100%

Tabla de frecuencia 6 Pregunta 6

Análisis

Al hacer referencia a los resultados obtenidos, el 54.40% si confía en las ventas on-line, seguido del mismo el 20.60% tuvo mala experiencia, así se concluye que el 25% no estaría muy confiado. Por lo que en base a los resultados, se establece qué las ventas se efectuarán por este medio, ya que se puede ampliar la audiencia, recibiendo el pago inmediato, aumentando la rentabilidad de las ventas, además de ello, se enfocará en brindar un mejor servicio al cliente, lo que imparte desde una atención personalizada, solventando cualquier inquietud y sobre todo generada confianza.

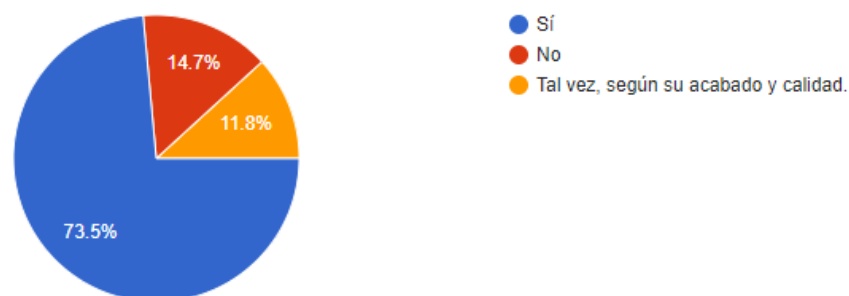
Pregunta 7

¿Daría usted oportunidad a la adquisición del calzado artesanal-ecuatoriano?

Gráfico del resultado pregunta 7

Tabla 7 Gráfico pregunta 7

68 respuestas

**Resultados pregunta 7**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Sí	50	73.50%
No	10	14.70%
Tal vez, según su acabo y calidad.	8	11.80%
Total	68	100%

Tabla de frecuencia 7Pregunta 7

Análisis

En las encuestas realizadas se determina que el 73.50% si daría oportunidad a la adquisición del calzado artesanal-ecuatoriano, seguido del mismo el 14.70% no lo haría y finalmente el 11.80% lo consideraría. De esta manera el cliente al dar apertura a la adquisición del calzado artesanal, donde la prioridad es ofrecer calzado de calidad, excelentes acabados ya que se destaca la intervención de la mano de obra, y sobre todo se satisface con las necesidades del cliente, marcando así la diferencia para ser elegidos dentro de la competencia.

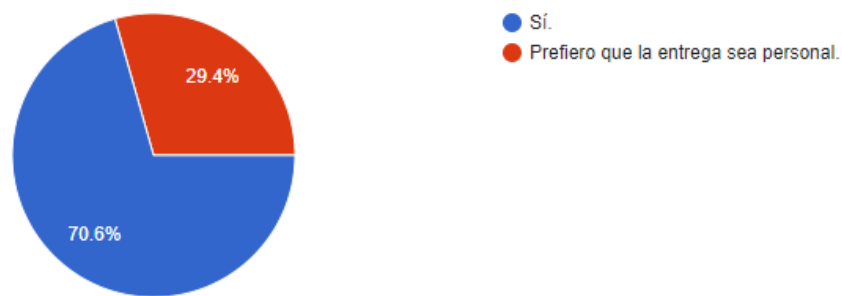
Pregunta 8

¿Le gustaría recibir a domicilio su pedido?

Gráfico del resultado pregunta 8

Tabla 8 Gráfico pregunta 8

68 respuestas

**Resultados pregunta 8**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Sí	48	70.60%
Prefiero que la entrega sea personal.	20	29.40%
Total	68	100%

Tabla de frecuencia 8 Pregunta 8

Análisis

A través del análisis obtenido se concluye que el 70.60% sí le gustaría recibir en su domicilio, sin embargo, el 29.40% preferiría que la entrega sea personal. El objetivo es que el cliente tenga completa confianza y seguridad al realizar una orden de compra, por lo tanto, no solo se hará envíos a domicilio, sino también se adaptará para entregar los pedidos de forma personal, coordinando hora y lugar para la respectiva entrega.

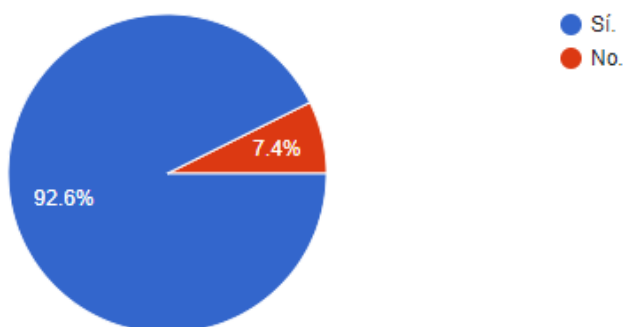
Pregunta 9

¿Al momento de realizar la compra, cree usted que la atención al cliente es indispensable?

Gráfico del resultado pregunta 9

Tabla 9 Gráfico pregunta 9

68 respuestas



Resultados pregunta 9

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Sí	63	92.60%
No	5	7.40%
Total	68	100%

Tabla de frecuencia 9 Pregunta 9

Análisis

En base a las respuestas recolectadas por las encuestas realizadas, se concluye que en su gran mayoría el 92.60% considera que sí es importante la atención al cliente al momento de realizar su compra, sin embargo, el 7.40% no lo considera. Dentro de las prioridades será brindar una atención de calidad, la que se destaque por su amabilidad, sabiendo que esta característica es un plus del proyecto.

Análisis y Conclusiones Capítulo II

Basado en la respuesta de la pregunta 1 se tuvo mayor incidencia, donde el comprador estaría dispuesto a pagar \$40.00 por un calzado personalizado, es por ello que se opta comercializarlo en ese precio, ya que se determinó quien sería el comprador potencial. Es así que al ofrecer un calzado de calidad el 52.90% correspondiente a la pregunta 2, sí lo considera importante, es por ello que nuestra prioridad se basa en ofrecer un calzado de alta calidad dentro de la ciudad de Quito, por lo que el 17.60% responde que no se puede encontrar un calzado nacional de calidad, donde se pretende demostrar que sí es posible, seguido del mismo en los resultados reflejados el 50% si presenta inconvenientes para adquirir calzado según la fisonomía de su pie. El presente proyecto tiene como enfoque principal fabricar calzado a la medida y necesidad del cliente. Por lo tanto el 57.40% si estuviese dispuesto a esperar un lapso de 8 días laborables para su fabricación, sin embargo el 32.40% preferiría menos días, es así que se adaptaría un tiempo menor, para elaborar el calzado y entregarlo dentro de un lapso razonable. Además de ello el 54.40% confía en las ventas en línea, seguido del 20.60% no confía, por lo que se pretende brindar al cliente una experiencia agradable por este medio, generando confianza y brindando un servicio a domicilio, sin desapercibir el 29.40% que estaría dispuesto a una entrega de forma personal, donde se acoplaría a la entrega que solicite el cliente, por lo que se brindará una atención personalizada según requiera el cliente.

CAPÍTULO III

Propuesta

Para el desarrollo del proyecto, se utilizó el Modelo de Negocio Canvas, mismo que se encuentra compuesto por 9 aristas, que se necesita para emprender el diseño de negocio.

Segmentación de Mercado

Es una metodología para aplicar en el presente proyecto, la misma ayudará con clasificación y segmentación de los clientes de tal manera se analizará su comportamiento y características que resalten para el momento de la adquisición del producto. En base a ello se ha realizado las encuestas enfocadas a la población económicamente activa de Quito, para dicha segmentación se ha fragmentado de la siguiente manera.

Segmentación Geográfica

En la siguiente tabla detallamos la segmentación geográfica que corresponde al Distrito Metropolitano de Quito, lugar donde se elaborará y fabricará el calzado personalizado.

Tabla 10 Segmentación Geográfica

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA		
Ciudad	Clima	Cantidad de Población
Quito	Subtropical	2.239.191

Acceso a la Parroquia

Transporte público ya sea: Trolebus,metro, corredores, Así también transporte privado como taxi, uber, didi,cabify, entre otros.

Elaborado por el autor

Segmentación Demográfica

Dicha segmentación se basa en dividir a la población de acuerdo con gustos que tienen en común, para conseguir grupos más pequeños a tratar.

Tabla 11 Segmentación Demográfica

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA			
Edad	Sexo	Profesiones	Educación
Mayores de Edad	Masculino, Femenino, Otros	Todas	Básica, Superior, Bachillerato
Ocupaciones	Nacionalidad	Estado Civil	Ingresos
Profesionales Científicos Religiosos Empresarios	Ecuatorianos y otras nacionalidades	Solteros, Casados, Divorciados, Viudos.	\$450 - \$2000

Elaborado por el autor

Segmentación Psicográfica

Al fragmentar los presentes grupos, se clasifica según sus actitudes, aspiraciones, estilos de vida, en sí opiniones de la personalidad de cada persona, el cuál ayudará a descifrar cuál es el comportamiento de cada cliente.

Tabla 12 Segmentación Psicográficas

PSICOGRÁFICAS			
Estilo de Vida	Personalidad	Beneficio del Producto	Uso del Producto
Personas económicamente activas que están dispuestas a pagar un calzado de calidad.	Demuestra su estilo casual y elegante.	Calzado personalizado.	Al ser personalizado se adapta a las necesidades del cliente, pues es un calzado hecho a la medida.

Elaborado por el autor

Propuesta de Valor

A través de la propuesta de valor se detalla a los clientes como pueden beneficiarse al realizar la adquisición del producto, el cuál hará resaltar del resto de la competencia, la misma ayudará a posicionarse en el mercado ya que posee características particulares.

Es así como la fabricación y comercialización del calzado personalizado en Quito, ofrecerá un producto de alta calidad que va relacionado juntamente con el precio.

- Atención personalizada, para recibir órdenes de compra y solventar cualquier inquietud o inconveniente.
- Receptar quejas y sugerencias para una mejora continua.
- Calzado con acabado de alta calidad.
- Plantillas acolchadas para mayor comodidad.
- Suela antideslizante para brindar estabilidad al caminar.
- Se elabora en base a la necesidad, gusto y medida del cliente.
- Su entrega es a domicilio.
- Precio asequible y competitivo dentro del mercado.
- Uso de plataformas digitales para gestionar la venta.

Tabla 13 Propuesta de valor

<p>Determinar precios asequibles que nos diferencien de la competencia.</p>	<p>Comparación de precios KarlieStore VS La Competencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calzado Suárez Costo de calzado formal para dama \$50 • Calzado Payless Costo de calzado formal para dama \$48 • Calzado Jorge Bschoff Ecuador Costo de calzado formal para dama \$90
---	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Calzado Vizzano Ecuador Costo de calzado formal para dama \$60 • Conclusión: Podemos observar que nuestros precios son totalmente asequibles con relación a la competencia. 		
Identificación de clientes.	El tipo de clientes que vamos a atender va dirigido a una población económicamente activa en la ciudad de Quito.		
Establecer medios de control para la entrega del producto, así como su garantía.	El producto contará con garantía por un año, el mismo se brindará en el caso que exista falla de fabricación y desajuste del taco.		
Seguimiento a nuestros clientes.	Al tener un registro de clientes, permitirá hacer un seguimiento cada 3 meses, a fin de presentar catálogos actualizados de manera digital y así dar a conocer nuevos diseños y gestionar nuevas ventas.		
Establecer cuadro comparativo con ventajas, respecto a nuestra competencia.	Mi Negocio	Competencia 1	Competencia 2
	Atención de lunes a domingo de 8:00 a 23:00 por medios digitalizados.	Atención de lunes a sábado de 9:00 a 17:00	Atención de lunes a sábado de 10:00 a 18:00
	Servicio a domicilio.	No dispone servicio a domicilio	No dispone servicio a domicilio.

	Taller artesanal que ofrece asistencia técnica.	No dispone de taller para asistencia técnica y realiza venta directa.	No dispone de taller para asistencia técnica y realiza venta directa.
Supervisión continua en los procesos de producción.	El producto se fabrica con materiales sintéticos de alta calidad, este es un punto para considerar, ya que no afectamos el medio ambiente al usar pieles originales de animales.		
Diseño de marca para generar mayor atracción al cliente al momento de realizar su compra.			

Elaborado por el autor

Canales de Distribución

El presente proyecto usa el canal de distribución indirecto, ya que al entregarlo a domicilio se cuenta con el sistema de Courier, el mismo consiste en hacer repartos en Quito, según la dirección que requiera el cliente, entre ellos se contará con la opción de Servientrega y Laarcourier, concluyendo que son los más confiables dentro del sector comercial por los años de trayectoria que han tenido, brindando seguridad al cliente.

Además, los medios para dar a conocer el producto serán digitalizados, ya que hoy la tecnología está al alcance de todos, entre los medios digitales podemos destacar: Facebook, WhatsApp, Instagram, Telegram y sin duda tic toc, con el fin de llegar a más audiencia.

Tabla 14 Fases de canales

FASES DE CANALES						
P R O P I O	D I R E C T O	INFORMACIÓN	EVALUACIÓN	COMPRA	ENTREGA	POSVENTA
		<i>¿Cómo damos a conocer nuestros productos?</i>	<i>¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos?</i>	<i>¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?</i>
		Publicando y pautando publicidad en redes sociales, dando a conocer al cliente los productos que se puede fabricar.	El cliente puede calificar la atención recibida y la calidad del calzado adquirido, mediante la página en Facebook que permite	Pueden realizar su orden de compra a través de WhatsApp, Instagram, Facebook, Tik Tok, y sin duda Telegram. Nosotros nos	Imágenes, videos subidos a nuestras redes sociales, ya que al terminar un calzado se procederá con la toma de	Seguimientos vía telefónica, envío de catálogos digitales con nuevas tendencias

			colocar comentarios.	encargamos de enviar el pedido.	imagen, para que nuestros clientes tengan referencias de este.	
--	--	--	----------------------	---------------------------------	--	--

Elaborada por el autor.

Relación con el Cliente

La relación con los clientes será personalizada, la que se brindará por medios digitales, ya sea WhatsApp Bussines, seguido de ello Facebook, Instagram, juntamente con Telegram. El uso de las plataformas mencionadas será de gran soporte para solventar las dudas de los clientes mediante llamadas o notas de voz para una mejor atención.

Tabla 15 Relación con el cliente

Tipo	Descripción	Ejemplificación
Relación Indirecta	Personal de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de quejas, sugerencias que pueda presentar el cliente durante su compra. • Toma de órdenes de compra canalizado a través de plataformas digitales. • Impulsar nuestro producto mediante anuncios de redes

		sociales y Marketplace.
--	--	----------------------------

Elaborado por el autor.

Fuentes de Ingresos

La principal fuente de ingresos proviene de la venta del calzado artesanal-ecuatoriano.

Al ser calzado personalizado, se adapta a las exigencias y requerimientos de los clientes, en base a las encuestas realizadas se determinó el número de personas que estarían interesadas en adquirir el calzado, teniendo este dato como referencia, para proyectar las ventas.

Tabla 16 Imagen referencial del calzado a ofrecer



Nota: Imagen del producto propio a ofrecer

Presupuesto de Ventas

Para nuestro presupuesto de ventas se tomó como referencia a la pregunta 7, considerando que el 73.50% si daría la oportunidad a la adquisición de un calzado artesanal-ecuatoriano, tal cual al considerar la pregunta 1 de la encuesta, la cliente potencial sería la que está dispuesta a pagar \$40 que consideramos el 41.20%, seguido de ello, no con mucha diferencia, así mismo estarían dispuestos a pagar \$45 o más por un calzado personalizado lo que corresponde al 38.20%, teniendo como conclusión que el calzado tendría buena acogida dentro del mercado nacional.

Tabla 17 Proyección de ventas anuales

PROYECCIÓN DE VENTAS			
Descripción	Cantidad	Unidades	Costo
Mercado	100	94.8427	
Clientes	73.50%	69.7093	
Nuevos clientes a atraer	1%	6970	\$40
Consumo esperado semanal	25	25	
Consumo esperado mensual	100	100	
Consumo esperado anual	1200	1200	

Tabla 18 Proyección de ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES					
DETALLE	2023	2024	2025	2026	2027
Calzado Personalizado.	1200	1237	1275	1314	1354
Precio de Venta.	\$40	\$41.25	\$42.54	\$43.87	\$45.24
Inflación Proyectada.	-	3.12%	3.12%	3.12%	3.12%
Total	48.000,00	51.026,25	54.238,50	57.645,18	61.254,96

Elaborado por el autor

Recursos Claves

Los recursos que serán utilizados en el proyecto se basan en cuatro aristas que son importantes para que pueda desarrollarse de manera adecuada, los mismos definirán la calidad de nuestro calzado, por lo que se debe contar con personal calificado, materiales adecuados, recursos humanos y para sustentar el proyecto, los recursos financieros, los cuales se detallan a continuación.

Tabla 19 Recursos claves



Elaborada por el autor

Recurso Físico

Dentro de los recursos físicos se contará con la maquinaria para fabricar el calzado, tales como: Máquina de coser industrial, máquina de prensado horno para calzado. Los mismos serán de gran importancia para su fabricación.

Tabla 20 Recursos físicos-maquinaria



Nota: Imagen tomada de Google

Recurso Intelectual

Hacen referencia al conocimiento especializado y habilidades que requiere el proyecto para ponerlo en marcha, de esta manera para que se lleve a cabo se necesita una mano de obra calificada como artesano profesional, el mismo que desarrollará los modelos que los clientes soliciten, el cual va desde su diseño, corte y acabado, concluyendo con un calzado óptimo para su comercialización.

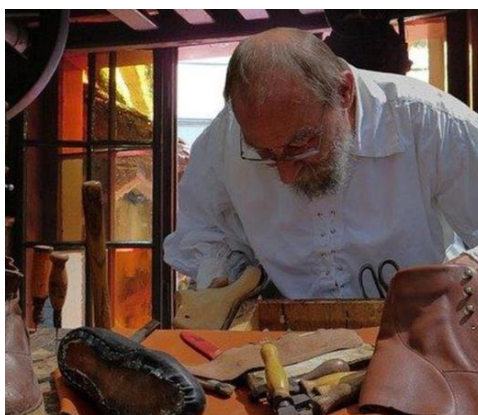
Tabla 21 Recurso Intelectual



Recurso Humano

Está conformado por el personal que labora en el presente proyecto, donde se establecen funciones a cada persona, para cumplir con las actividades a desarrollar, por tal razón se detalla el siguiente organigrama estructural a manejar.

Tabla 22 Recurso Humano Artesano



Nota: Imagen tomada de Google

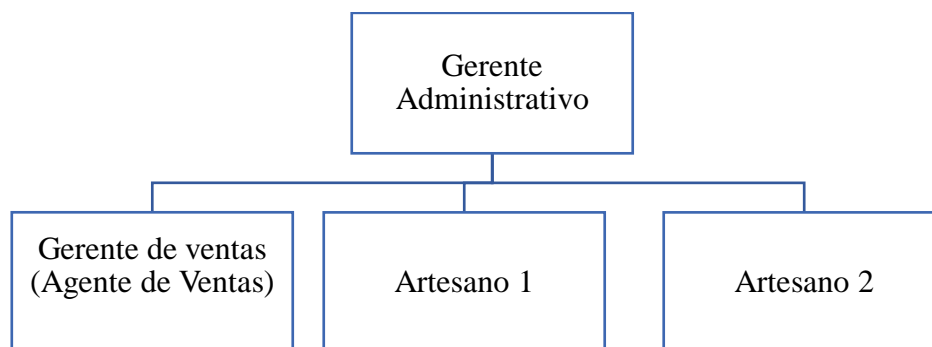
Tabla 23 Gerente Administrativo y de ventas



Nota: Imagen tomada de Google

Organigrama Estructural

Tabla 24 Organigrama Estructural



Recurso Financiero

Dentro de este recurso es donde interviene el capital, el mismo es con el que se llevará a cabo este proyecto, contando así con los siguientes recursos.

Capital para Inversión

Tabla 25 Capital para inversión

Socio	Capital	Porcentaje
Capital Propio	5.000,00	50%
Socio 1	5.000.00	50%
Total	10.000,00	100%

Elaborado por el autor

Recursos claves

Tabla 26 Recursos claves

Recursos	Descripción
Financieros	Capital propio \$5.000,00 Capital socio 1 \$5.000,00
Físico	Maquinaria Insumos para la producción Muebles y Enseres
Tecnológicos	Equipo de computación Teléfono celular
Humanos	Artesano 1 Agente de ventas

Elaborado por autor

Actividades Clave

Dichas actividades permiten conocer cuál es el proceso para desarrollar dentro del proyecto, es por ello que se trabaja de la siguiente manera, cuando un cliente solicite un calzado personalizado.

Tabla 27 Actividades claves

Acción	Descripción
Agente de venta	<p>Atender el requerimiento del cliente por medios digitales.</p> <p>Informar al cliente sobre diseños, materiales y colores disponibles a utilizar</p> <p>Asesorar al cliente para medir correctamente el pie, y así elaborar a la medida.</p> <p>La venta se concreta solicitando el abono inicial, el que corresponde al 50%, y la diferencia se cancela el día que se realice el envío.</p> <p>Forma de pago: depósito o transferencia bancaria.</p>
Gerente Administrativo	<p>Una vez concretado el pago, se procede a elaborar la orden de producción, misma que será enviada al taller, para su ejecución.</p>
Artesano	<p>Recibido la orden de producción, se fabrica en base a las medidas y requerimientos obtenidos por parte del comprador.</p>

Finalizada la producción, se procede a verificar que esté todo de acuerdo con lo solicitado, como parte de nuestro control de calidad.

Seguido de ello, procedemos a notificar al cliente que su orden está lista, donde se envían evidencias y se solicita el pago final, como se acordó. Procedemos a facturar, empacar y enviar.

Realizado el envío, obtenemos la guía de transporte, la misma que se envía al cliente para su constancia.

Finalmente, se realiza el seguimiento, verificando que el calzado llegue a manos de nuestro cliente.

Elaborado por el autor.

Aliados Claves

Se cuenta con proveedores claves, mismos que son de gran importancia, ya que nos abastecerán de los insumos que se requiere para elaborar el calzado, cabe resaltar que son materiales de alta calidad.

Tabla 28 Accionistas claves

ACCIONISTAS CLAVES			
NOMBRE	DIRECCIÓN	CORREO	TELÉFONO
Karla Erazo	Mitad del Mundo	karlierazo@hotmail.com	0995475205
Alisson Erazo	Mitad del Mundo	alisserazo87@gmail.com	0967824666

SOCIOS CLAVES			
NOMBRE	DIRECCIÓN	CORREO	TELÉFONO
Almacenes Belén	Guayaquil	adquisicionesbelen1@outlook.com	0995463480
Dismard	Cuenca	ventasdismard@gmail.com	0968624396
Importadora Suarez	Ambato	importsua@hotmail.com	0983748396

Elaborado por autor

Estructura de Costes

En la siguiente estructura, detallamos los gastos anuales, los mismos son proyectados a cinco años

Tabla 29 Estructura de costes

PRESUPUESTO GASTOS ANUAL					
Detalle	1	2	3	4	5
Materia Prima	\$9.601,20	\$9.900,75	\$10.209,65	\$10.528,19	\$10.856,67
(=) Costos de Producción	\$9.601,20	\$9.900,75	\$10.209,65	\$10.528,19	\$10.856,67
Sueldos	\$31.766,42	\$32.757,53	\$33.779,56	\$34.833,48	\$35.920,28
Servicios Básicos	\$693.00	\$714.62	\$736.92	\$759.92	\$783.63

Depreciación	\$745.24	\$768.49	\$792.47	\$817.20	\$842.70
(=) Gastos	\$33.204,66	\$34.240,64	\$35.308,95	\$36.410,60	\$37.546.61
Administrativos					
Gto Ventas	\$2.602,20	\$2.683,39	\$2.767,11	\$2.853,44	\$2.942,47
(=) Gastos	\$2.602,20	\$2.683,39	\$2.767,11	\$2.853,44	\$2.942,47
Ventas					
(=) Total Gastos	\$45.408,06	\$46.824,78	\$48.285.71	\$49.792,23	\$51.345,75

Elaborado por el autor

INGRESOS – GASTOS					
	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos	\$48.000,00	\$51.026,25	\$54.238,50	\$57.645,18	\$61.254.96
Gastos	\$45.408,06	\$46.824,78	\$48.285,71	\$49.792,23	\$51.345.75
Total	\$2.591.94	\$4.201,47	\$5.952,79	\$7.852,95	\$9.909,21

Elaborado por el autor

Estructura Modelo de Negocio Canvas










<p>Socios clave </p> <p>-Almacenes Belén. -Dismard. -Importadora Suárez.</p>	<p>Actividades clave </p> <p>-Atender el requerimiento, brindar asesoramiento.</p>	<p>Propuesta de Valor </p> <p>-Elaborar calzado a la medida del cliente, en base a sus necesidades y gustos, además de ello replicar el modelo de calzado que el cliente desee.</p>	<p>Relaciones con clientes </p> <p>-Atención personalizada a través de plataformas digitales</p>	<p>Segmentos de cliente </p> <p>Nuestro segmento de clientes va enfocado a la población económicamente activa en Quito.</p>
<p>Recursos clave </p> <p>-Recurso físico, intelectual, humano y financiero</p>			<p>Canales </p> <p>-Servientrega -Laarcourier</p>	
<p>Estructura de costes </p> <p>-Gastos Administrativos, Ventas, Publicidad, Tecnológicos.</p>		<p>Fuentes de ingresos </p> <p>-La fuente de ingresos proviene de nuestra venta de calzado personalizado</p>		

Tabla 30 Lienzo modelo Negocio Canvas

Conclusiones

Una vez finalizado el modelo de Negocio Canva para elaboración y comercialización de calzado personalizado en Quito, se concluye lo siguiente:

La aplicación del modelo de Negocio Canvas a través de su estructura, nos permite trabajar de manera ideal, mediante el cual, su principal función es guiar a cada empresario o emprendedor, basándose en las necesidades del cliente, brindando así un panorama más amplio conforme a la propuesta de valor que se desea ofrecer, al desempeñar su ejecución se obtiene resultados gratificantes.

En base al estudio realizado en Quito, conforme a la población económicamente activa, se concluye que existe un alto índice que estarían dispuestos a adquirir calzado personalizado, de tal manera entramos a la competencia del mercado con un producto de alta calidad.

La propuesta de valor que ofrece nuestro emprendimiento busca satisfacer las exigencias y necesidades del consumidor, mismo que brinda al cliente una atención personalizada hasta concluir con la adquisición de este, donde su enfoque principal es fidelizarlo para que nos elija dentro de la competencia.

Recomendaciones

Prepararse constantemente en el desarrollo de negocios, para mejorar el servicio al cliente, por lo que actualmente se va incrementando nuevas técnicas, las mismas que al ser utilizadas de manera adecuada, nos hará tener éxito.

Tener un adecuado manejo de redes sociales, ya que al ser un medio de comunicación en tendencia se tiene mayor acogida, lo cual es óptimo para mostrar al cliente el tipo de producto a ofrecer, pretendiendo así llamar la atención a través de nuestra propuesta de valor y publicidad.

Ofrecer al cliente catálogos digitalizados con diseños innovadores, para que puedan vestir a la moda, sin pasar desapercibido de las últimas tendencias.

Bibliografía

Broitman, P. (2019, 8 febrero). *Importancia del modelo Canvas para innovar en los negocios*. <https://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/>

Ulexión (2023, 14 agosto) *Elementos del modelo Canvas*.
<https://ulexion.com/negocios/elementos-del-modelo-canvas/>

Naranjo, R. (2022, 5 julio) *Propuesta de plan de Negocios con el Modelo Canvas*.
<https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/7373>

Deconceptos (2021) *Concepto de calzado*. <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/calzado>

Didactalia (2017, 12 abril) *Evolución del calzado*.
<https://didactalia.net/comunidad/materialeducativo/recurso/historia-y-evolucion-del-calzado/3c5862bd-7860-4fb8-98ef-ca5767543192>

Serma (2020, 27 agosto) *Alarmante baja en producción y venta de calzado*. <https://www.serma.net/noticias/informes/ecuador/alarmante-baja-en-produccion-y-venta-de-calzados>

Inmarketing (2020) *Marketing digital, que es y como lo puedes implementar*.
<https://inmarketing.co/que-es-marketing-digital-o-marketing-online/>

Inec (2020) *Población y demografía*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Quito como vamos (2020) *Información sobre torno económico y empresarial Quito*.
<https://quitocomovamos.org/wp-content/uploads/2021/05/10.-ENTORNO.pdf>

Plan de negocio (2023) En *Wikipedia, la enciclopedia libre*.
https://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio

Servicio de Rentas Internas (2023) *Inscripción en el Registro Único de Contribuyente para persona natural ecuatoriana y extranjera residente*.

<https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-ecuatoriana-extranjera-residente>

Cámara Artesanal de Pichincha (2022, 5 agosto) *Requisitos para la afiliación en la cámara artesanal de Pichincha*. <https://camaraartesanalpichincha.com.ec/>

Sydle (2022, 11 octubre) *Atención personalizada al cliente ¿Cómo aplicarla?*
<https://www.sydle.com/es/blog/atencion-personalizada-al-cliente-610af8348fa4fa7b661ab023>

Anexos

Modelo de la encuesta

La presente encuesta está dirigida a la población económicamente activa en Quito.

La presente información será utilizada con fines académicos, para el desarrollo de la investigación para la obtención del título en Tecnología de Administración.

Objetivo

Conocer la oportunidad que tendría la adquisición de calzado artesanal personalizado en Quito, en base a las necesidades de las clientas, las mismas pueden ser por los siguientes factores como: talla, empeine ancho o fino, o problemas por el uso de la altura del taco.

Datos:

-Género: Femenino.

-Edad: 18 a 65 años

1. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por un calzado personalizado?
 - \$35.00
 - \$40.00
 - \$45.00 o más.
2. ¿Considera que la calidad es primordial al momento de adquirir un calzado?
 - Sí
 - No lo considero importante.
 - Tal vez.
3. ¿Cree usted que en la ciudad de Quito, se puede encontrar calzado nacional de calidad?
 - Sí
 - No
 - Tal Vez.

4. ¿Tiene inconvenientes al adquirir calzado según la fisonomía de su pie?
 - Sí
 - No
5. Al ser un calzado personalizado ¿Estaría usted dispuesto a esperar un lapso de 8 días laborables, para la entrega de su pedido?
 - Sí, es un tiempo considerable
 - No esperaría ese tiempo
 - Prefiero menos días
6. ¿Confía usted en las ventas on-line?
 - Sí
 - No, tuve mala experiencia
 - Podría ser
7. ¿Daría usted la oportunidad a la adquisición del calzado artesanal-ecuatoriano?
 - Sí
 - No
 - Tal vez, según su acabado y calidad
8. ¿Le gustaría recibir a domicilio su pedido?
 - Sí
 - Prefiero que la entrega sea personal
9. ¿Al momento de realizar su compra, cree usted que la atención al cliente es indispensable?
 - Sí
 - No

Link de la encuesta:

https://docs.google.com/forms/d/1E28CQFAdtJMIHLUb6xkPdyYDjHisg3zH9iE8YYxe_Vo/edit

Presupuesto de activos

Tabla 31 Presupuesto Muebles y Enseres

PLAN DE INVERSIÓN			
PRESUPUESTO MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio de trabajo	2	\$120.00	\$240.00
Mesa de taller	2	\$180.00	\$360.00
Total	4	\$300.00	\$600.00
Gasto Imprevisto 5%			\$30.00
Total Presupuestado			\$630.00

Elaborado por el autor

Tabla 32 Presupuesto Maquinaria

PLAN DE INVERSIÓN			
PRESUPUESTO MAQUINARIA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Máquina Cosedora Industrial	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Máquina de prensado	1	\$800.00	\$800.00
Horno para sellado	1	\$650.00	\$650.00
Total			\$2.950,00
Gasto Imprevisto 5%			\$147.50
Total Presupuestado			\$3.097,50

Elaborado por el autor

Tabla 33 Presupuesto Equipos de Computación

PLAN DE INVERSIÓN			
PRESUPUESTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y TECNOLÓGICOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de computación	1	\$575.00	\$575.00
Teléfono celular	2	\$250.00	\$500.00
Total			\$1.075,00
Gasto Imprevisto 5%			\$53.75
Total Presupuesto			\$1.128,75

Elaborado por el autor

Tabla 34 Presupuesto Materia Prima

PLAN DE INVERSIÓN				
PRESUPUESTO MATERIA PRIMA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	TOTAL ANUAL
Cuero Sintético	400	Metros	\$5.00	\$2.000,00
Kit suelin y taco	1.200	Unidades	\$4.25	\$5.100,00
Forro	400	Metros	\$1.50	\$600,00
Kit de plantilla acolchada	1.200	Unidades	\$0.35	\$420,00
Clavos grandes	4.800	Unidades	\$0.03	\$144,00
Clavos pequeños	4.800	Unidades	\$0.02	\$96,00
Pegamento	48	Galones	\$2.75	\$132,00

Hilo Industrial Negro	4	Unidades	\$3.50	\$14,00
Hilo Industrial Blanco	4	Unidades	\$3.50	\$14,00
Evillas Forradas	4.800	Unidades	\$0.08	\$384,00
Evillas Metalizadas	4.800	Unidades	\$0.05	\$240,00
Total				\$9.144,00
Gasto Imprevisto 5%				\$457.20
Total Presupuestado				\$9.601,20

Elaborado por el autor

Tabla 35 Presupuesto Servicios Básicos

PLAN DE GASTOS		
PRESUPUESTO SERVICIO BÁSICOS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	\$10	\$120.00
Luz	\$20	\$240.00
Internet	\$25.00	\$300.00
Total		\$660.00
Gasto imprevisto 5%		\$33.00
Total Presupuestado		\$693.00

Elaborado por el autor

Tabla 36 Presupuesto para Publicidad

PLAN DE GASTOS		
PRESUPUESTO DE VENTAS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL

Publicidad Redes Sociales	\$25.00	\$300,00
Transporte	\$166.85	\$2.002,20
Empaque	\$25.00	\$300,00
Total		\$2.602,20

Elaborado por el autor

Tabla 37 Presupuesto para Sueldos

PLAN DE GASTOS						
PRESUPUESTO PARA SUELDOS						
CARGO	SUELDO	SUELDO	DÉCIMO	DÉCIMO	APORTE	TOTAL
	MENSUAL	ANUAL	CUARTO	TERCERO	IESS	
					ANUAL	
Gerente	\$560.00	\$6.720,00	\$450.00	\$560.00	\$749.28	\$8.479,28
Administrativo						
Gerente de	\$560.00	\$6.720,00	\$450.00	\$560.00	\$749.28	\$8.479,28
Ventas						
Artesano 1	\$520.00	\$6.240,00	\$450.00	\$520.00	\$695.76	\$7.905,76
Artesano 2	\$450.00	\$5.400,00	\$450.00	\$450.00	\$602.10	\$6.902,10
Total						\$31.766,42

Elaborado por el autor

Tabla 38 Depreciaciones

DEPRECIACIONES			
DETALLE	VALOR	% DEPRECIACION	TOTAL
Maquinaria	\$3.097,50	10%	\$309.75
Equipo de computación	\$1.128,75	33%	\$372.49
Muebles y Enseres	\$630,00	10%	\$63.00
Total			\$745,24

Elaborado por el autor

Erazo Encalada Alisson Abigail- Administración- 2(4)TSADQ3 - 23 - 08 - 23

4% Similitudes  **< 1%** Texto entre comillas
0% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Erazo Encalada Alisson Abigail-Administración- 2(4)TSADQ3 - 23 - 08 - 23.pdf
ID del documento: 33d6b250e8b728153c064be0ab781ab4e9920eb6
Tamaño del documento original: 1,26 MB
















Depositante: Karla Elizabeth Maza Pazmiño
Fecha de depósito: 24/8/2023
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 24/8/2023

Número de palabras: 11.597
Número de caracteres: 93.387

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas





Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec 13 fuentes similares	1%		 Palabras idénticas: 1% (169 palabras)
2	 docs.google.com Elaboración y Comercialización de Calzado Personalizado en Q... https://docs.google.com/forms/d/1E28CQFAdjMIHLUub6xkPdyYDjHig3zH9IE8YYxe_Vo/edit	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (162 palabras)
3	 www.gob.ec Inscripción en el Registro Único de Contribuyente (RUC) para perso... 6 fuentes similares	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (114 palabras)
4	 Documento de otro usuario #38cf4b El documento proviene de otro grupo 14 fuentes similares	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (89 palabras)
5	 PROYECTO JOHANNA CORREGIDO ok.pdf PROYECTO JOHANNA CORREGI... #5a806c El documento proviene de mi grupo 8 fuentes similares	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (58 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 PROYECTO FINAL ADRIANA CARDENAS.pdf PROYECTO FINAL ADRIANA C... #00ffc4 El documento proviene de mi grupo	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (38 palabras)
2	 Documento de otro usuario #315dde El documento proviene de otro grupo	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
3	 repositorio.uta.edu.ec Creación de una nueva línea de calzado antibacterial par... https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/27173/1/649_MKT_sp.pdf	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
4	 www.gob.ec https://www.gob.ec/sites/default/files/sign/procedure-SRI-005-01-06-20230808141414-16052640-si...	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
5	 camaraartesanalpichincha.com.ec AFILIACIÓN – Camara Artesanal de Pichincha https://camaraartesanalpichincha.com.ec/servicios/afiliacion/	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

-  <https://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio>
-  <https://ulexion.com/negocios/elementos-del-modelo-canvas/>
-  <https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/7373>
-  <https://deconceptos.com/ciencias>
-  <https://didactalia.net/comunidad/materiaeducativo/recurso/historia-y-evolucion-del>