



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO

**EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN Y SU
INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE VENTAS DE LA EMPRESA DE
CALZADO “ELEGANTE”, CANTÓN GUANO, PARROQUIA LA
MATRIZ EN EL AÑO 2015**

*TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA COMERCIAL*

Autora

TANIA YESENIA SILVA PAREDES

Tutora

MS. ROSALINA BALANZÁTEGUI

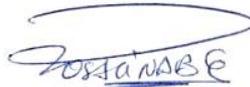
Riobamba - Ecuador

2018

INFORME DE TUTOR

En mi calidad de tutora del proyecto de investigación cuyo título es: **EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE VENTAS DE LA EMPRESA DE CALZADO “ELEGANTE”, CANTÓN GUANO, PARROQUIA LA MATRIZ EN EL AÑO 2015**, luego de haber revisado el desarrollo de la Investigación elaborada por la Srta. Tania Yesenia Silva Paredes, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesto al público, luego de ser evaluado por el Tribunal designado.

Riobamba; 2018



Ms. Rosalina Balanzátegui



CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

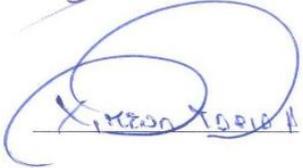
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO

EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE VENTAS DE LA EMPRESA DE CALZADO “ELEGANTE”, CANTÓN GUANO, PARROQUIA LA MATRIZ EN EL AÑO 2015.

Proyecto de investigación para la obtención del título de Ingeniero Comercial.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Ms. Rosalina Balanzátegui	<u>10</u>	
TUTOR	Calificación	Firma
PH. D Wilson Saltos	<u>10</u>	
MIEMBRO 1	Calificación	Firma
EC. Ximena Tapia	<u>9,7</u>	
MIEMBRO 2	Calificación	Firma

NOTA: 9,7 (SOBRE 10)

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Tania Yesenia Silva Paredes portadora de la cédula de identidad 060578996-5, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el tema el sistema de producción y comercialización y su incidencia en el volumen de ventas de la empresa de calzado ELEGANTE del cantón Guano, parroquia la matriz en el año 2015 y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Tania Yesenia Silva Paredes

C.I 060578996-5

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico a mis padres Carlos Silva y María Paredes, hermanos y a mi novio por su motivación ya que ellos fueron las personas que me apoyaron en el transcurso de mi carrera siendo el pilar fundamental de mi vida y ayudándome cada día a cumplir mis objetivos y sueños de ser profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres y a todas las personas que me apoyaron en el transcurso de mi formación profesional logrando cumplir mis objetivos y sueños ya que ellos fueron quienes me dieron la fuerza y la sabiduría para formarme como una persona de bien.

A la Ms. Rosalina Balanzátegui amiga y tutora de mi tesis, a los miembros de tribunal por su intermedio a todos los docentes de la Carrera de Ingeniería Comercial, de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo quienes fueron aquellos que me brindaron sus conocimientos para ahora ser una profesional.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
INFORME DE TUTOR	ii
CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
RESÚMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1	2
MARCO REFERENCIAL	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3. OBJETIVOS	3
1.3.1. General	3
1.3.2. Específicos.....	3
CAPÍTULO II.....	4
MARCO TEÓRICO	4
2.1. ANTECEDENTES	4
2.2. FUNDAMENTACION TEÓRICA	5
UNIDADES DE ANALISIS	7
UNIDAD 1	7
GENERALIDADES DE LA EMPRESA CALZADO ELEGANTE.....	7
2.2.1. Misión.....	7
2.2.2. Visión	7
2.2.3. Valores Empresariales	7
2.2.4. Organigrama Estructural Empresa de Calzado Elegante.....	9
2.2.5. Organigrama Funcional Empresa de Calzado Elegante	9
2.2.6. Análisis FODA de la Empresa.....	12
UNIDAD II.....	13
SISTEMA DE PRODUCCIÓN.....	13
2.3.1. Importancia.....	13

2.4.	FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE FABRICACIÓN	14
2.4.1.	Proceso de Fabricación de Calzado de Hombre	14
2.4.2.	Proceso de Fabricación de Calzado de Mujer	15
2.4.3.	Proceso de Fabricación de Calzado de Niño	16
2.4.4	Características de Producción del Calzado.....	17
2.4.5.	Calzado Casual para Caballero.....	17
2.4.6.	Calzado para Mujer	18
2.4.7.	Calzado para Niños.....	18
	UNIDAD III	20
	SISTEMA COMERCIAL	20
2.5.	SISTEMA COMERCIAL	20
2.5.1.	Canales de Distribución de la Empresa de Calzado Elegante	21
2.5.2.	Proceso de comercialización	21
2.5.3.	Importancia.....	22
2.5.4.	Ventas	22
2.5.5.	Características de las ventas	23
2.5.6.	Volumen de ventas	24
2.5.7.	Estrategia de ventas	25
	CAPITULO III	26
	MARCO METODOLÓGICO	26
3.1.	MÉTODO	26
3.1.1.	Método analítico sintético	26
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	26
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.3.1.	Diseño no experimental	26
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA	27
3.4.1.	Población	27
3.4.2	Muestra	27
3.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	27
3.5.1.	Técnicas	27
3.5.2.	Instrumentos	28
3.5.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
	CAPÍTULO IV	29
	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29

4.1.	Encuesta realizada al personal que trabaja en la Empresa de calzado Elegante del cantón guano, provincia de Chimborazo.	29
4.2.	Contrastación de variables.....	39
CAPITULO V		40
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		40
5.1.	Conclusiones.....	40
5.2.	Recomendaciones	41
BIBLIOGRAFÍA		42
6.	ANEXOS	45
6.1	MODELO DE ENCUESTA.....	45

INDICE DE GRÀFICOS

Ilustración 1. Organigrama Estructural	9
Ilustración 2. Organigrama Funcional	9
Ilustración 3. Análisis FODA empresa de Calzado Elegante	12
Ilustración 4 Flujograma del proceso de fabricación de calzado de hombre.....	14
Ilustración 5 Flujograma de fabricación de calzado de mujer.....	15
Ilustración 6 Flujograma del proceso de fabricación de calzado de niño.....	16
Ilustración 7. Calzado de Caballero Modelo casual	17
Ilustración 8. Calzado de Caballero Modelo Formal.....	17
Ilustración 9. Calzado para Mujer Formal he Informal	18
Ilustración 10. Calzado para Niños.....	19
Ilustración 11. Calzado para Niñas.....	19
Ilustración 12. Proceso de Comercialización	21
Ilustración 13. Canal de Distribución Directo	22
Ilustración 14. Proceso de Venta de la Empresa de Calzado Elegante.....	23
Ilustración 15 Tipos de Estrategias de Ventas Calzado Elegante.....	25
Ilustración 16. Desarrollo Económico	29
Ilustración 17. Línea de producción más comercial	30
Ilustración 18 . Demanda del Mercado.....	31
Ilustración 19. Seguridad Reglamentaria.....	32
Ilustración 20. Precios de los Productos	33
Ilustración 21. Medio Ambiente.....	34
Ilustración 22. Políticas de Venta	35
Ilustración 23. Publicidad de la Empresa	36
Ilustración 24. Inventario Materia Prima.....	37
Ilustración 25. Demanda de Productos en el Mercado	38

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Volumen de Ventas (periodo 2015)	24
Tabla 2 Población	27
Tabla 3. Desarrollo Económico	29
Tabla 4. Línea de producción más comercial	30
Tabla 5. Demanda del Mercado	31
Tabla 6. Seguridad Reglamentaria.....	32
Tabla 7. Precios de los Productos	33
Tabla 8. Medio Ambiente	34
Tabla 9. Políticas de Venta	35
Tabla 10. Publicidad de la Empresa	36
Tabla 11. Inventario de Materia Prima	37
Tabla 12. Demanda de Productos en el Mercado	38
Tabla 13. Contrastación de variables.....	39

RESÚMEN

El siguiente trabajo se refiere a: El sistema de producción y comercialización y su incidencia en el volumen de ventas de la empresa de calzado ELEGANTE del cantón Guano, parroquia la Matriz en el año 2015”. La Investigación está constituida por tres capítulos, el mismo que se desarrolla a continuación:

Primer Capítulo: Está constituido por el marco Referencial, en el cual consta el planteamiento del problema, formulación del problema, objetivo general y objetivo específicos, y la justificación.

Segundo Capítulo: Consta del marco teórico, mismo que contiene antecedentes y la fundamentación teórica, conjuntamente la primera unidad que abarca las generalidades de la empresa, segunda unidad se refiere al sistema de producción, y finalmente la tercera unidad que respecta al sistema de comercialización y volumen de ventas.

Tercer Capítulo: Se detallan los métodos que se utilizan para la presente investigación, el tipo de investigación utilizada, el procesamiento de la información, el análisis e interpretación de resultados.

Cuarto Capítulo: Está constituido por las conclusiones y recomendaciones de la investigación, finalmente se podrá evidenciar los resultados a la problemática planteada al inicio de la investigación.

Abstract

This research is about “The production and marketing system and its impact on the sales volume of “ELEGANTE” shoe company located in the Guano canton, La Matriz parish in 2015” The survey is made up by three chapters, and it is developed as follows:

First Chapter: It is made up by the referential framework; it contains the proposal of the problem, formulation of the problem, specific and general objectives, and the justification.

Second Chapter: It contains the theoretical framework, which contains the background data and the theoretical foundation; together with the first unit which covers the generalities of the company, the second unit refers to the production system, and finally the third unit is about the marketing system and turnover.

Third Chapter: It details the methods used for this research, as well as the type of research used; the processing of information, the analysis and interpretation of results.

Fourth Chapter: It is made up by the conclusions and recommendations of the study; finally it will be possible to demonstrate the results of the problems proposed at the beginning of the research.

Reviewed by: Armas, Geovanny

Language Center Teacher



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial, ha puesto en práctica todos los conocimientos, herramientas y técnicas que se aprendieron en las aulas de clases que favorablemente se han visto dictadas por docentes calificados en la Universidad Nacional de Chimborazo.

Esta investigación se basa en el análisis del sistema de producción y comercialización de la empresa de calzado ELEGANTE (fabricantes de calzado para damas caballeros y niños) con la finalidad de buscar resultados que permitan a la empresa verificar que los sistemas aplicados actualmente contribuyen o no de manera efectiva al desarrollo de la misma.

Los resultados obtenidos y analizados son de suma importancia dentro de esta investigación ya que se logrará tomar decisiones acertadas que mejoren el sistema productivo y comercial de la misma y les permita dirigir y controlar el nivel de producción y comercialización con base técnica en los resultados obtenidos logrando así incrementar su productividad y volumen de ventas dentro y fuera de la provincia, fortaleciendo las bases de la empresa creando estrategias de venta que permita a la empresa de calzado ELEGANTE mejorar su rendimiento en el mercado.

CAPÍTULO 1

MARCO REFERENCIAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según el autor (Merino, 2012) considera que, las estrategias de venta son fundamentales para posicionar a una empresa dentro del mercado, la falta de publicidad crea un desconocimiento del cliente de los productos que ofrece una organización, disminuyendo su participación en el mercado y reduciendo, la producción, comercialización y volumen de ventas de la misma.

Según el autor (Hernandez, 2011) considera que, las estrategias de venta ayudan al incremento de los ingresos económicos y eleva el número de clientes potenciales obteniendo una mayor participación en el mercado y resultados satisfactorios explotando al máximo el talento humano. Mediante la entrevista realizada con el propietario del Calzado Elegante, Señor Jorge González, se logró identificar una falta de estrategias de venta por lo cual se han visto afectados con un decrecimiento en ventas en su segundo y tercer trimestre con un porcentaje de -14 % en el período 2015 de su producción y comercialización de calzado elaborado a base de cuero original dentro y fuera de la provincia de Chimborazo ya que la empresa no cuenta con un estudio de mercado y análisis de los canales de distribución y comercialización previo, a su vez la falta de publicidad ha logrado el desconocimiento de los clientes al momento de adquirir un productos de esta empresa.

Este problema motiva a realizar la presente investigación, dado que al desconocer las estrategias de venta que aplican y las decisiones que sean implementadas se corre un riesgo de permanecer con el actual sistema de producción y comercialización aquello podría seguir produciendo bajos niveles de venta. Por lo tanto, es relevante abordar el estudio de los sistemas de producción y comercialización actual de los productos de calzado de la empresa ELEGANTE en el período 2015.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide el sistema de producción y comercialización en el volumen de ventas de la empresa de calzado ELEGANTE, en el cantón Guano, parroquia la matriz en el año 2015?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. General

Determinar cómo incide el sistema de producción y comercialización en el volumen de ventas de la empresa de calzado ELEGANTE en el cantón Guano en el período 2015.

1.3.2. Específicos

1. Identificar el proceso de producción que aplica la empresa de calzado ELEGANTE en el cantón Guano en el período 2015.
2. Conocer el sistema de comercialización de los productos de la empresa de calzado ELEGANTE en el cantón Guano en el período 2015.
3. Analizar el volumen de ventas de la empresa de calzado ELEGANTE en el cantón Guano en el período 2015.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

La Investigación realizada por los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo Ximena Stefanía Ortiz Trujillo en el año 2016 sobre: “ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS DE HUEVOS DE CODORNIZ Y SU INCIDENCIA EN EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA COTURNIX DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2014” cuyo objetivo fue Analizar cómo las estrategias de producción, comercialización y ventas de la Empresa COTURNIX de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo inciden en el posicionamiento en el período 2014, obteniendo así como resultados: que la empresa no cuenta con estrategias establecidas en la producción, comercialización y ventas, no cuenta con una imagen corporativa lo cual afectado a la hora de posicionarse en el mercado. Para contribuir a la solución de los problemas identificados en la empresa COTURNIX, se ha elaborado la propuesta: De crear un Plan de Marketing porque es el medio más certero y efectivo para mejorar la imagen y el posicionamiento de la empresa COTURNIX.

La Investigación realizada por los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo Tamia Valeria Ugsiña Colcha en el año 2017 sobre: “POTENCIALIDADES DE LA COMERCIALIZACIÓN DE MORA DE LA PARROQUIA SAN LUIS CANTÓN RIOBAMBA Y LA INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO DEL MERCADO LOCAL EN EL PERIODO 2015” cuyo objetivo fue determinar cómo las potencialidades de la comercialización de Mora de la Parroquia San Luis Cantón Riobamba inciden en el crecimiento del mercado local, obteniendo así como resultados: que los productores de mora de la parroquia San Luis manejan procesos de producción enfatizando que no existe un asesoramiento técnico correcto, sin embargo creen que por la dedicación que emprenden en un huerto pueden ofertar un producto de calidad, considerando que el trabajo es fuerte y que requiere de dedicación, se ha elaborado la propuesta de implementar capacitaciones para una mejor producción, una producción orgánica para que la misma sea reconocida en el mercado, considerando que el proceso de producción necesita de un asesoramiento técnico

ya sea particular o que sea por parte de la junta parroquial de San Luis he implementado estrategias de comercialización que permitan incrementar a los productores de mora una mayor participación en el mercado.

Los diferentes autores citados coinciden con la importancia de implementar estrategias de venta para incrementar la comercialización de los productos, las mismas que ayudan a la empresa, adquirir una mayor participación en el mercado obteniendo mayores ingresos económicos y reconocimiento de sus productos en la mente del consumidor; por ejemplo, la empresa COTURNIX propone la creación de un Plan de Marketing que a futuro con un buen manejo de información y con un mayor control de calidad, sus productos podrían ser reconocidos a nivel país o mundial proponiendo un buen estudio de mercado.

2.2. FUNDAMENTACION TEÓRICA

Según el autor (McGraw, 1997) considera que, el sistema de producción es aquel que tiene una entrada insumo, los cuales sufren un proceso de transformación y una salida producto, realimentándose el mismo a través de un proceso de control. También se ha definido la administración de operaciones como la administración de los sistemas productivos o sistemas de transformación, que son los que convierten los insumos en bienes o servicios. Los insumos para el sistema son: Energía, Materiales, Mano de obra, Capital e Información. Estos se convierten en bienes o servicios mediante la tecnología del proceso, las operaciones de cada tipo de industria varían dependiendo del ramo, al igual que sus insumos.

Según el autor (Armstrong, 2011) considera que, la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios as técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto, según este autor, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner n el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

Para (McGraw, 1997) considera que, un sistema de producción es aquel que proporciona una estructura que facilita la descripción y la ejecución de un proceso de búsqueda. Un sistema de producción consiste en: Un conjunto de facilidades para la definición de reglas dentro de una empresa

Según el autor (Kotler, Principios de Mercadotecnia, 2000) considera que, actualmente la comercialización, está mereciendo la atención creciente de compañías, instituciones y gobiernos. No solo son muchas y heterogéneas las organizaciones que manifiestan un creciente interés en las técnicas de la Comercialización, sino que esta es una idea de gran importancia para las economías nacionales las empresas han descubierto la necesidad de preparar a sus trabajadores en temas de comercialización para mejorar su eficiencia en los mercados nacionales en nuestro país, si bien la comercialización tiene como ámbito tradicional a las grandes empresas multinacionales, vemos con esperanza que desde hace un tiempo se están formando profesionales universitarios en el campo de la administración de empresas y de comercio exterior que posibilitaran a la pequeña y mediana empresa poder acceder a profesionales capacitados en comercialización.

El autor (Etzel, 2006) considera que para, La venta es considerada como una forma de acceso al mercado que es practicada por la mayor parte de las empresas que tiene una saturación en su producción y cuyo objetivo es vender lo que producen, en lugar de producir lo que el mercado desea por ello, es fundamental conocer en que consiste el concepto de venta con el objetivo de identificar a las empresas que la practican (aún sin saberlo), por qué lo hacen y el riesgo que corren.

UNIDADES DE ANALISIS

UNIDAD 1

GENERALIDADES DE LA EMPRESA CALZADO ELEGANTE

2.2.1. Misión

Somos los mejores productores de calzado a base de cuero original para damas, caballeros y niños(a) mediante la innovación de los diseños, la calidad de nuestros productos, la utilización de materia prima de calidad y la mejor mano de obra calificada teniendo siempre presente la satisfacción de nuestros clientes y del mercado en general, valorizando la empresa a través del desarrollo integral de nuestros trabajadores con la sociedad y el medio ambiente, para garantizar un crecimiento continuo y rentable.

2.2.2. Visión

Para en un futuro ser la Empresa de calzado fino para damas, caballeros y niños(a) a base de cuero original más grande del país y estar posicionados en la mente de nuestros clientes como la mejor en calidad y diseños y precio permitiéndonos abrírnos en nuevos mercados y obtener cada vez una mayor participación en estos.

2.2.3. Valores Empresariales

Estos valores y principios serán el centro de nuestra organización empresarial, los cimientos en la cual nos basaremos para poder trabajar en equipo, y brindar un buen servicio al cliente abriéndonos paso en el mercado y ofertando todos nuestros productos de calidad.

Competitividad:

- Desarrollar el talento y la capacidad de cada miembro de nuestra organización para que asuma con eficiencia, responsabilidad, educación y compromiso todas las tareas encomendadas para el crecimiento constante de la empresa, actualizando constantemente todos sus conocimientos innovando, creando ideas nuevas para competir en el mercado.

Compromiso:

- Estimular en cada miembro de la empresa, una actitud responsable con la sociedad y la empresa permitiéndole cada día desarrollar su talento humano con el compromiso de trabajar para él y su organización.

Confianza:

- Generar un clima de amistad con todos los que se relacionan con la empresa permitiéndole compartir sus conocimientos e ideas con todos quienes forman el equipo de trabajo.

Honestidad:

- Ejercer con integridad y transparencia en todos nuestros actos dentro y fuera de la empresa guardar con prudencia toda la información relevante al sitio de trabajo.

Puntualidad:

- Establecer una cultura de exactitud y responsabilidad en todos nuestros compromisos empezando con la puntualidad que es un valor indispensable que demuestra respeto para todas las personas que forman la empresa.

Respeto:

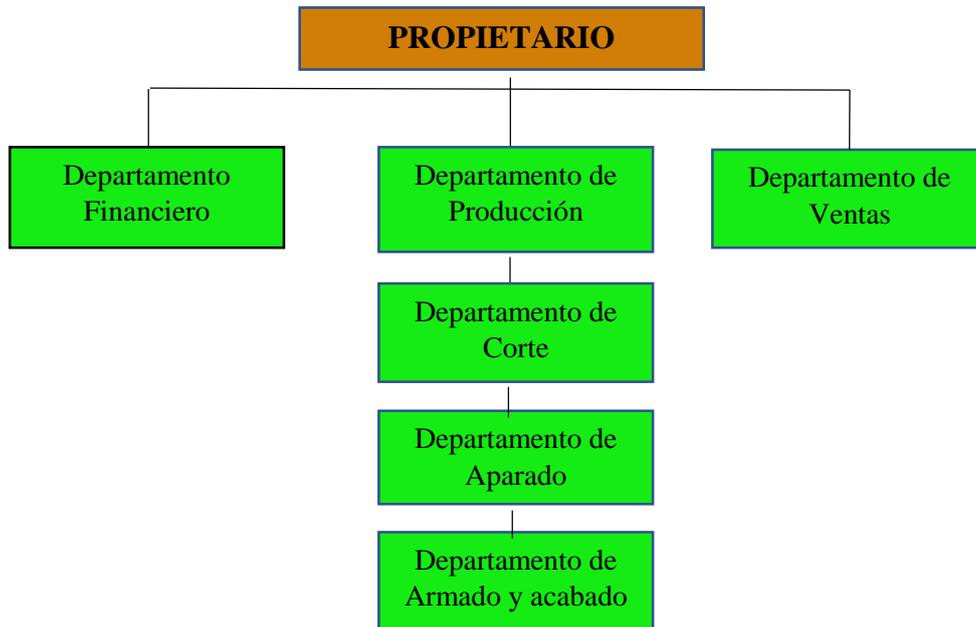
- Fomentar los valores aprendidos en el hogar para aplicarlos en la empresa y por ende con todos los trabajadores de la misma para fomentar una cultura laboral de respeto.

Servicio:

- Dar la mejor asistencia de apoyo a los demás para satisfacer la necesidad de nuestros clientes y servirles siempre con una buena actitud.

2.2.4. Organigrama Estructural Empresa de Calzado Elegante

Ilustración 1. Organigrama Estructural



Fuente: Jorge Gonzales (2017)

Elaborado por: Tania Silva

2.2.5. Organigrama Funcional Empresa de Calzado Elegante

Ilustración 2. Organigrama Funcional



Fuente: Jorge Gonzales (2017)

Elaborado por: Tania Silva

2.2.5.1. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES POR PUESTO DE TRABAJO.

Propietario:

Responsable de administrar y dirigir en su totalidad a la empresa, así como de tomar las decisiones estratégicas relacionadas con el crecimiento de la misma, coordina y controla las actividades administrativas mediante la planeación dirección organización y control.

Funciones:

Responsable de todas las operaciones que realice la empresa, investigación de mercado, aprobación de nuevos planes o estrategias empresariales, encargado y responsable de la contratación del personal, selección de la materia prima y maquinaria.

DEPARTAMENTO FINANCIERO

Contadora:

Actúa junto con el propietario para obtener información de los pedidos que se envían, así como de la calidad de los insumos que se reciben por parte de los proveedores, manejo de todo el sistema financiero de la empresa.

Funciones:

Encargada de llevar la contabilidad, responsable del financiamiento de la empresa, llevar registros de todas las actividades financieras de la empresa.

DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

Funciones del jefe de corte:

- Revisar el material antes de empezar el proceso
- Realizar la tarea de identificar y ubicar moldes
- Trazar todas las piezas que van a conformar el calzado
- Cortar todas las piezas necesarias para armar el calzado
- Cocer las piezas principales del calzado

Funciones del jefe de aparado:

Este departamento cuenta con dos auxiliares de aparado los mismos que desarrollan las mismas actividades que el jefe de departamento.

- Armar todas las piezas y partes del calzado
- Aplicar pegante a todas las partes a unir del calzado
- Colocar la pieza en la puntera y después el contrafuerte
- Verificar como quedo la parte delantera y trasera

Funciones del jefe de armado y acabado

Este departamento cuenta con dos auxiliares de armado y acabado los mismos que desarrollan las mismas actividades que el jefe del departamento.

- Dar los detalles finales al calzado
- Realizar pruebas de calidad
- Colocar la talla al calzado
- Empaquetar en bolsa
- Empaquetar en caja

DEPARTAMENTO DE VENTAS

Jefe de ventas:

Es la persona encargada de dirigir, organizar y controlar un cuerpo o departamento de ventas.

Funciones del jefe de ventas.

- Preparar planes y presupuestos de ventas
- Establecer metas y objetivos en el mercado
- Calcular la demanda y pronosticar las ventas
- Determinar el tamaño y la fuerza de ventas

(Gonzales, Información interna de la empresa de Calzado Elegante, 2017)

2.2.6. Análisis FODA de la Empresa

Ilustración 3. Análisis FODA empresa de Calzado Elegante

<p style="text-align: center;">F</p> <p>Excelente cultura laboral</p> <p>Contamos con personal calificado para realizar la producción de nuestros productos</p> <p>Utilización de materia prima de calidad</p> <p>Excelente atención al cliente</p> <p>Cartera de clientes fijos</p> <p>Envíos a cualquier parte del país</p> <p>Estabilidad económica</p> <p>Gran Capacidad de Bodega y Local de Venta</p>	<p style="text-align: center;">D</p> <p>Incremento de la competencia</p> <p>Calzado extranjero de baja calidad a menor precio</p> <p>Incremento del costo de materia prima</p> <p>Preferencia y adquisición de calzado extranjero de menor precio por parte de los clientes</p> <p>Ubicación no favorable para la comercialización de la Empresa</p> <p>Falta de Publicidad y Propaganda</p> <p>Falta de estrategias de comercialización</p>
<p style="text-align: center;">O</p> <p>Mercado exigente de moda y marca</p> <p>Líder en la Implantación de Fábricas de Calzado en el Cantón Guano</p> <p>Posee todos los permisos permitidos respecto al funcionamiento de la empresa</p> <p>Retorno del 12% IVA, beneficiando a la compra de la materia prima de calidad</p> <p>Vínculos Estratégicos con otras empresas de calzado del Cantón Guano</p> <p>Productos de calidad y de larga duración</p>	<p style="text-align: center;">A</p> <p>Situación económica del país</p> <p>Entrada de nuevos competidores extranjeros al mercado Guaneño</p> <p>Mucha competencia de negocios de calzado en el cantón Guano</p> <p>Adquisición de productos extranjeros de baja calidad y menor precio</p> <p>Aumento de los precios en la materia prima</p> <p>Ubicación de la empresa a las afueras del cantón Guano</p> <p>Publicidad agresiva por parte de la competencia</p>

Fuente: Calzado ELEGANTE

Elaborado por: Tania Silva

Posterior al análisis FODA de la empresa se puede observar la falta de un estudio de mercado, y la mala ubicación de la empresa ya que se encuentra a las afueras del cantón disminuyendo la comercialización de sus productos y sobre todo podemos apreciar la aceptación de productos extranjeros de menor precio por parte de los Guaneños, a esto se suma la falta de publicidad, propaganda y falta de estrategias de venta que tiene la misma disminuyendo así su volumen de ventas.

UNIDAD II

SISTEMA DE PRODUCCIÓN

2.3.1. Importancia

Según el autor (Tirado Monferren , 2013) considera que, en la actualidad el vender y hacer publicidad de un producto no es suficiente para una empresa hoy en día toda organización debe realizar un estudio intensivo de los gustos y preferencias de los clientes para alcanzar el reconocimiento por parte de los mismos, es así que la producción y la comercialización como partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Al combinar producción y comercialización, se obtienen las cuatro utilidades económicas básicas como de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor. En este caso utilidad significa la capacidad para ofrecer satisfacción a las necesidades humanas ya que si no hay necesidad por satisfacer por ende no hay utilidad.

2.3.2. Líneas de Producción

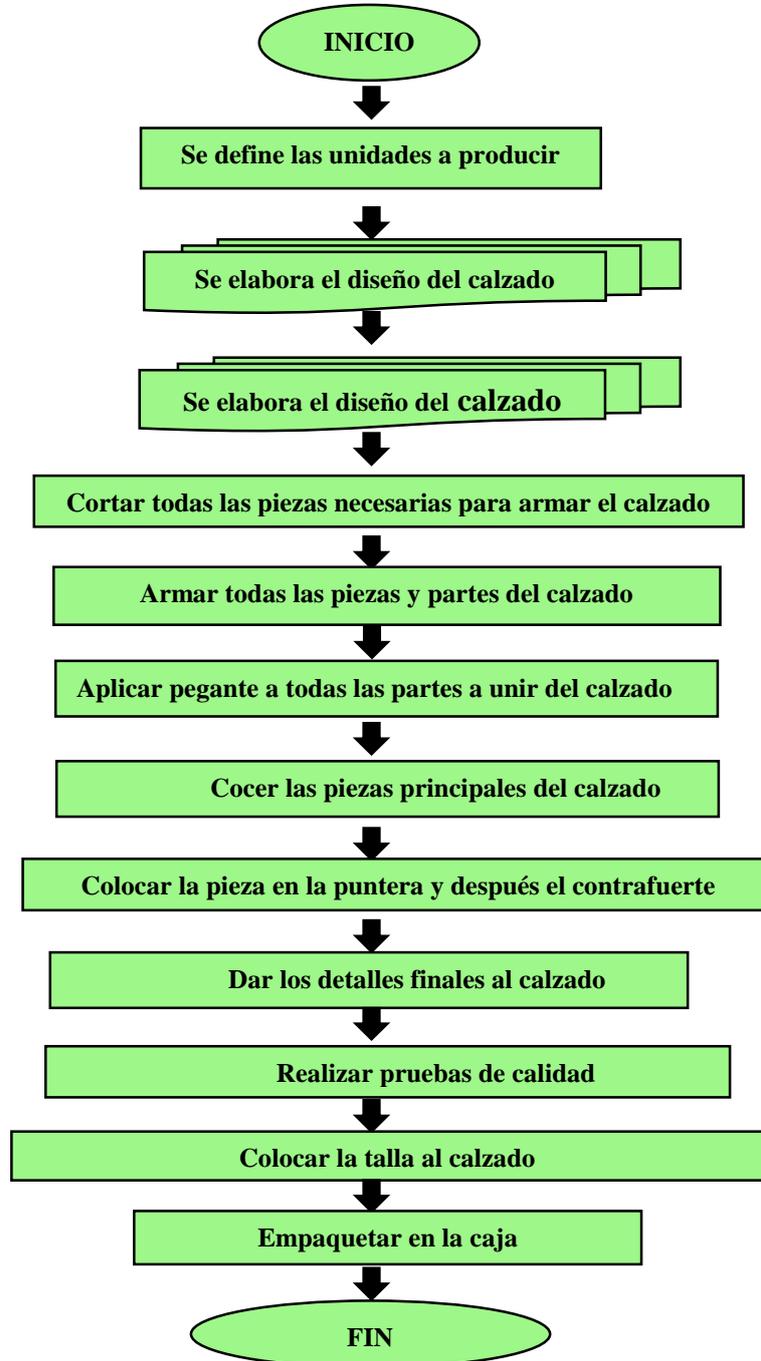
Según el autor (Muther Hudson, 1996) manifiesta que “La línea de producción es la principal forma de producir grandes cantidades de artículos estandarizados a bajo costo”. Al observar la posibilidad de rediseñar el área de producción en este proyecto, de modo que esta tenga un óptimo desempeño, es conveniente mencionar los pasos para lograr este objetivo con la finalidad de alcanzar el aumento en la productividad.

- La cantidad de producción debe ser suficiente para justificar el cambio y montaje de la nueva línea.
- La línea se debe diseñar para una sola pieza, producto o familia de productos con estándares básicos comunes.
- Los tiempos necesarios para realizar las operaciones en cada una de las estaciones de trabajo deben ser más o menos iguales, es decir, deben estar balanceados.

2.4. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE FABRICACIÓN

2.4.1. Proceso de Fabricación de Calzado de Hombre

Ilustración 4 Flujoograma del proceso de fabricación de calzado de hombre



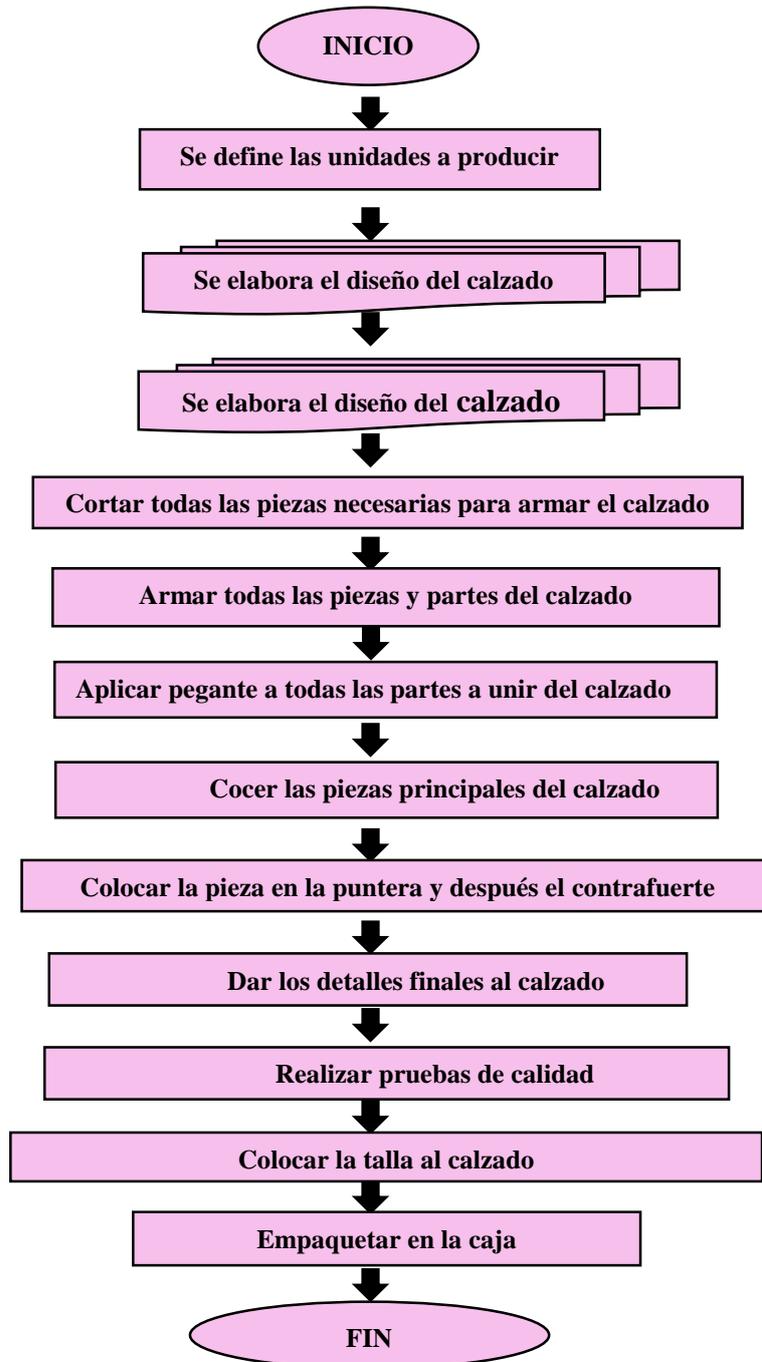
Fuente: Jorge Gonzales (2017)

Elaborado por: Tania Silva

Dentro de la fabricación de calzado para hombre podemos encontrar gran variedad, diseño, tallas, modelos, precios a su vez botas y botines para caballero calzado deportivo y casual de cuero, gamuza fabricados a base de cuero original que garantiza su durabilidad y calidad.

2.4.2. Proceso de Fabricación de Calzado de Mujer

Ilustración 5 Flujograma de fabricación de calzado de mujer



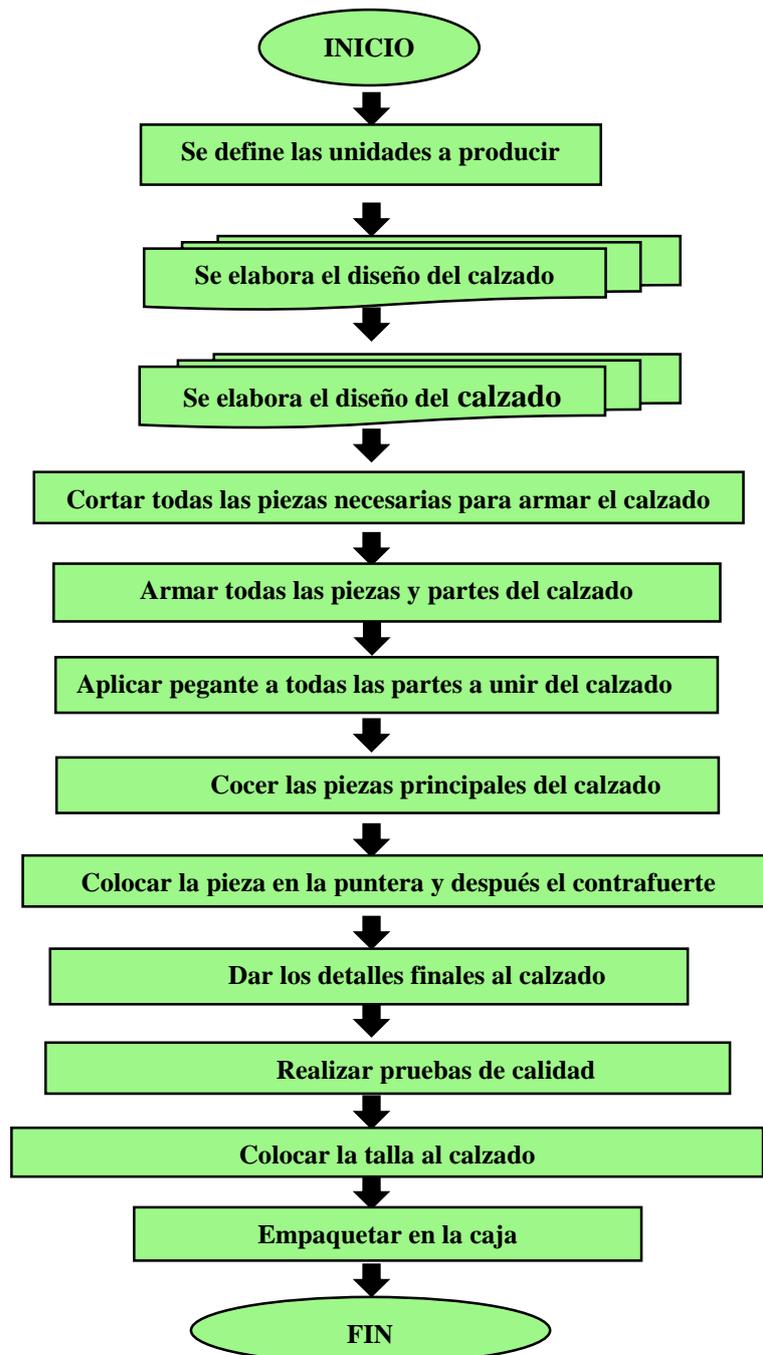
Fuente: Jorge Gonzales (2017)

Elaborado por: Tania Silva

Dentro de la fabricación del calzado de mujer podemos encontrar diferentes diseños y modelos como tacones, botines, sandalias, botas los mismos que se diferencian por la utilización de materia prima de calidad al momento de fabricarlos.

2.4.3. Proceso de Fabricación de Calzado de Niño

Ilustración 6 Flujograma del proceso de fabricación de calzado de niño



Fuente: Jorge Gonzales (2017)
Elaborado por: Tania Silva

El diseño y fabricación de calzado para niños es muy importante y un poco complejo por motivo que los moldes son de menor tamaño y se utiliza diferentes tipos de productos para elaborar el mismo para que a los ojos de los clientes el modelo sea único y original en la empresa se encuentran productos para niños como zapatillas, zapatos, sandalias, botines los mismos que se encuentran fabricados a base de materia prima de calidad.

2.4.4 Características de Producción del Calzado

La empresa de calzado Elegante mantiene una producción mensual de 400 pares de zapatos distribuidos en el cantón Guano y en otros sectores fuera del mismo su variedad de productos es grande y se dividen en los siguientes:

2.4.5. Calzado Casual para Caballero

El calzado de hombre que ofrece la empresa de Calzado Elegante, a sus clientes es elaborado a base de cuero original sus acabados son de primera a mano sus suelas y cordones son de excelente calidad para el hombre que quiere verse siempre a la moda, el precio de cada producto viene dado desde los 35 dólares hasta los 60 dólares; de acuerdo a los productos utilizados al momento de la elaboración.

Ilustración 7. Calzado de Caballero Modelo casual



Fuente: Jorge Gonzales (2017)

Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 8. Calzado de Caballero Modelo Formal



Fuente: Jorge Gonzales (2017)

Elaborado por: Tania Silva

2.4.6. Calzado para Mujer

El calzado para dama se encuentra elaborado con productos de calidad, diseños y modelos originales los tacones, pedrería, acabados en telas y cuero son fabricados y terminados la mayor parte a mano los precios oscilan desde los 35 dólares en adelante hasta los 70 dólares en botas largas que solo se elaboran bajo pedido.

Ilustración 9. Calzado para Mujer Formal he Informal



Fuente: Jorge Gonzales (2017)

Elaborado por: Tania Silva

2.4.7. Calzado para Niños

El calzado de niños se encuentra elaborado a base de productos y materiales flexibles y que permitan a los niños su facilidad al momento de caminar, la comodidad y diseño del mismo

es original y vistoso a los ojos del niño y los padres el producto se encuentra valorado desde los 25 dólares hasta los 38 dólares dependiendo el material en el que se elaboró.

Ilustración 10. Calzado para Niños



Fuente: Jorge Gonzales (2017)

Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 11. Calzado para Niñas



Fuente: Jorge Gonzales (2017)

Elaborado por: Tania Silva

Por las características presentadas podemos observar que la empresa de Calzado ELEGANTE es una empresa seria que oferta productos de calidad a precios justos pero no cuenta con un funcionamiento productivo, adecuado ya que produce según pedidos o cantidades que se podrían vender en un determinado tiempo sin realizar un estudio a largo plazo o a corto plazo que permita utilizar al máximo la capacidad de producción y de mano de obra de la empresa para poder ser competitiva en el mercado es por eso que la empresa debe actualizar a diario su capacidad de bodega y producción sobre todo la actualización de tecnología que permita crear nuevos modelos y productos en menor tiempo y disminuyendo el desperdicio de materia prima . (Zinath, 2011)

UNIDAD III

SISTEMA COMERCIAL

2.5. SISTEMA COMERCIAL

Para el autor (Garda, 2009) define que, cuando hablamos del sistema comercial nos estamos refiriendo a una de las variables del mix marketing, la cual es tan importante como las demás, debido a que debemos tomar las decisiones correctas acerca de cómo vamos a hacer llegar el producto al consumidor de la manera más eficiente y económica. Por lo tanto, nos encontramos frente a una serie de decisiones estratégicas que deben ser evaluadas con el conocimiento de una cantidad considerable de variables.

Según el autor (Salvador, 2010) considera que, el canal de distribución del sistema comercial está constituido por la trayectoria que ha de seguir un bien o servicio desde su punto de origen o producción hasta su consumo, y, además, por el conjunto de personas y entidades que permiten la realización de las tareas correspondientes a lo largo de dicha trayectoria, el productor delega al intermediario una serie de funciones que, debido a la especialización, generan una eficiencia mayor que si las llevaran a cabo las empresas productoras.

Las funciones más significativas de los intermediarios son las siguientes:

- Reducción del número de transacciones y contactos
- Adecuación de la oferta a la demanda
- Fraccionamiento o diversificación
- Función transporte físico del producto
- La función de almacenamiento
- Realización de actividades de marketing
- Transmisión de la propiedad
- Financiación
- Asunción de riesgos

(Salvador, 2010)

2.5.1. Canales de Distribución de la Empresa de Calzado Elegante

La Empresa de Calzado Elegante se define por utilizar dos tipos de canales de distribución, que aplica diariamente a su empresa los cuales distribuyen de la siguiente manera:

- Guano 60 %
- Riobamba 40%

Por esta razón la empresa de calzado Elegante se ha propuesto incrementar las ventas de sus productos y su presencia en un 50% en la ciudad de Riobamba puesto que sus productos están teniendo aceptación en el mercado, la empresa busca fortalecer sus ventas entregando a sus clientes un calzado de calidad que sea competitivo ante las marcas ya establecidas en la misma.

2.5.2. Proceso de comercialización

Como pudimos observar anteriormente la empresa de calzado elegante utiliza sus dos tipos de canales de distribución como es el directo conformado por los fabricantes y entregado directamente al consumidor o el indirecto que consiste en entregar el producto de fábrica al intermediario y después al consumidor a continuación se detalla quienes se encuentran en este proceso.

Ilustración 12. Proceso de Comercialización

Directo.



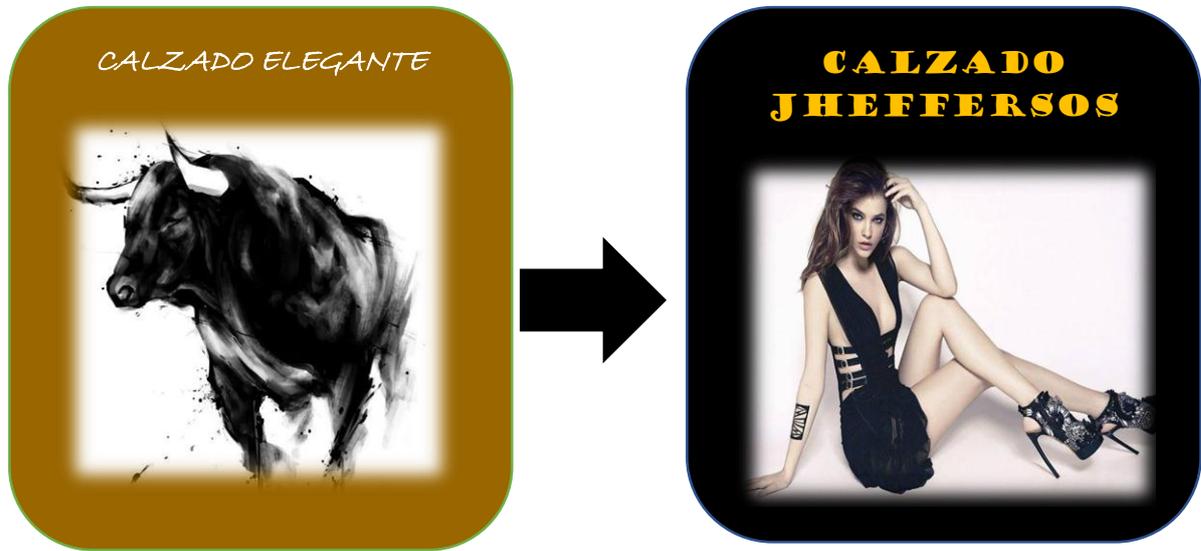
Indirecto.



Fuente: Pedro Garda (2009)

Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 13. Canal de Distribución Directo



Fuente: Empresa Calzado Elegante
Elaborado por: Tania Silva

2.5.3. Importancia

La Empresa de calzado Elegante distribuye sus productos directamente a la empresa de Calzado Jhefferson y cuenta con dos locales ubicados en el cantón Guano y un tercero ubicado en la ciudad de Riobamba, incrementando su producción diaria dependiendo de consumo del mercado.

2.5.4. Ventas

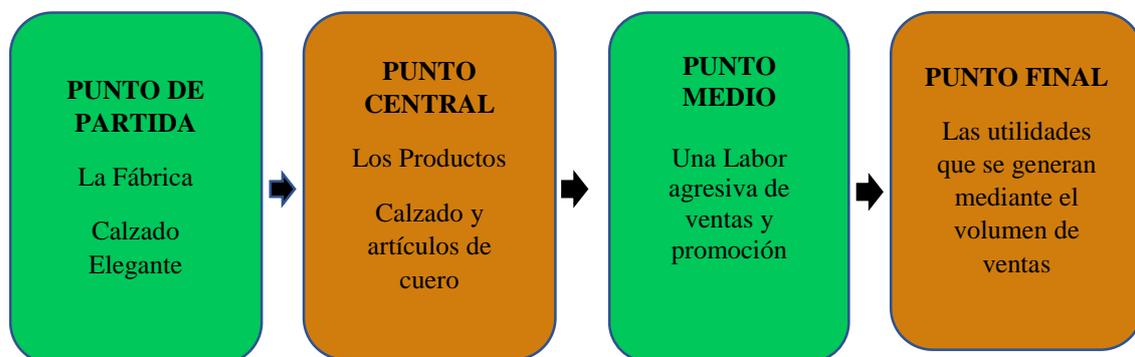
Para el autor (Kotler, 2005) define que, la venta es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea, aunque hace muchos años los profesionales del marketing y de la administración descubrieron que se deben atender las necesidades y deseos de los clientes potenciales, todavía en la actualidad muchas empresas siguen funcionando bajo el concepto de ventas sin siquiera saber muy bien su significado y con el gran riesgo que esto implica.

2.5.5. Características de las ventas

Calzado Elegante se caracteriza por atender de manera cortés y respetuosa siempre a sus clientes ya que se encuentra en constante competencia, con otras empresas de calzado es por esto que cuenta con diferentes características al momento de realizar su venta como:

- Los vendedores de la empresa de calzado Elegante ayudan a sus clientes a localizar el producto de su preferencia se concentran en ayudar y luego vender.
- Conoce donde se encuentra ubicada su competencia y como debe manejarse el su sector de venta.
- Ofrecer productos de calidad y de larga duración a precios convenientes con diseños y modelos actuales y originales.
- La empresa de Calzado Elegante entiende cuales son las necesidades y expectativas del cliente al momento de adquirir un producto de su empresa es por eso que se escucha y entiende las necesidades del mismo.
- Hace las preguntas correctas antes de reunirse con el cliente, para poder llevarle información preparada y así ganar tiempo en el proceso comercial.
- El servicio es rápido y ágil no se retrasa al cliente con productos que no necesita y se le recomienda de acuerdo a lo que se encuentra buscando.
- Fidelizar al cliente entregándole un producto de calidad al mejor precio y de larga duración.

Ilustración 14. Proceso de Venta de la Empresa de Calzado Elegante



Fuente: Kotler 2005

Elaborado por: Tania Silva

2.5.6. Volumen de ventas

Tabla 1. Volumen de Ventas (periodo 2015)

TRIMESTRE CALZADO	TRIMESTRE I	TRIMESTRE II	TRIMESTRE III	TRIMESTRE IV
CABALLERO	\$ 13.600,00	\$ 14.750,00	\$ 7.679,00	\$ 16.000,00
DAMA	\$ 7.800,00	\$ 10.350,00	\$ 14.980,00	\$ 12.660,00
NIÑO	\$ 2.100,00	\$ 5.900,00	\$ 3.900,00	\$ 2.750,00
TOTAL	\$ 23.500,00	\$ 31.000,00	\$ 26.559,00	\$ 31.410,00

Fuente: Empresa Calzado Elegante

Elaborado por: Tania Silva

Como podemos observar en la siguiente tabla los valores de ventas no son constantes existe fluctuaciones por cada trimestre al momento de realizar este análisis podemos determinar que en el volumen de ventas del primer trimestre al segundo trimestre existe un crecimiento de +31% y del segundo trimestre al tercer trimestre podemos observar que existe un decrecimiento de -14% y del tercer semestre al cuarto semestre existe un crecimiento de +18%.

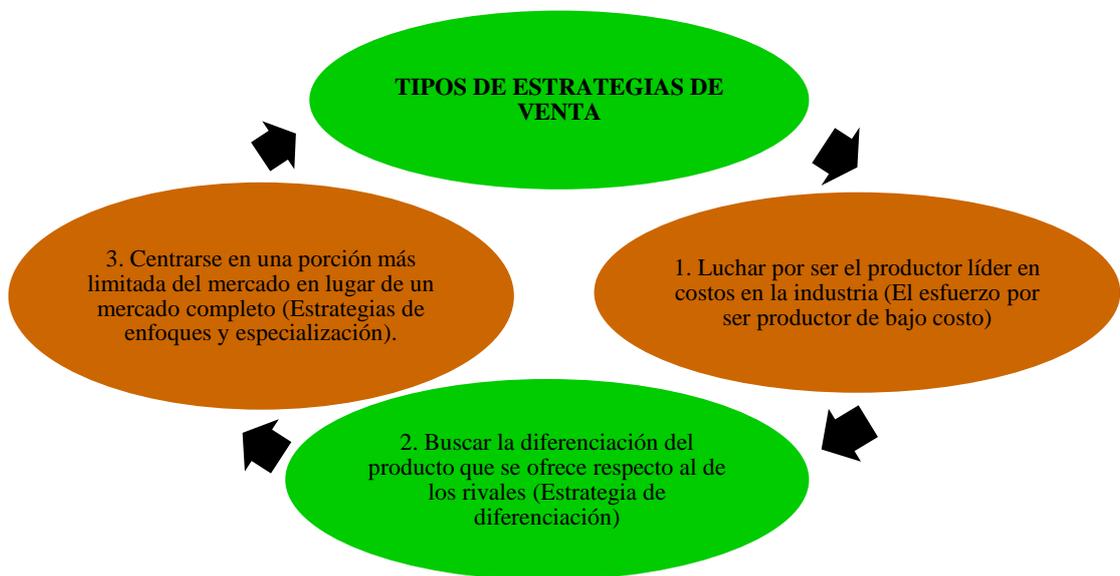
La empresa de calzado Elegante a comparación de los anteriores años sufre un decrecimiento en su segundo y tercer trimestre de un -14% un valor bajo a comparación se sus anteriores años mediante el análisis podemos observan que la empresa no cuenta con estrategias de ventas que permita a la misma distribuir sus productos de manera eficiente en el mercado su sistema de comercialización solo cuenta con dos canales de distribución disminuyendo así su volumen de ventas ya que no existe convenios con locales de calzado que adquieran el producto y lo distribuyan en mayor número.

Como podemos observar en la siguiente ilustración la fábrica, de calzado Elegante del Cantón Guano cuenta con su fábrica de elaboración de productos, estos son de gran calidad pero su ubicación no es conocida por la clientela ya que se encuentra a las afueras de la ciudad, es por eso que se debe implementar una campaña publicitaria y estrategias de ventas y promociones no solo dentro del cantón sino fuera del mismo dando a conocer cuáles son sus ofertas, para incrementar el volumen de ventas.

2.5.7. Estrategia de ventas

Según el autor (Cisneros, 2016) considera que, una compañía tiene ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes y defenderse contra las fuerzas competitivas. Existiendo muchas fuentes de ventajas competitivas: elaboración del producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos en los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia. La estrategia competitiva consiste en lo que está haciendo una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva. La estrategia de una compañía puede ser básicamente ofensiva o defensiva, cambiando de una posición a otra según las condiciones del mercado. En el mundo las compañías han tratado de seguir todos los enfoques concebibles para vencer a sus rivales y obtener una ventaja en el mercado.

Ilustración 15 Tipos de Estrategias de Ventas Calzado Elegante



Fuente: Cisneros 2016
Elaborado por: Tania Silva

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. MÉTODO

3.1.1. Método analítico sintético

Este método combina dos métodos científicos, por una parte, el método analítico parte de la división de un todo en muchas partes para estudiarlas por separado, mientras que el método sintético reúne un conjunto de conceptos para formular una solución global. Por lo tanto, se aplicó este método considerando que inicialmente debieron analizarse, por separado, las características administrativas de la empresa, para luego reunir los diferentes conceptos de gestión organizacional con estos resultados, para formular una solución al problema planteado, así como las conclusiones y recomendaciones del proceso investigativo.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por los objetivos que se pretende alcanzar en la presente investigación se caracteriza por ser descriptiva documental, ya que la información analizada se obtuvo de la empresa Calzado Elegante del cantón Guano.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1. Diseño no experimental

Mediante este método se observa tal y como se dan los fenómenos que afectan el sistema productivo y comercial la empresa de Calzado Elegante del Cantón Guano, con el propósito de analizarlos. En el diseño de la presente investigación es no experimental porque no se está manipulando variables.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

La población involucrada en la presente investigación está constituida por 10 colaboradores que conforman la Empresa de Calzado Elegante; tomándose como referencia según el detalle:

Tabla 2 Población

AREA	PERSONAL
Gerente	1
Contabilidad y ventas	3
Trabajadores	6
Total	10

Fuente: Empresa Calzado Elegante

Elaborado por: Tania Silva

3.4.2 Muestra

De acuerdo al número total de funcionarios, los cuales son muy importantes para el proceso de recolección de información, por lo tanto, no se calcula la muestra y se trabaja con toda la población.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

De acuerdo a la investigación se empleó técnicas como, encuestas las mismas que sirvió de apoyo para la investigación y desarrollo del proyecto.

3.5.1. Técnicas

Encuesta: mediante esta técnica permitirá recolectar información aplicando de forma directa a los trabajadores de la empresa Calzado Elegante, lo cual permitirá obtener resultados concretos para poder desarrollar esta investigación.

3.5.2. Instrumentos

Cuestionarios: Mediante la aplicación de cuestionarios recolectamos información en forma ágil y precisa, lo que nos permite identificar todos los aspectos internos que influyen en la producción de la empresa de Calzado Elegante.

3.5.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La información recolectada para el presente trabajo de investigación se las procesara a través de tablas, gráficos y cuadros estadísticos, que permitirán sintetizar la información recolectada, los mismos que serán tabulados en tablas dinámicas de Excel.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Encuesta realizada al personal que trabaja en la Empresa de calzado Elegante del cantón guano, provincia de Chimborazo.

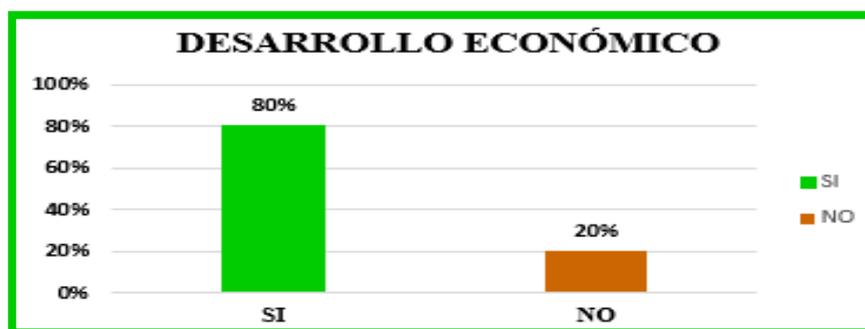
1. ¿Considera que la empresa calzado Elegante contribuye al desarrollo económico de la provincia de Chimborazo?

Tabla 3. Desarrollo Económico

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario de Encuesta
Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 16. Desarrollo Económico



Fuente: Tabla N° 3
Elaborado por: Tania Silva

Análisis e interpretación

Por medio de la información adquirida de las encuestas por medio de la investigación pudimos determinar que el 80% del personal que trabaja en la empresa, considera que contribuye al desarrollo económico de la provincia mientras que el 20% considera que la empresa no contribuye al desarrollo económico consideran que la empresa debería incrementar la producción.

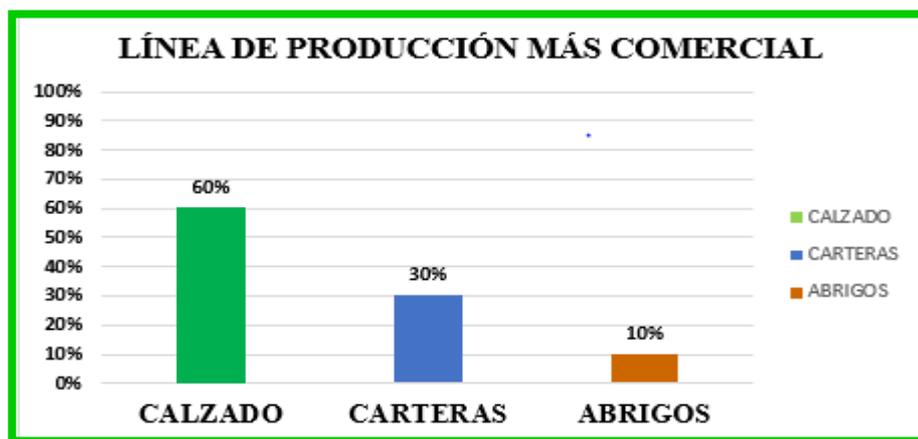
2. ¿Cuál de las siguientes líneas de producción son las más comercializadas en la empresa?

Tabla 4. Línea de producción más comercial

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
CALZADO	6	60%
CARTERAS	3	30%
ABRIGOS	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario de Encuesta
Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 17. Línea de producción más comercial



Fuente: Tabla N° 4
Elaborado por: Tania Silva

Análisis e interpretación

En base a la información recolectada en las encuestas podemos observar que la línea de producción más comercializada es el calzado con un 60% en segundo lugar tenemos las carteras con un 30% y en tercer lugar los abrigos con un 10% el calzado se destaca por su elaboración a base de cuero original sus precios y sus modelos y diseños convirtiendo al calzado en su producto estrella con mayores ingresos.

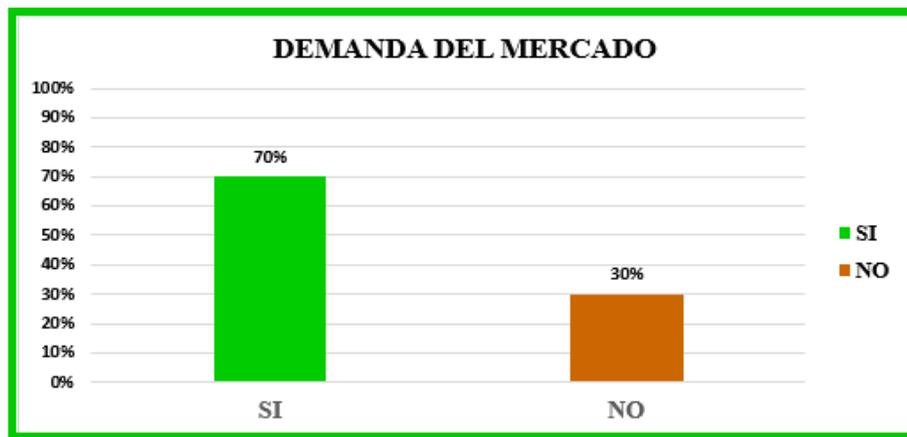
3. ¿La maquinaria utilizada en el proceso de producción de la empresa abastece la demanda del mercado competitivo actual?

Tabla 5. Demanda del Mercado

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	7	70%
NO	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario de Encuesta
Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 18 . Demanda del Mercado



Fuente: Tabla N° 5
Elaborado por: Tania Silva

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos en la pregunta 3 son altamente positivos ya que podemos observar que el personal abastece la demanda del mercado en un 70% satisfaciendo las necesidades, gustos y preferencias de los clientes mientras que el 30% dice que no satisface las necesidades del mercado ya que podría incrementar la producción acaparando gran parte del mercado implementando estrategias de venta que permita a la empresa ser competitiva.

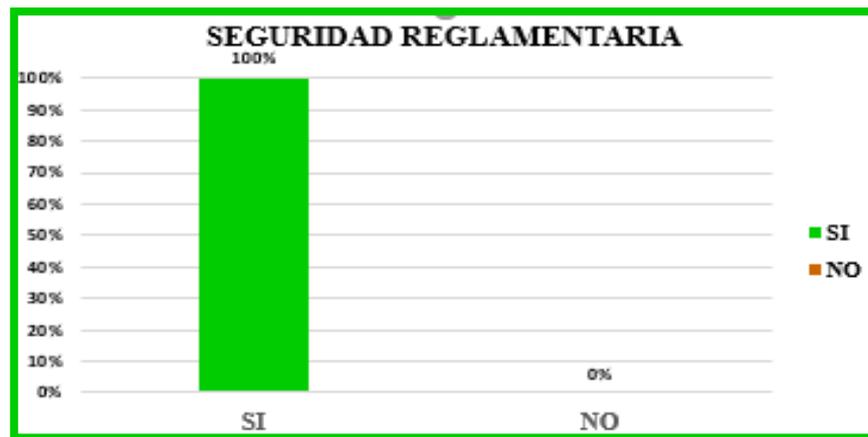
4. ¿La empresa cuenta con la seguridad reglamentaria para salvaguardar la integridad física del personal?

Tabla 6. Seguridad Reglamentaria

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario de Encuesta
Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 19. Seguridad Reglamentaria



Fuente: Tabla N° 6
Elaborado por: Tania Silva

Análisis e interpretación

Lo que respecta a los resultados obtenidos en la pregunta 4 son positivos ya que los encuestados que trabajan en la empresa de Calzado Elegante cuenta con herramientas para salvaguardar la seguridad de sus trabajadores convirtiendo a la empresa en un lugar seguro de trabajar al momento de manipular maquinaria y materia prima.

5. ¿Considera usted que los precios de los productos elaborados en esta empresa van acorde a su materia prima y durabilidad?

Tabla 7. Precios de los Productos

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario de Encuesta
Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 20. Precios de los Productos



Fuente: Tabla N° 7
Elaborado por: Tania Silva

Análisis e interpretación

Como podemos observar en la siguiente tabla los encuestados están de acuerdo con los precios de los productos elaborados en esta empresa, ya que afirman que los precios están acordes a la materia prima de calidad que se utiliza al momento de crear cualquier producto y al tiempo que requiere elaborar cualquier artículo de cuero.

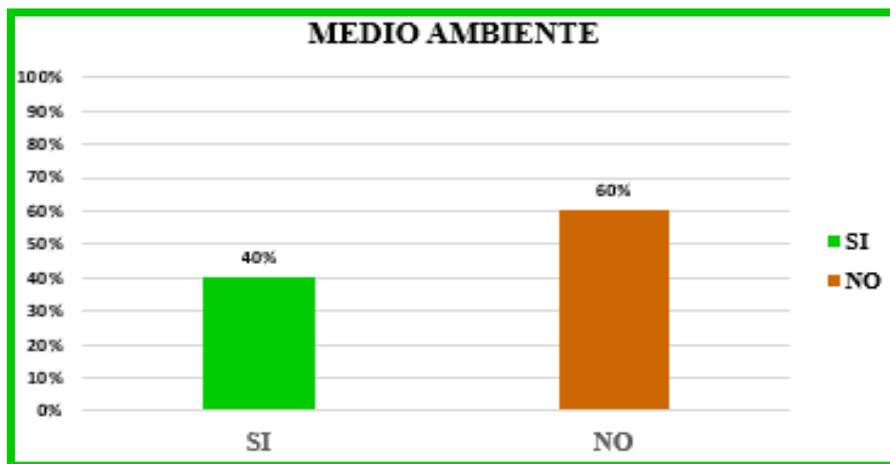
6. ¿Considera usted que la empresa de calzado Elegante es amigable con el medio ambiente?

Tabla 8. Medio Ambiente

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	4	40%
NO	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario de Encuesta
Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 21. Medio Ambiente



Fuente: Tabla N° 8
Elaborado por: Tania Silva

Análisis e interpretación

Los resultados obtenidos en la pregunta 6 son altamente negativos ya que la mayor parte de los encuestados manifiestan que la empresa no cuenta con maquinaria para tratar los residuos de la materia prima procesada y tampoco con plantas de purificación de agua el 60% del personal califica negativamente a este proceso de cuidar o salvaguardar a la naturaleza.

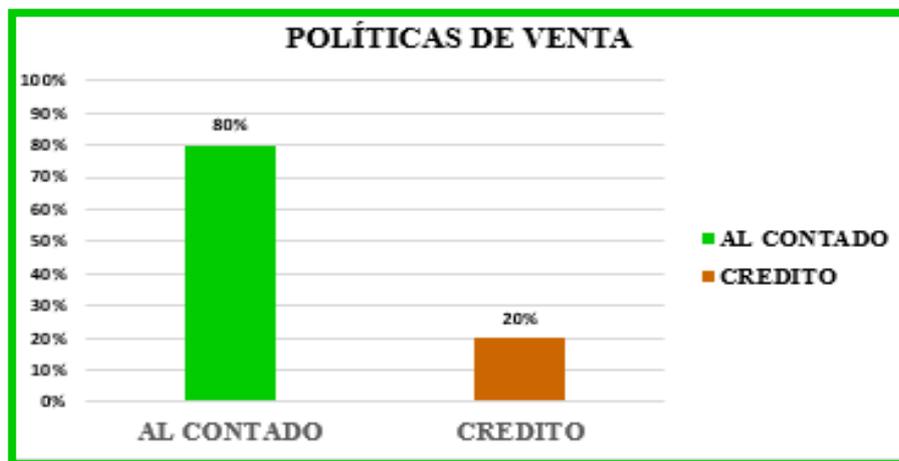
7. ¿Qué políticas de venta tiene la empresa de calzado Elegante?

Tabla 9. Políticas de Venta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
AL CONTADO	8	80%
CREDITO	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario de Encuesta
Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 22. Políticas de Venta



Fuente: Tabla N° 9
Elaborado por: Tania Silva

Análisis e interpretación

En su mayoría podemos observar que los encuestados con un porcentaje del 80% recomiendan a la empresa que la forma de pago por parte de los clientes sea al contado ya que con el dinero en efectivo se puede producir más y satisfacer las necesidades del mercado mientras que el 20% dice a crédito ya que la empresa obtendría más clientes, pero su pago sería retrasado, pero de igual forma obtendría más participación en el mercado.

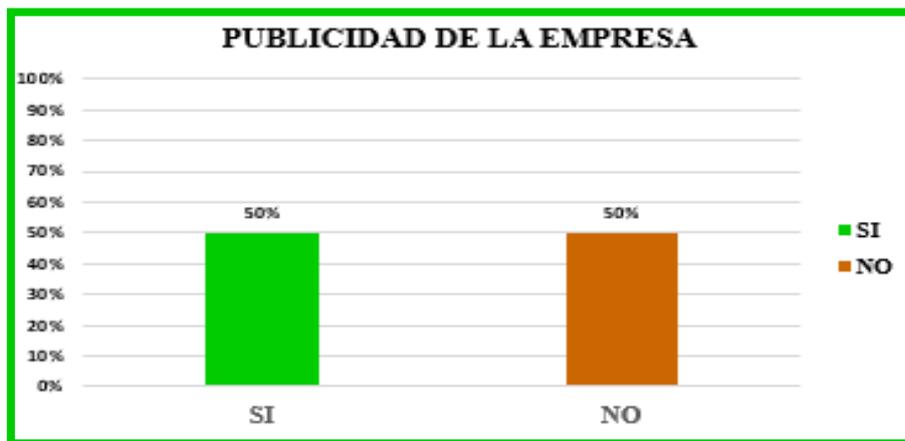
8. ¿Cree usted que la empresa calzado Elegante tiene la publicidad necesaria para competir en el mercado actual?

Tabla 10. Publicidad de la Empresa

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	5	50%
NO	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario de Encuesta
Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 23. Publicidad de la Empresa



Fuente: Tabla N° 10
Elaborado por: Tania Silva

Análisis e interpretación

La empresa debe adquirir mayor publicidad ya que los encuestados en un 50 % está de acuerdo con la publicidad mientras que el otro 50% dice existir falta de publicidad y propaganda para dar a conocer con mayor impacto los productos y servicios que ofrece esta empresa ya que hoy en día la publicidad y propaganda son elementos fundamentales para conocer a una empresa en el mercado ya que ayuda a comunicar a los clientes, que se encuentra a la venta, cuáles son sus ofertas y descuentos y sobre todo donde se encuentra ubicada mejorando la demanda por el servicio.

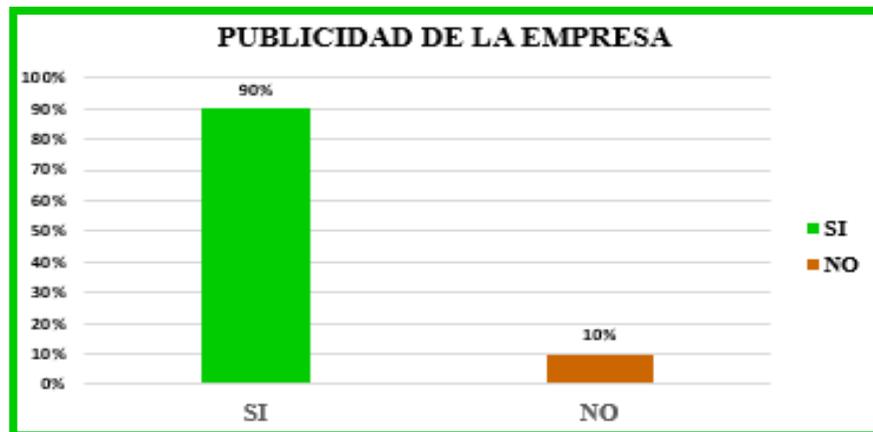
9. ¿La empresa lleva un control de inventarios y uso de la materia prima?

Tabla 11. Inventario de Materia Prima

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	9	90%
NO	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario de Encuesta
Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 24. Inventario Materia Prima



Fuente: Tabla N° 11
Elaborado por: Tania Silva

Análisis e interpretación

El 90% de encuestados manifiesta que existe un inventario de materiales eficiente ya que se conoce toda la materia prima que existe en bodega y que la empresa ahorra mucho material y no desperdicia producto es por eso que obtienen ingresos aceptables trimestralmente en venta y producción.

10. ¿Piensa usted que la empresa debería tener sucursales a nivel nacional para satisfacer la demanda de sus productos en el mercado?

Tabla 12. Demanda de Productos en el Mercado

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Cuestionario de Encuesta
Elaborado por: Tania Silva

Ilustración 25. Demanda de Productos en el Mercado



Fuente: Tabla N° 12
Elaborado por: Tania Silva

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados está de acuerdo con abrir sucursales en diferentes puntos del país ya que por el momento solo cuentan con un local para distribuir todos sus productos, es por eso que la empresa necesita un estudio de mercado que les permita ubicarse en puntos estratégicos que les permita obtener clientes y a su vez mayores ingresos económicos.

4.2. Contrastación de variables

Tabla 13. Contrastación de variables

SISTEMA PRODUCTIVO	SISTEMA COMERCIAL
Definir nuevos diseños de acuerdo a las necesidades del consumidor	Ampliar la presencia comercial dentro de la provincia implementando diseños nuevos de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor
Inversión de maquinaria	Permite a la empresa incrementar la producción de calzado reduciendo costos y tiempo, entregando un producto de calidad con acabados de primera.
Incremento de la producción mensual de calzado	Incrementando canales de distribución la empresa de calzado Elegante elevaría sus ventas y su producción mensual de calzado.

Elaborado por: Tania Silva

La Empresa de Calzado Elegante comercializa su calzado de forma directa a través de su establecimiento comercial, y también a través de intermediarios en su afán de crecer dentro y fuera de la provincia de Chimborazo, esto implica que su nivel de producción vaya en aumento ya que se tiene buena aceptación en el mercado específicamente los calzados para caballeros que se producen y se comercializan en mayor volumen, ya que existe alta demanda en la provincia.

Con el aumento de la demanda y comercialización dentro de la provincia de Chimborazo, la empresa debe considerar el actualizar su maquinaria y su tecnología que permitan satisfacer el aumento de la demanda dentro de la provincia, además de captar y fidelizar a clientes potenciales con una campaña publicitaria que permita a los clientes identificar a la empresa de su competencia existiendo mayores ventas y preferencia por el mismo.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- 1) El sistema de producción y comercialización incide medianamente en el volumen de ventas de la empresa calzado Elegante así se demuestra en el estudio realizado y se puede apreciar en el segundo y tercer trimestre un decrecimiento de -14% en las ventas anuales de la misma.

- 2) Mediante el trabajo de investigación se identificó el proceso de producción que se basa en un sistema tradicional o manual que no posibilita el producir cantidades que satisfacen las necesidades del cliente.

- 3) Se evaluaron los canales de distribución de la empresa de calzado Elegante del cantón Guano identificando que inciden en un 80% en la distribución y comercialización de sus productos y posicionamiento en el mercado.

- 4) Se identifica de acuerdo al nivel de ventas de la empresa de calzado Elegante del cantón Guano en el periodo 2015, que las ventas que se han realizado en cada mes están siendo inconstantes, por lo que al visualizar y analizarlos por trimestres, reflejan cambios drásticos en los niveles de ventas; lo que demuestra que al manejar las distintas actividades comerciales ya que cuenta con dos únicos canales de distribución que hacen que las ventas sean cambiantes e irregulares ya que no existe estrategias y convenios con locales comerciales de calzado que permita mantener niveles de ventas estables con proyecciones de crecimiento así evadiendo cambios bruscos en las ventas.

5.2. Recomendaciones

- 1) Se recomienda a la empresa de calzado Elegante, incrementar sus canales de distribución y de esta manera incrementara su volumen de ventas.
- 2) Se recomienda a la empresa de calzado Elegante, utilizar maquinaria actualizada que beneficien en el sistema de producción reduciendo tiempo y costos.
- 3) Se recomienda realizar actividades de socialización de los productos de la empresa mediante ferias y a través de medios digitales (redes sociales) que permitan incrementar el volumen de ventas de la empresa.
- 4) Se recomienda a la empresa de calzado Elegante realizar convenios con locales comerciales de calzado y realizar una gestión de ventas en el que permita visualizar todas las operaciones que se desarrollen en la organización, con el propósito de mantener un nivel de ventas constantes, sin poseer cambios bruscos en las ventas efectuadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarenga, J. O. (1990). *EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS*. Obtenido de EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7402/4/368.3-077d-CAPITULO%20II.pdf>
- Aquino, E. L. (13 de JUNIO de 2016). *EMPRENDICES*. Obtenido de EMPRENDICES: <https://www.emprendices.co/los-sistemas-produccion-una-empresa/>
- Armstrong, G. (30 de ABRIL de 2011). *Introducción del Marketing*. Madrid España: Pearson Educación S.A. Obtenido de UNIANDES: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/578/1/TUAEXCOMEGE018-2015.pdf>
- Blomer, B. V. (2013). *GESTIÓN COMERCIAL, SIMULACIÓN EMPRESARIAL*. Obtenido de GESTIÓN COMERCIAL, SIMULACIÓN EMPRESARIAL: <https://books.google.com.ec/books?isbn=8497329988>
- Bocanegra, G. D. (2003). *DIDÁCTICA Y APLICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES*. MEXICO: INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PÚBLICOS.
- Braun, A. S. (2015). *Investigación sobre la naturaleza y las causas de las riquezas de la Naciones*. Escocia: epublibre.
- Cisneros, L. A. (15 de MARZO de 2016). *Introducción a la Ingeniería Empresarial. Manual Autoformativo*. Obtenido de Introducción a la Ingeniería Empresarial. Manual Autoformativo: http://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/continental/2188/1/DO_FIN_114_MAI_UC0515_20162.pdf
- Cobo, L. A. (MARZO de 2014). *ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES* . Obtenido de ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES : <https://www.eaprogramas.es/empresa-familiar/que-es-la-fidelizacion-de-clientes-y-por-que-es-importante>
- Etzel, M. J. (12 de Agosto de 2006). *Marketing*. Obtenido de promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/venta/concepto-de-venta.html>
- Garda, P. (2009). *MARKETING Y GRAN CONSUMO*.
- Gómez, M. (26 de Abril de 2010). *CICAG, VOLUMEN 7*. Obtenido de CICAG, VOLUMEN 7: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewArticle/366/869>
- González y Paz. (2012). *El Sistema de Producción y Operaciones*. Buenos Aires, Argentina: nulan.

- Gonzales, J. (23 de Noviembre de 2017). Empresa de Calzado Elegante. (T. Silva, Entrevistador)
- Gonzales, J. (18 de Octubre de 2017). *Empresa de Calzado Elegante*. Guano: Calzado Elegante.
- Gonzales, J. (18 de Octubre de 2017). Información interna de la empresa de Calzado Elegante. (T. Silva, Entrevistador) Guano-Ecuador: G,J.
- González, Y. C., & Hernández, L. (13 de Junio de 2016). *emprendices.com*. Obtenido de emprendices.com: <https://www.emprendices.co/los-sistemas-produccion-una-empresa/>
- Hernandez, L. A. (2011). *Repository.javeriana*. Obtenido de Repository.javeriana: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9492/tesis587.pdf;jsessionid=BCDDA74B6D7ADC5DFDD139F365DB6161?sequence=1>
- Kotler, P. (1988). *FUNDAMENTOS DEL MARKETING*.
- Kotler, P. (2000). *Principios de Mercadotecnia*. Barcelona España: Mexico Grupo Planeta. Obtenido de celce.galeon: <http://celce.galeon.com/apuntespdf/comerc1.pdf>
- Kotler, P. (2005). Obtenido de <http://www.pymerang.com/ventas-y-servicio/ventas/195-el-concepto-de-venta>
- Kotler, P. (Agosto de 2005). <https://www.promonegocios.net/venta/concepto-de-venta.html>. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/venta/concepto-de-venta.html>: <https://www.promonegocios.net/venta/concepto-de-venta.html>
- Luis Muñoz, s. d. (20 de Julio de 2013). *Ecuadorinmediato*. Obtenido de Ecuadorinmediato: http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=wap_news_view&id=201298
- McCarthy, J. (2005). *EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN*. Obtenido de EL PROCESO DE COMERCIALIZACION: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7402/4/368.3-O77d-CAPITULO%20II.pdf>
- McGraw, H. (13 de JUNIO de 1997). *Administración de operaciones*. Obtenido de EMPRENDICES: <https://www.emprendices.co/los-sistemas-produccion-una-empresa/>
- Merino, J. S. (30 de 01 de 2012). *Investigación de Mercado I*. Obtenido de Investigación de Mercado I: http://eprints.ucm.es/11230/1/La_Investigaci%C3%B3n_de_Mercados_en_la_Empresa.pdf
- Muñiz, R. (2017). *CFE.Marketing XXI*. Obtenido de CFE.Marketing XXI: <http://www.marketing-xxi.com/fase-de-crecimiento-39.htm>
- Muther Hudson, R. (1996). *Distribución del planeta*.

- Paz. (2012). *El Sistema de Produccion y Operaciones*. Buenos Aires, Argentina: http://nulan.mdp.edu.ar/1606/1/01_sistema_de_produccion.pdf.
- Pinilla, F. (19 de SEPTIEMBRE de 2008). *CEO - Proyecto empresarial MARKETING PRODUCCIÓN Y COSTES DE PRODUCCIÓN CUARTA PARTE* . Obtenido de CEO - Proyecto empresarial MARKETING PRODUCCIÓN Y COSTES DE PRODUCCIÓN CUARTA PARTE : <http://www.mailxmail.com/curso-marketing-produccion-costes/marketing-definicion-objetivos-produccion>
- Restrepo, G. (11 de Octubre de 2007). *Estrategias de Ventas*. Obtenido de Estrategias de Ventas: <http://7cidcaanproduccion.blogspot.com/2007/10/estrategia-de-ventas.html>
- Salvador, M. (2010). *EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL SISTEMA COMERCIAL*.
- Stanton, W. R. (2002). *Ventas:conceptos,planificación y estrategias*. Santafé de Bogotá, Colombia: McGrawHill.
- Stefan, T. (2017). *La Voz De Houston* . Obtenido de La Voz De Houston : <https://pyme.lavoztx.com/definicin-de-volumen-de-ventas-10570.html>
- Thompson, I. (24 de Enero de 2010). *Promonegocios*. Obtenido de Promonegocios: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-de-ventas.html>
- Tirado Monferren , D. (2013). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*.
- Ugarde. (19 de 01 de 2012). *Dirección de Mercadotecnia*. Obtenido de www.mercadeo.com: <https://www.gestiopolis.com/marketing-comercializacion-orientacion-mercado-definicion-tendencias-principales/>
- Valhondo, J. B. (15 de DICIEMBRE de 2008). *CÁTEDRA NISSAN* . Obtenido de CÁTEDRA NISSAN: <http://www.nissanchair.com/docencia/SAP%20sistema%20productivos%20Introduccion%2008%20web.pdf>
- Villavicencio, L. (22 de Septiembre de 2016). <http://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-calzado-pisa-fuerte-pais.html>. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-calzado-pisa-fuerte-pais.html>
- Vinueza, A. (22 de Octubre de 2012). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/produccion-de-calzado-camina-paso.html>
- Zinath, G. J. (30 de NOVIEMBRE de 2011). *TEORÍA DE LA EMPRESA PRODUCCIÓN*. Obtenido de TEORÍA DE LA EMPRESA PRODUCCIÓN: <https://gabyisis.files.wordpress.com/2011/12/teorc3ada-de-la-empresa-produccic3b3n-cuestionario.docx>.

6. ANEXOS

6.1 MODELO DE ENCUESTA



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTOS DE GRADUACIÓN TÉCNICAS DE RECOPIACION DE
INFORMACIÓN**

ENCUESTA

Encuesta dirigida a los empleados de la Empresa de Calzado Elegante, del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

OBJETIVO:

Recolectar información relevante que nos permita conocer el desempeño y satisfacción laboral por parte de los empleados de la empresa.

INSTRUCCIONES:

Marque con una x la respuesta correcta según usted considere

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

Contestar y analizar cada una de las preguntas con la mayor responsabilidad y sobre todo con honestidad.

Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Género.....

Edad.....

3. **¿Considera que la empresa calzado Elegante contribuye al desarrollo económico de la provincia de Chimborazo?**

SI ()

NO ()

2. ¿Cuál de las siguientes líneas de producción son las más comercializadas en la empresa?

Calzado ()

Carteras ()

Abrigos ()

3. ¿La maquinaria utilizada en el proceso de producción de la empresa abastece la demanda del mercado competitivo actual?

SI ()

NO ()

4. ¿La empresa cuenta con la seguridad reglamentaria para salvaguardar la integridad física del personal?

SI ()

NO ()

Porque.....
.....

5. ¿Considera usted que los precios de los productos elaborados en esta empresa van acorde a su materia prima y durabilidad?

SI ()

NO ()

Porque.....
.....

6. ¿Considera usted que la empresa de calzado Elegante es amigable con el medio ambiente?

SI ()

NO ()

Porque.....
.....

7. ¿Qué políticas de venta tiene la empresa de calzado Elegante?

Al contado _____ crédito _____

8. ¿Cree usted que la empresa calzado Elegante tiene la publicidad necesaria para competir en el mercado actual?

SI ()

NO ()

Porque.....
.....

9. ¿La empresa lleva un control de inventarios y uso de la materia prima?

SI ()

NO ()

Porqué.....
.....

10. ¿Piensa usted que la empresa debería tener sucursales a nivel nacional para satisfacer la demanda de sus productos en el mercado?

SI ()

NO ()

Porqué.....
.....

Gracias por su colaboración