



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

TÍTULO:

**“MODELO CANVAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA IMPROCALZA DE LA CIUDAD DE AMBATO, PERÍODO 2018”**

Autora:

ALEXANDRA LEONOR PUNINA ASAZ

TUTOR:

MGS. JHONNY MAURICIO CORONEL SÁNCHEZ

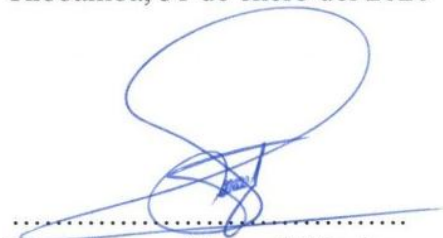
AÑO

2020

INFORME DEL TUTOR

Yo, Jhonny Coronel, en calidad de tutor y luego de haber revisado el desarrollo del Proyecto de Investigación elaborada por la Srta. Alexandra Leonor Punina Asaz, tengo a bien informar que el trabajo, “MODELO CANVAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA IMPROCALZA DE LA CIUDAD DE AMBATO, PERÍODO 2018”, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluado por el Tribunal designado.

Riobamba, 31 de enero del 2020

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large loop at the top and several smaller loops and strokes below, crossing a horizontal dotted line.

Mgs. Jhonny Coronel Sánchez
TUTOR

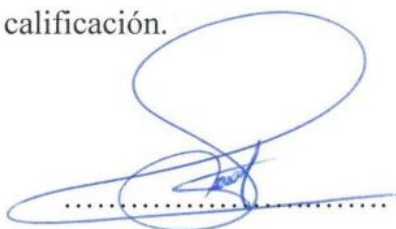
CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO



Proyecto de investigación titulado: “MODELO CANVAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA IMPROCALZA DE LA CIUDAD DE AMBATO, PERÍODO 2018”, presentado por la Srta. Alexandra Leonor Punina Asaz y dirigida por el Mgs. Jhonny Mauricio Coronel Sánchez.

Los suscritos miembros del Tribunal de grado, luego de receptor la sustentación hemos determinado la siguiente calificación.

Mgs. Jhonny Coronel
Tutor


.....
Firma


..... 9.80

Msc. Jhony Zavala
Miembro de Tribunal 1


.....
Firma

..... 10.

Msc. Iván Arias
Miembro de Tribunal 2


.....
Firma

..... 10

Calificación..... 9,93 (Sobre 10)

DERECHOS DE AUTOR

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Investigación, nos corresponde a: Alexandra Leonor Punina Asaz y Mgs. Jhonny Coronel Sánchez, y el patrimonio intelectual de las misma a la Universidad Nacional de Chimborazo”



.....
Alexandra Leonor Punina Asaz
C.I 180473976-9

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la vida, por darme sabiduría y fuerza para superar los obstáculos que se presentaron en el camino y sobre todo por permitirme cumplir una etapa más en mi vida.

A mis madres María Asaz y Celida Punina por ser ejemplo de superación y ser el pilar fundamental en mi vida, por siempre saber guiarme por el camino correcto, ser mi inspiración y motivación para lograr esta meta.

A mí querido padre y hermanas que han sido un motor muy importante en mi vida, quienes han demostrado que con esfuerzo y dedicación todo se puede lograr.

Al amor de mi vida quien ha estado en las buenas y malas, por estar a mi lado para acompañarme, apoyarme y cuidarme, darme sus palabras de aliento aun en mis peores momentos y enseñarme que la vida hay que saber aprovecharla.

A la Universidad Nacional de Chimborazo quien me abrió las puertas del templo del saber para adquirir conocimientos y superación profesional, de la misma manera a los docentes quienes conforman la carrera de Contabilidad y Auditoría.

Al Mgs. Jhonny Coronel, como mi tutor asignado por su tiempo, dedicación y conocimientos supo guiarme para la culminación de mi proyecto de investigación.

Finalmente, pero no menos importante a la empresa IMPROCALZA y quienes forman parte de ella, por abrirme sus puertas y brindarme su apoyo en el desarrollo de mi proyecto.

Alexandra Leonor Punina Asaz

DEDICATORIA

A mi Dios porque ha llenado mi vida de bendiciones.

A mi hermano Jaime, quien desde el cielo supo guiarme y darme fuerza para cumplir el sueño que tanto anhelábamos los dos.

A mis madres, quienes son un ejemplo de lucha constante, gracias por brindarme su cariño, sus consejos y sus palabras de aliento cuando más lo necesité, gracias por dedicarse a mí durante todos estos años, este triunfo es de ustedes.

A mi padre y hermanas quienes estuvieron en cada etapa de mi vida, gracias por todos sus esfuerzos y confianza para llegar a culminar mi etapa universitaria.

Y a una persona muy especial e importante que ya forma parte de mi vida, por estar conmigo, por su cariño, comprensión, paciencia y apoyo incondicional.

Gracias por todo

Alexandra Leonor Punina Asaz

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
INFORME DEL TUTOR	II
CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO	III
DERECHOS DE AUTOR	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	XI
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIII
INTRODUCCIÒN	1
CAPÍTULO I	2
1. MARCO REFERENCIAL	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 OBJETIVO	3
1.3.1 Objetivo General	3
1.3.2 Objetivo Específico	4
1.4 HIPÓTESIS	4
CAPÍTULO II	5
2. MARCO TEÒRICO	5
2.1 ESTADO DEL ARTE	5
2.2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	6
2.2.1 Antecedentes	6

2.2.2 Misión.....	6
2.2.3 Visión	7
2.2.4 Estructura Organizacional	7
2.2.5 Descripción del producto que ofrece	7
2.3 MODELO DE NEGOCIO CANVAS	8
2.3.1 Proceso	8
2.4 RENTABILIDAD	13
2.4.1 Rentabilidad económica	14
2.5 INCIDENCIA.....	14
CAPÍTULO III	16
3. MARCO METODOLÓGICO	16
3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	16
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	16
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
3.4. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
3.5. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	17
3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA	17
3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS	17
3.7.1 Determinación de la técnica de recogida de información	18
3.7.1.1 Observación.....	18
3.7.1.2 Entrevista.....	18
3.7.1.3 Encuesta.....	18
3.7.2 Determinación de los instrumentos de recogida de información	18
3.7.2.1 Ficha de observación	18
3.7.2.2 Guía de entrevista	18
3.7.2.3 Guía de encuesta.....	18

3.8 TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTOS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	18
CAPÍTULO IV	19
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
4.1 RESULTADO DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN	19
4.2 RESULTADO DE LA ENTREVISTA	20
4.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	21
4.4 PROCESO	22
4.4.1 Propuestas de valor.....	23
4.4.2 Segmentos de clientes.....	23
4.4.3 Canales	24
4.4.4 Relaciones con clientes.....	24
4.4.5 Fuentes de ingreso	25
4.4.6 Recursos clave	25
4.4.7 Actividades clave.....	26
4.4.8 Socios clave	26
4.4.9 Estructura de costes	27
CAPÍTULO V	32
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	32
5.1 CONCLUSIONES.....	32
5.2 RECOMENDACIONES	33
6. BIBLIOGRAFÍA.....	34
7. ANEXOS	35
.....	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población Empresa	17
Tabla 2. Modelo Canvas Empresa IMPROCALZA.....	22
Tabla 3. Utilidad del par de guantes	29
Tabla 4. Ventas anuales de dinero año 2018	30
Tabla 5. Ventas anuales productos 2018	30
Tabla 6. Ventas anuales año 2018	30
Tabla 7. Personal suficiente empresarial	40
Tabla 8. Factores	41
Tabla 9. Medios de comunicación	42
Tabla 10. Canales de distribución	43
Tabla 11. Relación con el cliente	44
Tabla 12. Rentabilidad.....	45
Tabla 13. Recursos	46
Tabla 14. Procesos.....	47
Tabla 15. Asociación entre empresas	48
Tabla 16. Fuente de egresos	49
Tabla 17. Clientes IMPROCALZA	57
Tabla 18. Plan de Acción de Marketing Digital	58
Tabla 19. Socios IMPROCALZA	59
Tabla 20. Proceso Troquelado	59
Tabla 21. Proceso Aparado.....	59
Tabla 22. Virado y Despite.....	60
Tabla 23. Empacado o Amarrado	60
Tabla 24. Mano de Obra	60
Tabla 25. Costos Indirectos de Fabricación	61
Tabla 26. Costo de Producción.....	61

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Organigrama de la empresa IMPROCALZA	7
Ilustración 2. Esquema de modelo CANVAS	8
Ilustración 3. Propuesta de valor	9
Ilustración 4. Segmentación de clientes	9
Ilustración 5. Canales	10
Ilustración 6. Relación con clientes.....	10
Ilustración 7. Fuentes de ingreso	11
Ilustración 8. Recursos clave	11
Ilustración 9. Actividades clave	12
Ilustración 10. Socios clave.....	13
Ilustración 11. Estructura de costes	13
Ilustración 12. Segmentos	40
Ilustración 13. Factores	41
Ilustración 14. Medios de comunicación.....	42
Ilustración 15. Canales de distribución	43
Ilustración 16. Relación con el cliente	44
Ilustración 17. Rentabilidad.....	45
Ilustración 18. Recursos	46
Ilustración 19. Procesos.....	47
Ilustración 20. Asociación entre empresas	48
Ilustración 21. Fuente de egresos	49

RESUMEN

El presente trabajo de investigación con el tema “MODELO CANVAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA IMPROCALZA DE LA CIUDAD DE AMBATO, PERÍODO 2018”, se realizó con el objetivo de desarrollar un Modelo Canvas y determinar la incidencia en la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA. El trabajo investigativo está compuesto por: CAPÍTULO I: se desarrolla el Marco Referencial, el mismo que comprende el planteamiento del problema y su justificación, el objetivo general, los objetivos específicos y la hipótesis de la investigación. CAPÍTULO II: se establece el Marco Teórico, en el cual se desarrolla el estado del arte, las generalidades de la empresa IMPROCALZA, definiciones relacionadas con la investigación como es modelo canvas, rentabilidad e incidencia. CAPÍTULO III: el Marco Metodológico el mismo que establece el método, tipo, diseño, enfoque, nivel de la investigación, así como también técnicas e instrumentos que se utilizó en la investigación con el propósito de obtener información necesaria de la empresa. CAPÍTULO IV: se mostrará los resultados del desarrollo del Modelo Canvas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa. CAPÍTULO V: finaliza con las conclusiones y recomendaciones obtenidas como resultado de la ejecución del trabajo de investigación.

Palabras claves: Modelo, negocio Canvas, rentabilidad, fidelizar, clientes, ventas.

Abstract

The present research with the topic “CANVAS MODEL” AND ITS IMPACT IN THE PROFITABILITY OF “IMPROCALZA” COMPANY IN AMBATO CITY, PERIOD 2018, was carried out with the objective of developing a Canvas Model and determining the impact on the profitability of the IMPROCALZA company. This research work is consisting of: CHAPTER I: the Reference Framework is developed, which includes the approach of the problem and its justification, general objective, specific objectives and the research hypothesis. CHAPTER II: The Theoretical Framework is established, in which the state of the art is developed, the generalities of IMPROCALZA company, definitions related to research such as canvas, profitability and incidence. CHAPTER III: the Methodological Framework which establishes the method, type, design, approach, level of research, as well as techniques and instruments that were used in the investigation in order to obtain necessary information from the company. CHAPTER IV: the results of the development of the Canvas Model and its impact on the profitability of the company will be shown. CHAPTER V: it ends with the conclusions and recommendations obtained as a result of the execution of the research work.

Keywords: Model, Canvas business, Profitability, Loyalty, Customers, Sales.



Reviewed by Enrique Guambo Yerovi.

Linguistic Competence Teacher.



INTRODUCCIÓN

El objetivo principal del Modelo de Negocio Canvas consiste en conocer si el negocio va a ser rentable, por medio de nueve pasos, resulta interesante debido a que es una herramienta administrativa que sirve para iniciar un nuevo negocio o un producto dentro del mismo, en la presente investigación se toma en cuenta una línea de producto industrial, para lo cual se requiere de una estructura muy bien detallada y de un plan de acción, con el cual se logre proyectar de manera eficiente hacia dónde se pretende dirigir el potencial de este aspecto que radica en la confección de guantes de carnaza industrial, el propósito de este proyecto de inversión es promover la productividad en este caso en el sector de la producción de una línea de producto industrial para contribuir al desarrollo económico de la empresa.

Además, se debe resaltar los beneficios que el Modelo de negocio Canvas, que permitirá conocer cuáles son las acciones que les corresponde llevar a cabo, con esto se espera llegar a la preferencia de compra de este producto por los clientes, por medio de la ampliación de la oferta hacia el mercado industrial; la demanda de estos productos esta insatisfecha, por lo que se espera que por medio de la confección de esta nueva línea que será abastecida por medio de la presente propuesta de negocio y se basa en cuatro áreas principales que son: producto, perspectiva del cliente, gestión de la infraestructura, aspectos financieros.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa IMPROCALZA, ubicada en la ciudad de Ambato, parroquia Picaihua, calle Pitágoras S/N, con número de RUC 1804964102001, es una empresa dedicada a la fabricación de guantes industriales, inicio sus actividades en el mes de Noviembre del año 2015, los productos se distribuye en la ciudad de Ambato, con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes.

Dentro de la empresa IMPROCALZA, existe algunos problemas como; la ausencia de innovación de nuevos productos, la falta de maquinaria nueva y con tecnología de punta para mejorar la producción, los altos costos de mantenimiento de la maquinaria, y una retracción en la demanda de sus productos, estos son los que generan bajos ingresos afectando así la rentabilidad económica.

A nivel del sector industrial dedicado a la fabricación de guantes de carnaza se observa que existe competitividad, y la empresa IMPROCALZA no tiene un buen posicionamiento de mercado, porque debe ofertar productos nuevos y de calidad para de esta manera aumentar su rentabilidad.

La empresa IMPROCALZA, se encuentra afectada en los últimos años debido a la disminución de la rentabilidad, porque no existe un modelo de negocio idóneo como el Canvas, el cual ayude de manera inmediata al incremento de la rentabilidad y la creación de un nuevo producto o mejora del mismo que será lanzado al mercado para satisfacer la preferencia de las personas de la ciudad de Ambato.

La necesidad de ofertar productos de buena calidad e incrementar la rentabilidad y la correcta toma de decisiones es un pilar fundamental en toda empresa, debido a que ayuda a desempeñarse de mejor manera y llegar a ser grande en el mercado, esta

investigación ayudó a determinar las falencias sobre la baja rentabilidad que se presenta en la empresa y de esta manera plasmar todos los conocimientos adquiridos en los años de estudio que podrá servir como referencia para resolver inquietudes de problemas similares en otras empresas.

La investigación responde a la siguiente pregunta: ¿En qué medida la ausencia de la aplicación del modelo Canvas incide en la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA la ciudad de Ambato, período 2018?

1.2 JUSTIFICACIÓN

La finalidad del presente estudio de investigación, fue el desarrollo del Modelo Canvas en la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, periodo 2018; con el propósito de mejorar la rentabilidad en la misma.

Es de gran importancia ampliar los aspectos más relevantes del Modelo Canvas dentro de la empresa, puesto que de esta manera se ayudó a producir de mejor manera el guante de carnaza para la satisfacción y comodidad en los clientes.

Es original, porque propone la fabricación y comercialización de un nuevo producto, mismo que ayudó a mejorar la rentabilidad económica y financiera de la empresa y va a posesionarse como una de las mejores empresas en el mercado industrial.

Es un proyecto viable de ejecutar porque se cuenta con los recursos necesarios tanto económicos, tecnológicos y humanos, así como también tiene la aprobación de los propietarios de la empresa para poder realizar el estudio correspondiente.

1.3 OBJETIVO

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar un modelo Canvas como estrategia para mejorar la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, período 2018.

1.3.2 Objetivo Específico

- Evaluar los factores que han influido en la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA en el aspecto socio económico.
- Fundamentar teóricamente el modelo Canvas, la incidencia y la rentabilidad.
- Diseñar el modelo Canvas de la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, período 2018.

1.4 HIPÓTESIS

El modelo Canvas incidirá en la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, período 2018.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ESTADO DEL ARTE

Una vez realizada la revisión bibliográfica y documental, artículos científicos, relacionado con el tema de investigación se encontró lo siguiente:

Según Sally Arzapalo y Shirley Paliza en su tema de investigación: Modelo de negocio y su impacto en la rentabilidad de la unidad de negocios de resguardo y administración de archivos caso: Empresa Polysistemas 2016, concluyen que se atenta contra los resultados finales de la rentabilidad de la unidad de negocios de resguardo y administración de archivos de Polysistemas, es la gestión ineficiente del modelo de negocio implementado. En este contexto el análisis de los resultados estadísticos y la data histórica han demostrado que existe una correlación positiva muy fuerte entre el modelo de negocio y la rentabilidad, es decir que ambas variables tienen una relación directa. En consecuencia, se afirma que la gestión ineficiente de las variables que están en función del modelo de negocio implementado, impacta de manera significativa en los resultados de la rentabilidad.

Según José Calderón en su tema de tesis: “Plan de negocios, mediante la aplicación de la metodología de Canvas, para proponer la creación de un centro de eventos y banquetes "D` lago", en la parroquia Nueva Loja”, concluye que rigurosamente se detalló cada paso establecido, donde sinérgicamente se relacionan entre sí, guardando cuatro ejes fundamentales ¿qué vas hacer?, ¿a quién vamos a ofrecer?, ¿cómo lo vamos hacer? y ¿Con que recurso contamos? La aplicación para el modelo de negocio propuesto con esta metodología, tiene una relación directa con el cliente.

Según Carlos Carvajal en su tema de tesis: Implementación de la metodología CANVAS en el desarrollo de la pequeña industria de la ciudad de Quito – Provincia de Pichincha, concluye que la metodología CANVAS, comprende gran cantidad de herramientas diseñadas para mejorar la gestión en empresas grandes, medianas o

pequeñas sin importar el sector empresarial, para implementar esta metodología es necesario contar con la apertura, conocimientos y recursos suficientes; por tanto, su implementación requiere que la administración realice esfuerzos adicionales a la gestión normal de sus empresas, por lo tanto, se puede asegurar que si bien el modelo aporta grandes beneficios a las empresas, su aplicación no es fácil y menos aún para las pequeñas industrias de la ciudad de Quito dada la cantidad de recursos y esfuerzos necesarios para su correcto funcionamiento.

En base a lo mencionado por los autores concuerdan cuán importante es desarrollar el Modelo Canvas en una empresa, debido a que ayuda a tener una mejor idea sobre los beneficios de implementar un producto o servicio u optimizar la calidad del mismo.

2.2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

2.2.1 Antecedentes

La empresa IMPROCALZA, dedicada a la fabricación y comercialización de guantes industriales, en varios modelos como son: guante simple, guante mixto, guante de operador, guante reforzado y el guante de carnaza, la empresa inicio sus actividades en el mes de Noviembre del 2015, se encuentra en la provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato.

En la actualidad la empresa no solo ofrece guantes industriales de carnaza y diferentes modelos sino también de dedica a la fabricación de delantales, ropa impermeable, con el fin de dar un crecimiento a su empresa y satisfacer a sus clientes del sector industrial. Teniendo como objetivo colocarse en el mercado como una de las principales comercializadoras industriales a nivel local y nacional.

2.2.2 Misión

“Ser una empresa eficiente que fundamenta su desarrollo en diseños innovadores, para poder brindar un producto de calidad en el menor tiempo, utilizando las mejores

materias primas, mano de obra calificada y tecnología de punta, para satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes”.

2.2.3 Visión

“Ser una empresa líder, competitiva y reconocida en la ciudad de Ambato y en la zona centro del país, organizando todos sus procesos con el objetivo de prestar el mejor servicio y calidad de nuestros productos, desarrollando así plenamente la capacidad de nuestro talento humano y contribuyendo de esa manera al desarrollo económico de la ciudad, provincia y del país”.

2.2.4 Estructura Organizacional

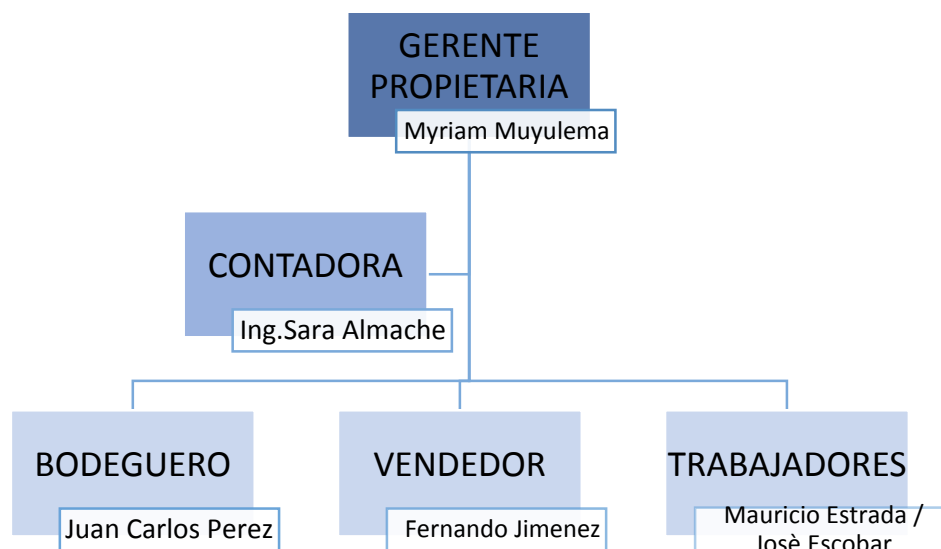


Ilustración 1. Organigrama de la empresa IMPROCALZA

Fuente: Empresa IMPROCALZA

2.2.5 Descripción del producto que ofrece

La empresa quiere satisfacer las exigencias del cliente, mediante la elaboración de nuevos productos, como el guante industrial de carnaza, el cual es un producto altamente reforzado para las personas dedicadas a realizar trabajos duros o peligrosos,

de esta manera se pretende posicionar a la empresa en otro mercado distinto y así lograr mayor presencia con su producto enfocado en la calidad, diseño, creatividad e industria ecuatoriana; además, se analizará mediante el Modelo Canvas el funcionamiento de la empresa y como se visiona a futuro con este nuevo reto.

2.3 MODELO DE NEGOCIO CANVAS

El Modelo de Negocio de Canvas, utilizando la herramienta “Business Model Canvas” en la propuesta del trabajo de investigación, se basó en los autores Alexander Osterwalder e Yves Pigneur (2010), en la actualidad la importancia de la elaboración de un del modelo de negocio Canvas radica en conocer cuál será el destino de la empresa y como confluye con los intereses de sus clientes, con el fin de dar posibles soluciones y alcanzar las metas y objetivos planteados, por medio de los siguientes pasos del Modelo Canvas: Propuestas de valor, segmentos de clientes, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave, estructura de costes.

2.3.1 Proceso

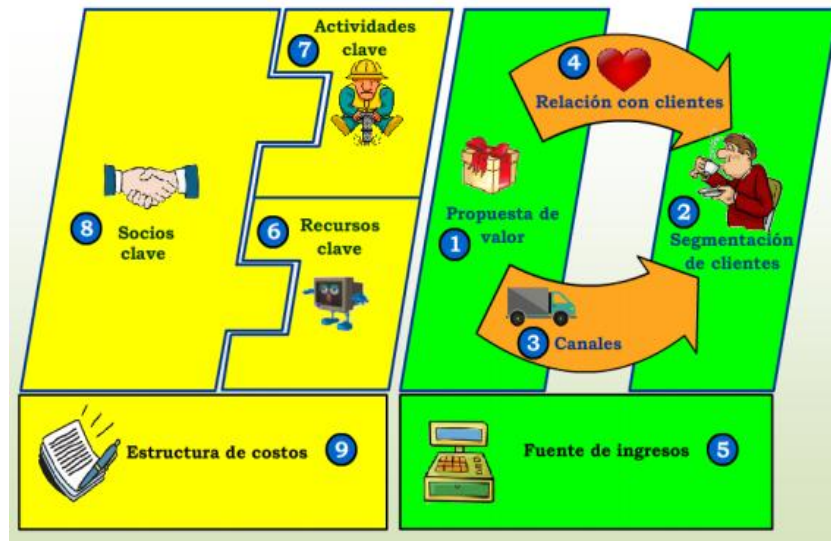


Ilustración 2. Esquema de modelo CANVAS

Fuente:<http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>

Propuestas de valor

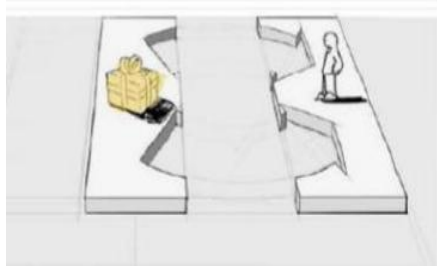


Ilustración 3. Propuesta de valor
Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Es la manera de ganarse a un cliente potencial, para una mejor tipificación de la propuesta de valor, (Osterwalder & Pigneur, 2010), menciona que se debe guiar sobre la base de una serie de preguntas tales como:

- ¿Qué valor aporta a los clientes?
- ¿Cuál es el problema que se ayuda a resolver?
- ¿Cuál es la necesidad que se va a satisfacer?
- ¿Qué paquetes de servicios se ofrece a cada segmento de clientes?

Segmentos de clientes



Ilustración 4. Segmentación de clientes
Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Los clientes son el centro clave de cualquier modelo de negocio, debido a que ninguna empresa puede mantenerse durante mucho tiempo si no tiene clientes, y es posible incrementar la satisfacción de los mismos agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes. (Petruska, 2016)

Canales

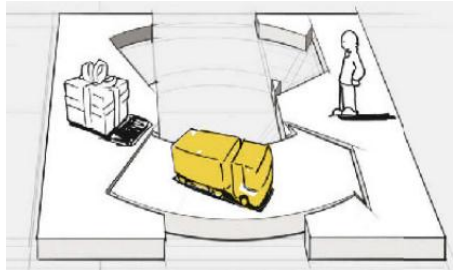


Ilustración 5. Canales

Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

(Kotler, 2012) “Desplaza bienes y servicios de los productores a los consumidores y excluye las brechas importantes de tiempo, lugar y posesión que separan los bienes y servicios de quienes lo usaran. Los miembros del canal de marketing desempeñan muchas funciones”.

Relaciones con clientes

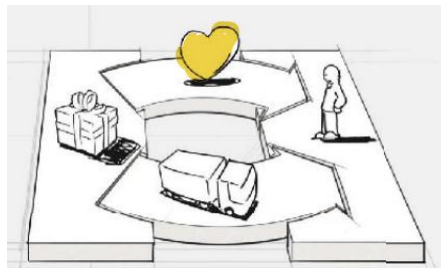


Ilustración 6. Relación con clientes

Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

El trato con los clientes es la forma inteligente de realizar negocios, el adecuado y cordial trato, fideliza a los clientes y debe estar basadas en los siguientes puntos: buscar nuevos clientes, fidelizar a los clientes, dominio de ventas. Por el bajo número de clientes con el que cuenta la empresa, permite crear relaciones personificadas con los clientes. No obstante se gestionan relaciones a través de numerosos medios aprovechando principalmente las TIC's (Tecnología de la Información y Comunicación) para facilitar la interacción. (Ferreira, 2015)

La estrategia de gestión de relaciones es el acompañamiento permanente y las asistencias personificadas, para mantener la confianza de los clientes. El tipo de

relaciones es conservar vínculos con la empresa y las asistencias que acompañan a la propuesta de valor, dado que les permite contar con un acompañamiento experto para la toma de decisiones acerca del nuevo producto, ajustado a la comodidad del cliente.

Fuentes de ingreso

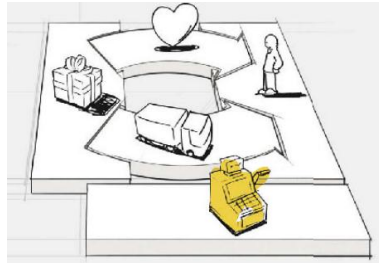


Ilustración 7. Fuentes de ingreso

Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

La fuente de ingreso generalmente de una empresa es por la venta de un bien o servicio, que se realiza su pago en efectivo, cheques personales, tarjeta de crédito o transferencia, es decir se tiene varias formas de pago. (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Recursos clave

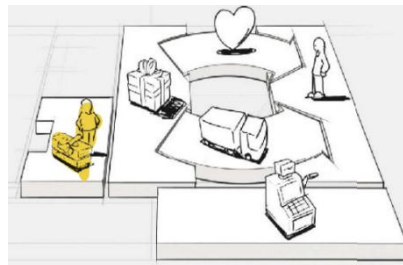


Ilustración 8. Recursos clave

Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Para una mejor identificación de los recursos clave, (Osterwalder & Pigneur, 2010), menciona que se debe guiar sobre la base de una serie de preguntas tales como:

- **¿Qué recursos clave requieren nuestra propuesta de valor?**

La propuesta de valor requiere un talento humano con conocimientos amplios en los procesos elaboración y diseño de productos de acuerdo a las especificaciones de los

clientes. En el mismo sentido hacen parte de los recursos claves, materias primas, puntos de ventas, la fábrica, la maquinaria y herramientas necesarias para la elaboración del producto, incluso recursos adquiridos o alquilados de un aliado.

- **¿Y nuestros canales?**

Otro de los aspectos necesarios es desarrollar el marketing digital en donde los compradores puedan realizar sus compras de manera fácil y oportuna.

- **¿Y nuestras relaciones con los clientes?**

Para que la empresa mantenga a sus clientes se necesita un personal idóneo y con un perfil adecuado y competente para asesorar en términos de calidad y bienestar a los clientes.

Actividades clave

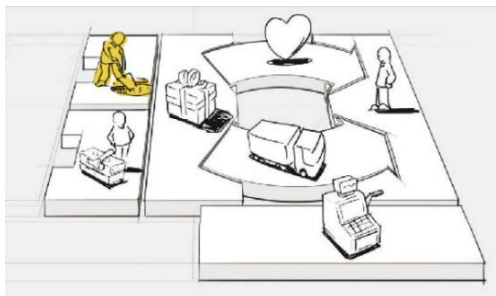


Ilustración 9. Actividades clave

Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Debe tener un buen stock de productos, tomando en cuenta el tiempo en el que se produce. Las principales actividades claves son las siguientes:

- Canal de distribución.
- Alianzas estratégicas.
- Plan de acción del marketing digital. (Prim, 2019)

Socios clave

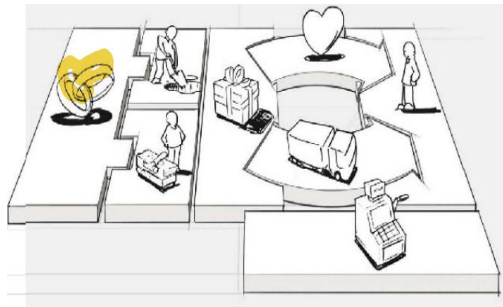


Ilustración 10. Socios clave

Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

La empresa tiene varios socios claves como son sus proveedores: con los cuales se conserva relaciones comerciales desde varios años atrás y sea pagado a tiempo los créditos directos que sean obtenidos, para que sus pedidos se ejecuten de acuerdo a lo programado. (Jerez, 2014)

Estructura de costes

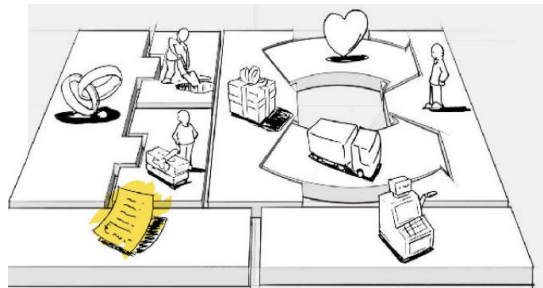


Ilustración 11. Estructura de costes

Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Para estructurar bien los costos es necesario saber exactamente cuáles son los ingresos y egresos de la empresa, es por eso que se necesita que el área de contabilidad se maneje de una manera competente, para que por medio de los informes se pueda tomar decisiones. (Sánchez & Arellano, 2017)

2.4 RENTABILIDAD

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos

resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a poster. (Sánchez, 2002)

2.4.1 Rentabilidad económica

La rentabilidad económica es también conocida por ROI, acrónimo del inglés Return on Investment. Es la relación entre el beneficio bruto, es decir, beneficio antes de intereses e impuestos (BAII), y el activo total. Permite saber cuál es la capacidad de generar resultados positivos de los todos los activos y recursos de empresa, sin tener en cuenta como han sido su financiación. Cuanto mayor sea el ratio de rentabilidad económica, mejor se está aprovechando la inversión realizada. (Iasesoría, 2019)

$$\text{ROI} = (\text{beneficio obtenido} - \text{inversión}) / \text{inversión}$$

2.5 INCIDENCIA

Puede referirse a un hecho que acontece mientras está ocurriendo un negocio u otra situación, relacionada con ello. Asimismo, en una segunda acepción, la idea de incidencia equivale a la influencia de algo sobre un asunto determinado. Examinar la incidencia que proporciona mayor información sobre lo que está sucediendo.

Fórmula: la incidencia equivale a los nuevos casos divididos entre la población total. (EUPATI, 2007)

Ambato la población en 2019 sería: 177 073. (Population City, 2019)

$$\text{INCIDENCIA} = \frac{\text{Nuevos casos}}{\text{Población}}$$

Indicadores

Promociones en un tiempo limitado.

$$I = \frac{\text{\#de promociones realizados}}{\text{\# de promociones planificadas}}$$

Publicidad por medio del marketing digital.

$$I = \frac{\text{\#de publicidad entregada}}{\text{\# total de publicidad realizada}}$$

Incrementar las ventas en un porcentaje máximo.

$$I = \frac{\text{\%de ventas incrementas}}{\text{\% de ventas planificadas}}$$

Difundir la oferta, mediante la creación del plan de acción de marketing digital.

$$I = \frac{\text{\#de seguidores alcanzados}}{\text{\# seguidores planteados}}$$

Según (Molina, 2019) manifiesta que en el momento que tengas una idea innovadora, un negocio en marcha o que hayas entrado en una empresa familiar, el Canvas del modelo de negocio ayudará a reorientar el camino y a reflexionar sobre el propósito último de la empresa, entre otros aspectos clave, el Modelo de Negocios Canvas incide en la rentabilidad porque en el momento de contar cómo se va a generar negocio con los clientes, cuál es nuestra propuesta de valor, cómo se va a llegar a ellos, cómo se relaciona, en resumen, definiremos los 9 bloques del modelo de negocio que ya hemos trabajado.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Deductivo. - Porque se parte del estudio de un problema como es la falta de rentabilidad en la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, como forma esencial de razonamiento, la deducción es uno de los principales métodos de razonamiento o conclusión y un método de investigación imprescindible.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Documental o Bibliográficos. - Permitió realizar la investigación, en base a fuentes secundarias por medio de documentos permitiendo el desarrollo del Tema.

3.2.2 Campo. - Porque la investigación se realizó en el lugar de hechos, es decir en la empresa IMPROCALZA y con las personas que intervienen en la investigación.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 No experimental. - Debido a que son eventos que se dieron en la realidad sin manipulación o intervención del investigador, se trabajó con este diseño, debido a que la rentabilidad fue analizada en las diferentes situaciones de un modelo Canvas en los cuales van afectar a la empresa IMPROCALZA.

3.4. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

3.4.1 Cuantitativo. - Tiene un enfoque cuantitativo porque se utilizó las hojas de cálculo matemáticas en Excel utilizando técnicas de recolección de datos con sus respectivos porcentajes.

3.4.2 Cualitativo. - Tiene un enfoque cualitativo debido a que se detalló las características del modelo Canvas y de la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, período 2018.

3.5. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.5.1 Investigación descriptiva

Según (Cazau, 2006) determina que el “estudio descriptivo selecciona una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas”, estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, es decir del modelo Canvas y de la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, período 2018.

3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.6.1 Determinación de la población

Tabla 1. Población Empresa

Población	Número
Propietaria	1
Contadora	1
Vendedores	2
Trabajadores	6
Total	10

Fuente: Empresa IMPROCALZA
Elaborado: Alexandra Punina

Dentro del presente trabajo de investigación se ha determinado el total de la población, tomando en cuenta que la empresa IMPROCALZA está compuesta por su Propietaria y 9 Colaboradores, por lo tanto, se determinó una población total de 10 individuos, en la cual no se determinará ninguna muestra y se trabajó con la totalidad del personal.

3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

3.7.1 Determinación de la técnica de recogida de información

3.7.1.1 Observación. - Se realizó visitas a la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, para realizar una constatación visual de todos procesos.

3.7.1.2 Entrevista. - Se lo efectuó de manera directa a la propietaria de la empresa IMPROCALZA para obtener información de la situación actual de la misma, obteniendo toda la información necesaria y posible para la investigación.

3.7.1.3 Encuesta. - En la presente investigación se desarrolló una encuesta al personal involucrado dentro de la empresa IMPROCALZA por medio de una serie de preguntas.

3.7.2 Determinación de los instrumentos de recogida de información

3.7.2.1 Ficha de observación. - La guía de observación que se realizó en la empresa IMPROCALZA, ayudó a recolectar información de los hechos sucedidos en la empresa, lo cual permitió procesar la información y conocer la situación de la empresa.

3.7.2.2 Guía de entrevista. - La guía de entrevista se aplicó a la propietaria de la empresa IMPROCALZA para plantear los problemas que se están presentados en la empresa y dar solución.

3.7.2.3 Guía de encuesta. - La guía de encuesta contiene una lista de preguntas que se relacionan a seguir referencias y datos de la variable independiente y la variable dependiente de la empresa IMPROCALZA.

3.8 TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTOS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

Las técnicas que se utilizaron para el procedimiento e interpretación de datos al momento de realizar la investigación en la empresa IMPROCALZA fueron mediante interpretación de ilustraciones y por medio del análisis de cuadros y tablas.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADO DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN

La Ficha de Observación que se aplicó a la empresa IMPROCALZA, con la finalidad de conocer la situación actual de la misma, dando énfasis a la fabricación y comercialización del guante de carnaza. (Ver Anexo 1)

La ficha de observación es el primer paso para conocer la situación de la empresa IMPROCALZA, en la realización del proyecto de investigación y la correcta aplicación del Modelo de Negocios Canvas, se pudo observar que cuenta con recursos básicos para sustentar los gastos de la empresa y generar pocas utilidades, también su infraestructura y áreas de trabajo para cada personal no son aptas para fabricar el guante de carnaza y se debe tomar en cuenta que el área de bodega no es tan amplia motivo por el cual no se puede almacenar muchos guantes.

En el proceso de fabricación del producto cabe recalcar que existe personal sin una capacitación idónea para realizar cierto trabajo, además cuenta con materia prima de buena calidad y la maquinaria necesaria para cumplir con una capacidad mínima de productos, así como también la comercialización es de forma reducida generando pocos recursos económicos.

La ficha de observación ayudó al desarrollo de la investigación y a enfocarnos en los aspectos más importantes de la empresa para llegar al objetivo que es incrementar la rentabilidad empresarial mediante el diseño del Modelo Canvas y sus nueve puntos en los que se desarrollaron la propuesta de valor, sus canales, sus socios, recursos y actividades claves, su segmento y relación con clientes, así como la fuente de ingresos e estructura de costos.

4.2 RESULTADO DE LA ENTREVISTA

La entrevista se aplicó a la propietaria de la empresa IMPROCALZA, para identificar el grado de conocimiento que tiene acerca de su empresa y conocer la factibilidad de la aplicación del Modelo Canvas y su incidencia en la rentabilidad empresarial.

(Ver Anexo 2)

En la entrevista a la propietaria de la empresa se logró obtener mayor información para el desarrollo del Modelo Canvas, en la cual se tomó aspectos más relevantes de las falencias en la producción y comercialización, menciona que para la elaboración del producto se utiliza materia prima de buena calidad, dispone de maquinaria inadecuada y personal insuficiente, además se propone diseñar un plan de acción de marketing digital ya que la empresa no tiene buenos canales de comunicación, para generar mayor rentabilidad económica.

Cabe recalcar que, así como la empresa se propone en generar ingresos debe tomar en cuenta sus gastos en compra de materia prima, insumos, sueldo a personal, compra o reparación de maquinaria ya que estos son aspectos que llevan a disminuir rentabilidad en la empresa, así como también la empresa cuenta con pocas alianzas estratégicas las cuales no generan mayores recursos a la empresa IMPROCALZA.

Con la entrevista realizada a la propietaria de la empresa IMPROCALZA, se recopiló información pertinente para conocer sobre las falencias que existen dentro y fuera de ella para dar posibles soluciones a los mismos, así como también existen aspectos positivos que ayudaron a la empresa a tener satisfacción y fidelización por parte de sus clientes, con la información obtenida se va a realizar la investigación y aplicación del Modelo Canvas en la empresa para mejorar o incrementar su rentabilidad.

4.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

En los resultados de las encuestas realizadas en función al modelo Canvas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, período 2018, se ha realizado una encuesta al personal involucrado dentro de la empresa por medio de una serie de preguntas, cuyos resultados se presentan a continuación: (Ver Anexo 3, 4)

Para fortalecer la investigación se realizó una encuesta a todos los colaboradores de la empresa, partiendo de una serie de preguntas relacionadas a la empresa y su rentabilidad, para mejorar sus ventas se propone realizar un plan de acción de marketing digital que se enfoca en tener mejor comunicación entre empresa y cliente, haciendo uso de las redes sociales, llamadas telefónicas, asistencia personalizada para que se dé a conocer el producto, además se propone mejorar los canales de distribución de manera directa, rápida y efectiva y así mantener la fidelidad del cliente generando mayores ventas.

La empresa IMPROCALZA para la fabricación del guante de carnaza considera que se mejorará la rentabilidad haciendo una mejora en el producto, el costo y el precio, de la misma manera en la venta rápida o comercialización con cobros inmediatos darán apertura a la fidelización del cliente. Tomando en cuenta los ingresos que tiene la empresa debe existir un control en sus gastos de materia prima, insumos, maquinaria, personal involucrado para de esta manera lograr mejores recursos económicos.

Para el proceso de fabricación del guante de carnaza, la empresa cuenta con los recursos claves que ayudaran a mejorar la rentabilidad, tomando en cuenta los gastos que se efectúan dentro de la misma en tanto para poder ofertar el producto, pero para mejorar esto se deben proponer mejorar las alianzas estratégicas y lograr los objetivos empresariales.

4.4 PROCESO

Tabla 2. Modelo Canvas Empresa IMPROCALZA

<p>8.Socios Clave</p> <p>La empresa cuenta con socios claves estratégicos para la obtención de su maquinaria, insumos materia prima; entre los socios más importantes; Anderquin, Unichem, Aníbal Salazar y Comercial Diana quienes nos proveen de recursos para cada uno de los procesos del Guante de Carnaza.</p>	<p>7.Actividades Clave</p> <p>La principal actividad que la empresa debe realizar es un plan de acción de marketing digital para tener una mejor comunicación entre la empresa y el cliente, así como la innovación en los productos, promociones que alienten al cliente a comprar mayor cantidad de productos y generen recursos económicos a la empresa.</p>	<p>1.Propuesta de Valor</p> <p>La empresa oferta el Guante de Carnaza para una mayor comodidad del cliente y satisfacción del sector industrial, prestando un excelente servicio de asesoría y servicio postventa, con la finalidad de mejorar la rentabilidad económica.</p>	<p>4.Relación con Clientes</p> <p>La relación empresa – cliente que se establece es el acompañamiento permanente y las asistencias personalizadas siendo la principal estrategia para mantener la confianza de los clientes y lograr comercializar los productos para lograr mayor rentabilidad.</p>	<p>2.Segmentación de Clientes</p> <p>Dentro de la empresa IMPROCALZA se crea valor para los clientes y usuarios, siendo nuestros clientes más importantes: Tonicomsa S.A, Inecpro Cía. Ltda., Inpromex, Disproseg S.A, Megaprofer S.A, Ferretería Espinoza S.A y Ferritalia Cía. Ltda y como usuarios tenemos a los consumidores finales quienes hacen uso del producto.</p>
<p>9.Estructura de Costos</p> <p>En el diseño del Modelo Canvas en la empresa IMPROCALZA se emplean los costos más altos en la adquisición de materia prima, maquinaria, pago de trabajadores ya que se pretende ofertar un producto de buena calidad, así como también en las actividades que se realizan para llegar a más clientes promocionando el producto y de esta manera satisfacer las necesidades del cliente en el sector industrial.</p>		<p>5.Fuente de Ingresos</p> <p>Los clientes pagan por la compra del Guante de Carnaza que es un producto elaborado con materia prima de alta calidad para satisfacción del consumidor final, al realizar la adquisición se opta por un pago de contado o crédito dependiendo de la cantidad de producto que se adquiere, IMPROCALZA podría generar ingresos facilitando a que sus clientes cancelen a crédito, pero en un tiempo estipulado por la empresa.</p>		

4.4.1 Propuestas de valor

La propuesta de valor en la empresa IMPROCALZA es el producto a ofertarse el cual sería el Guante de Carnaza, que es muy utilizable para trabajos de alto riesgo, que requiere de un guante de alta calidad, duradero, reforzado que proteja la mano de quien lo utilice, lo que le da al usuario la protección necesaria en su trabajo y le permitirá hacer un buen uso del mismo, por otro lado la empresa IMPROCALZA presta un excelente servicio de asesoría y servicio postventa, para mejorar la rentabilidad económica, además se ofrece paquetes de servicios a cada segmento de clientes del guante de carnaza, por lo cual se propone que la propuesta de valor sea cuantitativa de acuerdo a su (precio, rapidez en la fabricación y comercialización del producto) o cualitativos (diseño, desempeño, experiencia del cliente).

Fabricación y especificación de guantes de carnaza

Debe adaptarse a las necesidades de los trabajadores en la industria, basados en la calidad del guante, ajustados a las expectativas del cliente, destacando la comodidad y durabilidad con un precio acorde a la calidad. Su propuesta de valor se enfoca en la venta de guantes de carnaza para los trabajadores de la industria y de esta manera apoya la producción del país.

4.4.2 Segmentos de clientes

Cabe resaltar que en este punto se tiene una división, primero son los clientes y segundo son los usuarios:

Clientes. - son las personas que en realidad pagan a la empresa por el producto ofertado, siendo las empresas fabricantes y comercializadoras de productos industriales, que cuentan con una amplia experiencia en el sector de la industria.

Usuario. - son las personas que en fin van a utilizar los guantes de carnaza siendo así los consumidores finales, lo utilizan mujeres, pero en su mayoría hombres que se encuentran entre los 18 años en adelante, no menor de edad ya que ellos aún no

realizan trabajos peligrosos en los que requieran de un guante de carnaza que está calificado para ese tipo de trabajo.

Los clientes que tiene la empresa IMPROCALZA son las empresas que se dedican a la venta de accesorios industriales a nivel local. (Ver Anexo 8)

4.4.3 Canales

Dentro del Modelo Canvas de la empresa IMPROCALZA se plantean dos canales; canal de distribución (mayorista y venta directa) y canal de comunicación:

Canal de distribución mayorista.- se realiza a través de empresas con experiencia y conocimientos en la comercialización de los productos de la industria, este canal es el encargado de incluir este producto en el sector industrial y de tener contacto directo con las empresas de fabricación y comercialización, la empresa IMPROCALZA ha identificado dos empresas que podrían trabajar como comercializadoras de guantes de carnaza, localizadas en la misma ciudad Moyolsa y Strong que se encuentran en el sector industrial.

Canal de distribución de venta directa. - son los clientes que tienen los recursos necesarios para adquirir este producto sin necesidad de una empresa comercializadora, pueden acercarse directamente y adquirir los productos.

Canal de comunicación. - la mejor manera para llegar a los clientes son los métodos innovadores y el uso de las redes sociales como son Facebook, Youtube, Página web y la utilización de Whatsapp. Por lo cual se debe realizar una reestructuración de sus canales de comunicación e innovación en los canales de distribución para tener una mejor relación con los clientes y lograr la fidelización.

4.4.4 Relaciones con clientes

La relación con los clientes se basa en la rapidez que se tiene para atender a los clientes; es decir, las relaciones con los clientes en parte, son el acompañamiento

permanente y las asistencias personalizadas siendo así la principal estrategia para mantener la fidelidad de los clientes. El tipo de relaciones con los clientes para mantener vínculos con la empresa son las asistencias que cortejan a la propuesta de valor, dado que les permite contar con un acompañamiento experto para la toma de decisiones acerca del nuevo producto hecho con carnaza, ajustado a la comodidad del cliente, además la comercialización del producto a ofertarse, se fundamenta en la compra, el pago respectivo y la transportación. La relación es rápida y directa ya que se cuenta con clientes en la localidad, por otra parte, la disponibilidad de tiempo de entrega, la correcta asesoría del producto y del pago, permite a los consumidores finales gozar del producto adecuadamente.

4.4.5 Fuentes de ingreso

La fuente principal de ingreso de la empresa IMPROCALZA es la venta de guantes industriales de carnaza; las ventas se realizan por medio de los canales de distribución mayorista, por medio del canal directo y mediante canales de comunicación.

El precio de venta es un aspecto relevante en las fuentes de ingresos ya que se debe tener en cuenta los costos y gastos de la empresa y un margen de ganancia para la empresa, el cual permita a la empresa crecer y seguir generando desarrollos empresariales. No obstante, el margen no puede ser muy amplio, teniendo en cuenta que la empresa tiene como meta vender un producto que el sector industrial lo acepte y que adicionalmente sea competitivo con los productos que actualmente se comercializan en el sector de la industria, lo cual va a favorecer a la empresa IMPROCALZA a futuro posesionarse en el mercado como una de las mejores empresas ofertantes de productos industriales.

4.4.6 Recursos clave

Los recursos claves son los que permiten a la empresa IMPROCALZA realizar actividades necesarias para entregar la propuesta de valor y establecer relaciones con segmentos, dentro de los recursos más importantes de la empresa se encuentran los siguientes:

Físicos. - en esta se incluyen los elementos físicos para la fabricación del producto como las instalaciones, edificios, vehículos, maquinaria, sistemas, herramientas y redes de distribución, las cuales garanticen la calidad del producto.

Humanos. - es el recurso más importante de la empresa ya que aporta de esfuerzo físico y conocimientos en el área, los colaboradores de la empresa son considerados el activo más importante de la misma.

Económicos. - es importante que la empresa cuente con dinero en efectivo o líneas de crédito para fortalecer su empresa.

4.4.7 Actividades clave

Con la finalidad de que la empresa progrese y siempre sea primera en temas de tecnología, una de las actividades que se plantea para lograr sus objetivos: es el desarrollo de un plan de acción del marketing digital, así también enfocarse en mejorar sus canales y reforzar sus alianzas estratégicas. (Ver Anexo 9)

Así como la innovación es fundamental se pretende también abarcar mercado y vender el producto; es decir, trabajar para que todas las personas conozcan el guante de carnaza: los clientes quienes realizan sus pedidos para satisfacer una necesidad, el usuario o consumidor final que utilizan el guante y cualquier persona quien puede pasar la voz y dar a conocer los beneficios del producto.

Con el análisis de las actividades clave, las empresas gestionan una infinidad de acciones, estas pueden ser complejas o relativamente sencillas, en este sentido, la empresa tendrá que analizar cada una de las actividades que se realizan en el proceso de fabricación y comercialización desde la más pequeña hasta la más compleja en orden cronológico, esto permitirá levantamiento de procesos.

4.4.8 Socios clave

Dentro de la empresa IMPROCALZA se pretende valorar tres socios clave, con la finalidad de llegar a satisfacer las necesidades del consumidor final:

Operación de fabricación. - dentro de los procesos de fabricación del guante de carnaza, es necesario hacer uso de un socio clave para la elaboración del mismo de manera que se utilice maquinarias de terceros o su recurso clave como es el recurso humano y material ya que cuentan con más experiencia en dicha labor y oferta materia prima de buena calidad.

Operación de ventas o comercialización. - la empresa pondrá en marcha todo el esfuerzo en la fabricación del guante de carnaza y su aliado o socio clave se encargará de la distribución, venta y cobro para obtener resultados de satisfacción del consumidor y fidelidad con el socio.

Operación financiera. - la empresa debe contar con una alianza estratégica que cuente con los recursos necesarios sean físicos, intelectuales, humanos, materiales o económicos para llevar a la empresa a mejorar sus procesos e incrementar su rentabilidad.

La importancia de gestionar sus relaciones con otras empresas para lograr la liquidez en orden financiero a fin de que estas apalanquen sus modelos de negocio mediante ventajas competitivas, por lo cual es necesario analizar alianzas con proveedores, canales de distribución y empresas no competidoras que generen valor; no obstante, buscan mejores precios en sus insumos, mayores ventas por parte de sus canales e innovadoras formas de llegar a sus segmentos. (Ver Anexo 10)

4.4.9 Estructura de costes

Es importante conocer que dentro de la rentabilidad empresarial es necesario evaluar el rendimiento de una inversión y entender cuál fue el retorno generado por una acción específica en la empresa, utilizando la fórmula del ROI (Retorno de Inversión).

$$ROI = \frac{\text{Beneficio Obtenido} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}}$$

$$ROI = \frac{2.50 - 1.00}{1.00}$$
$$ROI = 1.50$$

$$ROI = \frac{271000 - 4000}{4000}$$
$$ROI = 66.75$$

Indicadores

Promociones en un tiempo limitado.

$$I = \frac{\text{\#de promociones realizados}}{\text{\# de promociones planificadas}}$$

$$I = \frac{3}{6}$$

$$I = 0.5$$

Publicidad por medio del marketing digital.

$$I = \frac{\text{\#de publicidad entregada}}{\text{\# total de publicidad realizada}}$$

$$I = \frac{4}{3}$$

$$I = 0.133$$

Incrementar las ventas en un 10 %.

$$I = \frac{\text{\%de ventas incremetas}}{\text{\% de ventas planificadas}}$$

$$I = \frac{5\%}{10\%}$$

$$I = 0.5$$

Difundir la oferta, mediante la creación del plan de acción de marketing digital.

$$I = \frac{\text{\#de seguidores alcanzados}}{\text{\# seguidores planteados}}$$

$$I = \frac{50000}{60000}$$

$$I = 0.833$$

La utilidad se obtiene restando el valor de venta, menos el costo de producción y el tanto por ciento, es igual al margen de ganancia dividido para el costo de producción por cien.

Fórmula:

$$\% \text{ Utilidad} = \frac{\text{Margen de ganancia}}{\text{Costo de producción}} * 100 \%$$

$$\% \text{ Utilidad} = \frac{1,00}{1,50} * 100 \%$$

% Utilidad = 66,60 %

Tabla 3. Utilidad del par de guantes

PRODUCTO	VALOR DE VENTA	COSTO DE PRODUCCIÓN	MARGEN DE GANACIA	% DE UTILIDAD
Guante de Carnaza	\$ 2.50	\$ 1,50	\$ 1,00	66,67 %

Fuente: IMPROCALZA
Elaborado por: Alexandra Punina

De acuerdo a lo que se observa en la tabla anterior en el año 2018 las ventas totales fueron de \$ 271,000 y se espera que estas aumenten en un 10%, para fidelizar a los clientes y se espera aumentar más clientes satisfechos y aumentar las ventas.

Tabla 4. Ventas anuales de dinero año 2018

VENTAS ANUALES AÑO 2018

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Guante de Carnaz	\$ 12,000	\$ 14,000	\$ 22,000	\$ 26,500	\$ 30,000	\$ 35,000	\$ 13,500	\$ 12,000	\$ 15,500	\$ 38,500	\$ 42,000	\$ 10,000

Fuente: IMPROCALZA
Elaborado por: Alexandra Punina

Tabla 5. Ventas anuales productos 2018

VENTAS ANUALES AÑO 2018

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Guante de carnaza	6857	8000	12571	15143	17143	20000	7714	6857	8857	22000	24000	5714

Fuente: IMPROCALZA
Elaborado por: Alexandra Punina

Tabla 6. Ventas anuales año 2018

Total dinero \$ 271,000

Total unidades 154857

Fuente: IMPROCALZA
Elaborado por: Alexandra Punina

Una vez realizada la investigación se establece el desarrollo del Modelo Canvas en la empresa IMPROCALZA, dando como resultado el margen de ganancia en un 10% en base a la aplicación de los nueve elementos del modelo canvas y basadas en los costos de producción y comercialización, teniendo como objetivo incrementar en un máximo sus ventas para así lograr satisfacer las necesidades de sus clientes y empresariales. La aplicación de este modelo en la empresa contribuye a la misma de acuerdo a sus actividades planificadas para de esta manera posesionarse en el mercado industrial como una de las mejores en ofertar productos y servicios de buena calidad.

Costo de producción del guante de carnaza

Troquelado. - Dentro del área de proceso troquelado, comprende la etapa de selección del material, en este caso el cuero y en ella se procede a manipular la calidad del mismo que se va utilizar para la fabricación del guante, según descripciones de la empresa.; posteriormente se inicia el proceso del corte del cuero y es donde se utiliza la troqueladora. (Ver Anexo 11)

Aparado. - Antes de proceder a coser el guante, el operador debe verificar la concordancia de tamaño entre la parte delantera y la parte trasera del guante. Posterior a la revisión, se realiza la operación de costura con una maquina plana e hilo de nylon. (Ver Anexo 12)

Virado y despunte. - Primero se debe reforzar el guante con hilo de remate, en lo que ha despuntado se refiere, es el proceso por el cual, el operador por medio de tijera o un despuntador proceden a quitar todos los hilos de la costura sobrante del guante, posterior que el guante ya ha sido despuntado se traslada a la viradora para darle vuelta, ya que todo el proceso anterior se realiza con el lado posterior del cuero. (Ver Anexo 13)

Empacado o Amarrado. - En lo que a empaque se refiere es donde el colaborador de acabado coloca la etiqueta y la empaca en una funda para que el mismo sea transportado a bodega o al consumidor final. (Ver Anexos 14, 15, 16 y 17)

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- En la investigación de la empresa IMPROCALZA se estableció que, al no tener un plan de acción de marketing digital, la empresa está disminuyendo sus ventas y la fidelización de sus clientes, provocando una mala comunicación entre empresa y cliente lo cual ha influido en la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA y por lo tanto en el aspecto socio económico.
- Los recursos asignados que se tiene en la empresa no permiten que la misma progrese de manera equilibrada, existen temporadas bajas que conllevan a producir en menor cantidad los productos manteniendo los mismos costos fijos lo cual afecta la rentabilidad empresarial.
- La empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, no cuenta con un modelo de negocio Canvas para mejorar su rentabilidad empresarial, debido a que no existe una gestión administrativa, una buena segmentación con sus clientes y una equilibrada estructura de costes, provocando de esta manera bajos ingresos, consumo de recursos innecesarios, bajo potencial con sus clientes, estos factores se ven reflejados mediante la ejecución de la ficha de observación, entrevista y encuestas a los involucrados de la empresa.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa IMPROCALZA hacer uso del plan de acción del marketing digital que se establece en la investigación, para de esta manera mejorar la comunicación empresarial con sus clientes e incrementar su rentabilidad y así satisfacer las necesidades de sus clientes, al ejecutar el plan de acción la empresa va a tener nuevas expectativas y nuevas estrategias para ponerlas en práctica dentro o fuera de la empresa.
- Se recomienda buscar alianzas estratégicas con otras empresas o socios clave, de esta manera se va poder obtener más recursos con mayor facilidad y esto va ayudar a la empresa a incrementar sus ventas en un 10% y así incrementar su rentabilidad económica.
- En definitiva, es crucial aplicar el diseño de Modelo Canvas de la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, para desarrollar todos los componentes que influyen en el éxito de la empresa, tomando en cuenta los nueve puntos de este modelo de negocio lo cual expresa de manera más específica cada uno de sus componentes en los cuales la empresa se debe basar para mejor su rentabilidad.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Cazau, P. (2006). En p. cazau, *INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES* (pág. 27). Buenos Aires. Cazau, P. (2006). En p. cazau, *INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES* (pág. 27). Buenos Aires.
- Kotler. (2012). *Fundamentos del Marketing, Decimocuarta edición*. México: PEARSON EDUCACION.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Barcelona: Centro Libros PAPP, S. L. U., 2011.
- Sánchez, M., & Arellano, A. (2017). Utilización del modelo de diagnóstico Canvas en el análisis de un caso de la industria farmacéutica en México.
- EUPATI. (2007). *Conceptos epidemiológicos: incidencia y prevalencia*. Obtenido de <https://www.eupati.eu/es/farmacoepidemiologia-es/conceptos-epidemiologicos-incidencia-y-prevalencia/>
- Ferreira, D. (2015). *El modelo CANVAS en la formulación de proyectos*. Obtenido de <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252/1439>
- Iasesoría. (2019). *Diferencias entre Rentabilidad económica y financiera*. Obtenido de <https://www.iasesoria.com/diferencias-entre-rentabilidad-economica-y-financiera/>
- Jerez, W. (2014). *Aplicación del modelo de negocio canvas*. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/3731>
- Molina, G. (2019). *Canvas de modelo de negocio: elementos e interacciones*. Obtenido de <https://www.gestionar-facil.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>
- Petruska, X. (2016). *Plan de marketing para la empresa Petruska importaciones de la ciudad de Ambato, y la fidelización de sus clientes*. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/4151/1/TUAEXCOMMGC002-2016.pdf>
- Population City. (2019). *Ambato · Población*. Obtenido de <http://poblacion.population.city/ecuador/ambato/>
- Prim, A. (2019). *Modelo canvas explicado Paso a Paso y con Ejemplos*. Obtenido de <https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>
- Sánchez. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. Obtenido de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>

7. ANEXOS

Anexo 1. Ficha de Observación



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
FICHA DE OBSERVACIÓN



Instrumento: Ficha de Observación	Tema: “Modelo Canvas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato, período 2018”	Fecha: 28/10/2019
Diseñado por: Alexandra Punina	Aplicación: Empresa IMPROCALZA	Tutor: Mgs. Jhonny Coronel

N.	Aspectos Observados	Comentario
1	Empresa IMPROCALZA	Se realizó una observación directa a la empresa, y se notó que está situada en un lugar adecuado para la fabricación del producto, que cuenta con las instalaciones y áreas de trabajo, la empresa se dedica únicamente a realizar el guante de carnaza con la finalidad de satisfacer al cliente y generar mayores recursos económicos.
2	Recursos humanos, físicos, económicos	Se pudo observar que dentro de la empresa existe personal suficiente para realizar la fabricación y comercialización del guante de carnaza, tienen conocimientos empíricos en cada uno de los procesos a realizar y poca motivación por parte de su propietaria, de la misma manera cuenta con maquinaria básica para la fabricación del producto y cuenta con poco recurso económico, que impide cubrir sus gastos y generar mayores ventas y así aumentar su rentabilidad.
3	Fabricación y comercialización	Cada proceso a desarrollarse cuenta con un personal poco capacitado, con buena materia prima, pero maquinaria insuficiente para cada proceso, cada actividad a desarrollarse se lo hace pensando en la satisfacción del cliente y en la rapidez que llegue al mismo, generando así más confianza en adquirir el producto.

Anexo 2. Entrevista Empresa IMPROCALZA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENTREVISTA



Objetivo: Recolectar información de la propietaria de la empresa Improcalza, sobre las falencias que afectan la rentabilidad de la empresa a fin de obtener información valiosa y confiable que contribuya a la investigación.

1. ¿Piensa que los guantes de carnaza de IMPROCALZA son de buena calidad?
.....
2. ¿Cuál el segmento que vende más la empresa IMPROCALZA?
.....
3. ¿Piensa que las redes sociales son buenos canales de comunicación entre el cliente y la empresa?
.....
4. ¿Cree que están fidelizados la mayoría de clientes?
.....
5. ¿Cuál es la principal fuente de ingreso de la empresa Improcalza?
6.
7. ¿Cuál de los recursos claves (materias primas, la fábrica, la maquinaria y herramientas) es el más importante?
.....
8. ¿Cuál es la principal actividad clave de la empresa Improcalza (canal de comunicación, alianzas estratégicas o plan de acción del marketing digital)
.....
9. ¿Con qué empresas tiene alianzas estratégicas Improcalza?
.....
10. ¿Cuáles son los principales egresos de la empresa IMPROCALZA?
.....



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA



Objetivo: Conocer los procesos del Modelo Canvas e identificar las falencias que afecten a la rentabilidad de la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato.

Dirigido: A los colaboradores de la empresa IMPROCALZA de la ciudad de Ambato.

Indicación:

- Lea detenidamente las preguntas.
- Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y anónima.
- Requerimos de su total honestidad al momento de responder.
- Marque con una X la respuesta que usted considere correcta.

1. ¿A Qué segmentos cree usted que debería enfocar fabricación y comercialización del guante de carnaza?

Ubicación geográfica

Edad

Género

Ingresos

Escolaridad

Estilo de vida

2. ¿Por cuál de los siguientes factores considera que los clientes prefieren su producto?

Novedoso

Personalizados

Diseñados atractivamente

Precio conveniente

Accesibilidad al producto

Utilidad del producto

3. ¿Qué medios de comunicación utiliza su empresa para llegar a sus clientes?

Oficinas

Llamadas telefónicas

Estudios de mercado (Encuestas)

Redes sociales

4. ¿Cuál de los siguientes canales de distribución es el más utilizado por su empresa para comercializar los productos?

Directo

Detallista

Comisionista

Mayorista

5. ¿De qué manera se relaciona con el cliente?

Atención al cliente

Asistencia personalizada

Redes sociales

Teléfono

6. ¿Cuál de los factores considera que mejorará la rentabilidad de la empresa?

Calidad del producto

Variedad de productos

Cantidad de producto en la presentación

Costo del producto

7. ¿Con qué recursos cuenta a su empresa?

Físicos (Materia prima, maquinaria, vehículos, edificios)

Económicos (Financiamiento)

Humanos (Mano de obra, trabajo físico e intelectual)

8. ¿Cuál de los siguientes procesos considera como el más importante para la su empresa?

Administración

Distribución y Ventas

Producción

Relacionamiento con clientes

9. ¿Usted considera que la asociación entre empresas es importante para lograr ventajas sobre sus competidores?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

10. ¿Cuál de los siguientes procesos representa la mayor fuente de egresos en su empresa?

Administración

Distribución y Ventas

Producción

Relacionamiento con clientes

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 4. Tabulación Encuesta

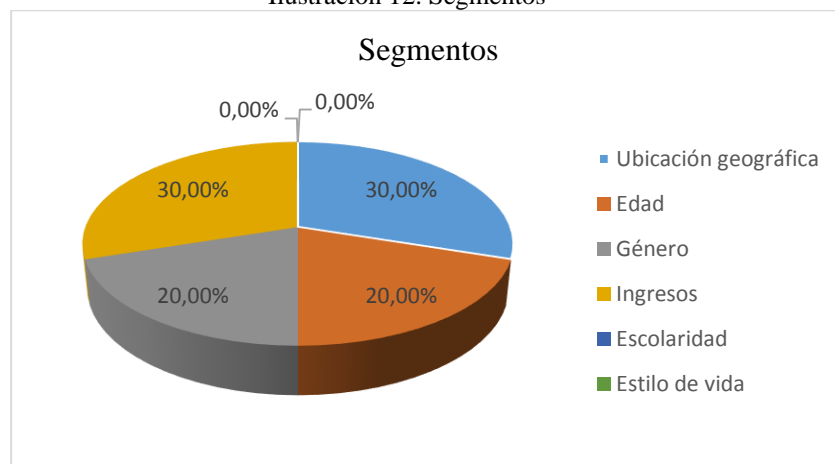
1. ¿A Qué segmentos cree usted que debería enfocar fabricación y comercialización del guante de carnaza?

Tabla 7. Personal suficiente empresarial

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ubicación geográfica	3	30,00%
Edad	2	20,00%
Género	2	20,00%
Ingresos	3	30,00%
Escolaridad	0	0,00%
Estilo de vida	0	0,00%
TOTAL	10	100,00%

Fuente: Segmentos
Elaborado por: Alexandra Punina

Ilustración 12. Segmentos



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Análisis e interpretación:

Los segmentos que se enfocan en la fabricación y comercialización del guante de carnaza están enfocados a los clientes rentables y no rentables. De acuerdo a la investigación efectuada, en la Empresa Improcalza se ha podido establecer que el 30% es en función a la ubicación geográfica y el 30% del personal manifiesta que se debería enfocar a los ingresos, para de esta manera mejorar la rentabilidad empresarial, debido a que la comercialización se lo realiza a nivel local.

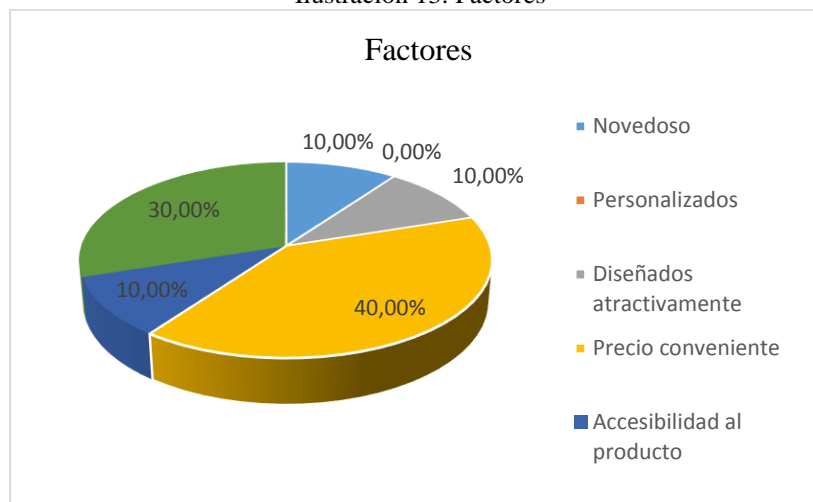
2. ¿Por cuál de los siguientes factores considera que los clientes prefieren su producto?

Tabla 8. Factores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Novedoso	1	10,00%
Personalizados	0	0,00%
Diseñados atractivamente	1	10,00%
Precio conveniente	4	40,00%
Accesibilidad al producto	1	10,00%
Utilidad del producto	3	30,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Ilustración 13. Factores



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Análisis e interpretación:

La empresa Improcalza para el desarrollo de la fabricación del guante de carnaza debe crear elementos que consideren a su empresa la preferida del mercado que solucionen los problemas y satisfagan las necesidades específicas de sus segmentos. En la indagación efectuada se establece que 40% adquiere los guantes, debido a que el precio es conveniente en relación a otros productos similares que se comercializan en el mercado.

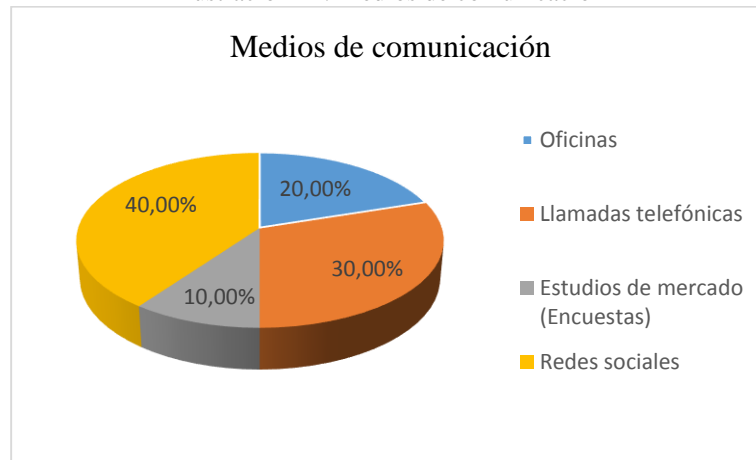
3. ¿Qué medios de comunicación utiliza su empresa para llegar a sus clientes?

Tabla 9. Medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Oficinas	2	20,00%
Llamadas telefónicas	3	30,00%
Estudios de mercado (Encuestas)	1	10,00%
Redes sociales	4	40,00%
TOTAL	10	100,00%

Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Ilustración 14. Medios de comunicación



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Análisis e interpretación:

Uno de los principales objetivos de la empresa Improcalza para el desarrollo de la fabricación del guante de carnaza se centra en mantener comunicación con sus clientes. En la investigación efectuada, de que medios de comunicación utiliza la empresa para llegar a los clientes manifestaron el 40% a las redes sociales, este es el medio más utilizado en la actualidad para poder llegar al cliente de manera rápida, debido a que se puede llegar a más clientes e indicar las buenas características y ofertas del producto, rompiendo la espacialidad y temporalidad, y tener una buena comunicación en tiempo real.

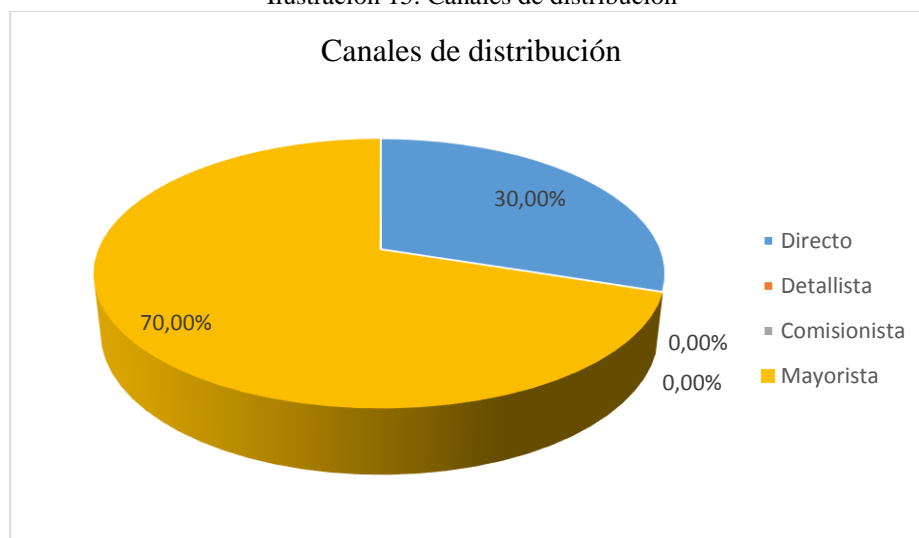
4. ¿Cuál de los siguientes canales de distribución es el más utilizado por su empresa para comercializar los productos?

Tabla 10. Canales de distribución

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Directo	3	30,00%
Detallista	0	0,00%
Comisionista	0	0,00%
Mayorista	7	70,00%
TOTAL	10	100,00%

Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Ilustración 15. Canales de distribución



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Análisis e interpretación:

La Empresa Improcalza para la fabricación del guante de carnauba, en la actualidad busca día a día mantenerse cerca de sus clientes, brindando una mejor atención, creando canales de distribución para relacionarse de mejor manera. En la investigación efectuada, acerca de que canales de distribución es el más utilizado por la empresa para la comercialización del producto respondieron el 70% que es el mayorista, debido a que de esta manera se logra llegar al cliente en forma eficaz.

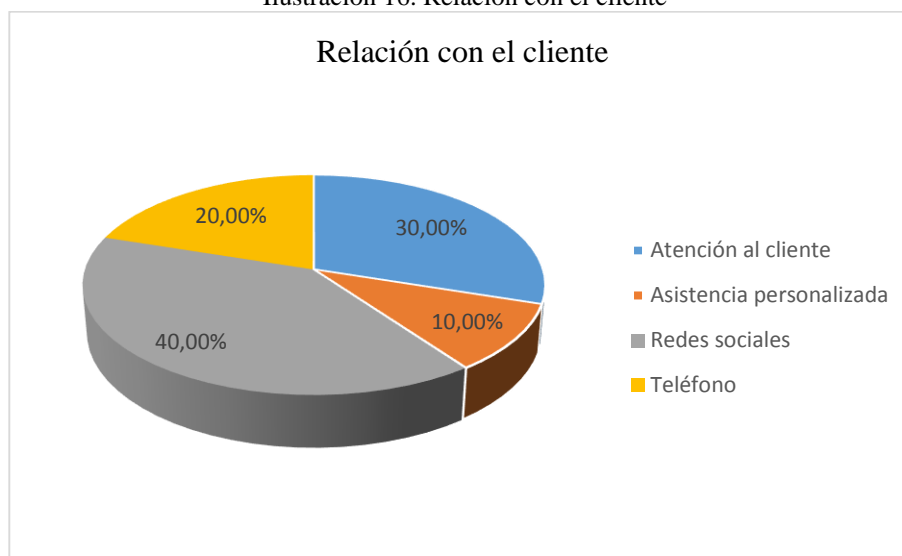
5. ¿De qué manera se relaciona con el cliente?

Tabla 11. Relación con el cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Atención al cliente	3	30,00%
Asistencia personalizada	1	10,00%
Redes sociales	4	40,00%
Teléfono	2	20,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Ilustración 16. Relación con el cliente



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Análisis e interpretación:

La empresa Improcalza para mantener buena relación con sus clientes aplica varias estrategias de comunicación entre empresa – cliente y de esta manera mantener la fidelidad de sus clientes. En la investigación efectuada acerca de la relación con los clientes respondieron que el 40% lo realiza por redes sociales, ya que es un medio eficiente por el cual la empresa se ha visto en la necesidad de ofertar sus productos y tener más comunicación con el cliente, estando disponible a toda hora.

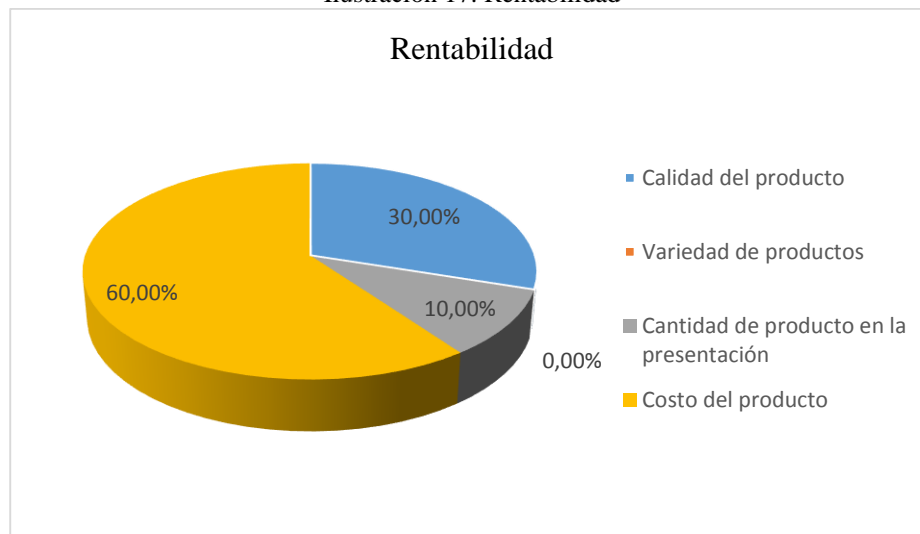
6. ¿Cuál de los factores considera que mejorará la rentabilidad de la empresa?

Tabla 12. Rentabilidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Calidad del producto	3	30,00%
Variedad de productos	0	0,00%
Cantidad de producto en la presentación	1	10,00%
Costo del producto	6	60,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Ilustración 17. Rentabilidad



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Análisis e interpretación:

La empresa Improcalza para el desarrollo de la fabricación del guante de carnaza considera que mejorará la rentabilidad de la empresa en función al a mejorar el producto, el costo y el precio. No obstante, en la investigación efectuada a que factores considera que mejorará la rentabilidad de la empresa manifestaron que el 60% se debe al costo del producto, debido a que este factor es la fortaleza principal del producto y de esta manera mejorar o incrementar la rentabilidad empresarial.

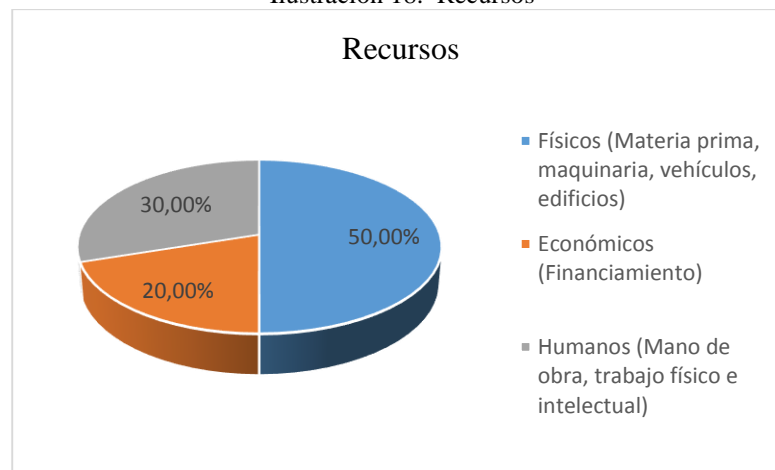
7. ¿Con qué recursos cuenta a su empresa?

Tabla 13. Recursos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Físicos (Materia prima, maquinaria, vehículos, edificios)	5	50,00%
Económicos (Financiamiento)	2	20,00%
Humanos (Mano de obra, trabajo físico e intelectual)	3	30,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Ilustración 18. Recursos



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Análisis e interpretación:

La empresa Improcalza necesita una gran cantidad de recursos físicos, económicos y humanos para el desarrollo de la fabricación del guante de carnaza, que le permitan mejorar la rentabilidad y de esta manera crear, entregar y percibir valor. En función de este criterio, de acuerdo a las encuestas sobre los recursos que cuenta la empresa manifestaron que el 50% son los físicos, siendo que estos recursos son las más importantes dentro de la empresa para así poder llevar a cabo la producción y comercialización del guante de carnaza.

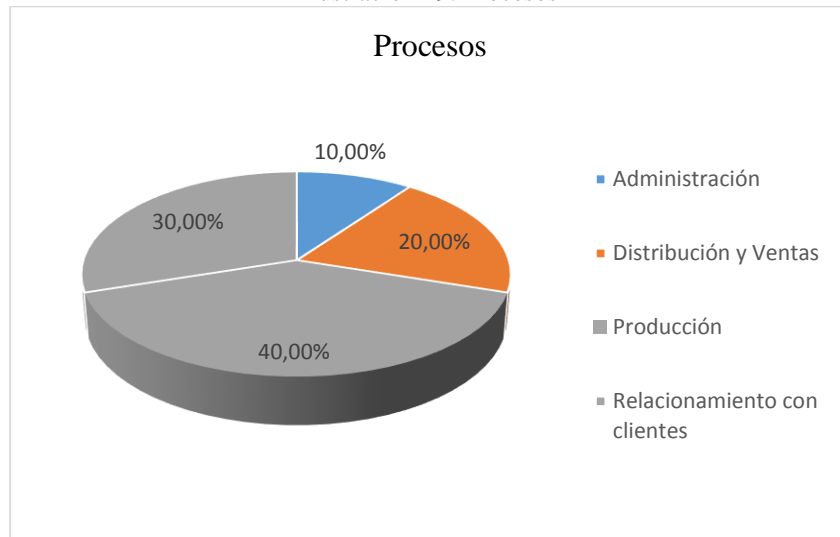
8. ¿Cuál de los siguientes procesos considera como el más importante para la su empresa?

Tabla 14. Procesos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Administración	1	10,00%
Distribución y Ventas	2	20,00%
Producción	4	40,00%
Relacionamiento con clientes	3	30,00%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Ilustración 19. Procesos



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Análisis e interpretación:

Toda empresa debe llevar a cabo un sin número de actividades para lograr sus objetivos, en Improcalza para el desarrollo de la fabricación del guante de carnaza, cómo se identifica en la investigación efectuada, de que proceso considera como el más importante para su empresa manifestaron el 40% a la producción, ya que de ello parte para su comercialización y entrega al cliente.

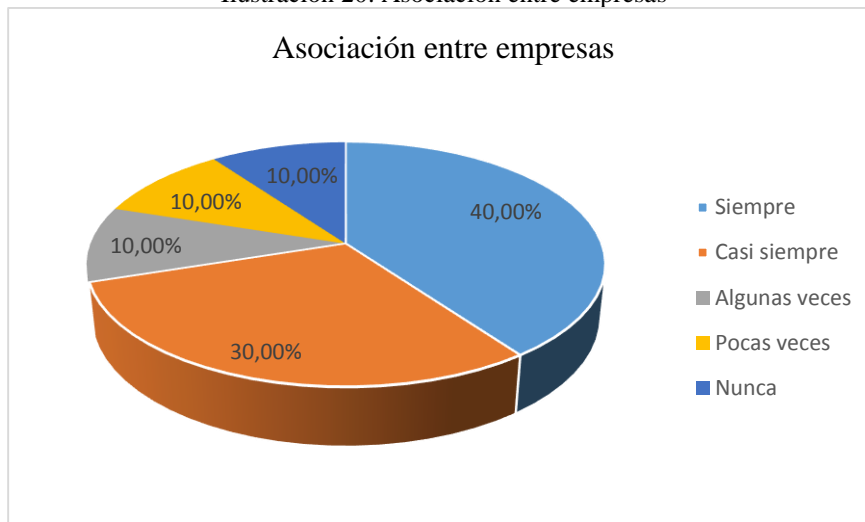
9. ¿Usted considera que la asociación entre empresas es importante para lograr ventajas sobre sus competidores?

Tabla 15. Asociación entre empresas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	40,00%
Casi siempre	3	30,00%
Algunas veces	1	10,00%
Pocas veces	1	10,00%
Nunca	1	10,00%
TOTAL	10	100,00%

Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Ilustración 20. Asociación entre empresas



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Análisis e interpretación:

En la actualidad, las alianzas estratégicas se consideran muy importante por lo cual la asociación entre empresas es fundamental para lograr ventajas competitivas, para el desarrollo de la fabricación del guante de carnaza, estas se caracterizan por buscar que las empresas mediante colaboraciones logren objetivos en común, según la investigación efectuada, de que considera que la asociación entre empresas es importante para lograr ventajas sobre sus competidores respondieron el 40% siempre.

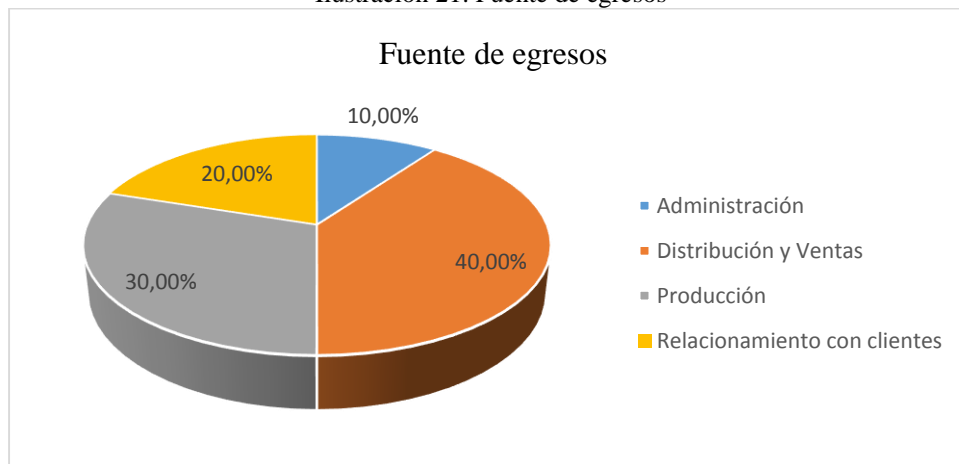
10. ¿Cuál de los siguientes procesos representa la mayor fuente de egresos en su empresa?

Tabla 16. Fuente de egresos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Administración	1	10,00%
Distribución y Ventas	4	40,00%
Producción	3	30,00%
Relacionamiento con clientes	2	20,00%
TOTAL	10	100,00%

Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Ilustración 21. Fuente de egresos



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Alexandra Punina

Análisis e interpretación:

En la empresa Improcalza para el desarrollo de la fabricación del guante de carnaza indica que existen procesos que representa la mayor fuente de egresos en su empresa, en la investigación efectuada, de cuál de los procesos representa la mayor fuente de egresos, el 40 % de los encuestados manifestaron que es la distribución y ventas, porque estos procesos definen las ventas finales que es el principal ingreso de la empresa.

Anexo 5. Estados Financieros

IMPROCALZA	
BALANCE GENERAL	
2018	
Disponible	1000
Cuentas por cobrar	500
Inventarios	10000
Diferidos	500
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	12000
ACTIVOS FIJOS	
Terrenos	50000
Edificaciones	100000
(-) Depreciación acumulada	2000
Edificaciones neto	102000
Maquinaria y equipo	5000
(-) Depreciación acumulada	1000
Maquinaria y equipo neto	6000
Muebles y enseres	800
(-) Depreciación acumulada	200
Muebles y enseres neto	600
Equipo de transporte	8000
(-) Depreciación acumulada	100
Equipo de transporte neto	8100
Equipo de computo	1500
(-) Depreciación acumulada	100
Equipo de cómputo neto	1600
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	168300
ACTIVOS DIFERIDOS	15000
(-) Amortización	300
Total activos diferidos neto	14700
TOTAL ACTIVOS	195000
Obligaciones financieras	17000
Proveedores	3500
Cuentas por pagar	4000
Impuestos por pagar	1800
obligaciones laborales	6000
Pasivos estimados	1300
Otros pasivos	200
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	33800


IMPROCALZA

ESTADO DE RESULTADOS

2018

VENTAS	98000
- COSTO DE VENTAS	30000
UTILIDAD BRUTA	68000
- GASTOS DE ADM	4000
- GASTOS DE VENTA	5000
UTILIDAD OPERATIVA	59000
+ OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES	0
- GASTOS FINANCIEROS	17000
- OTROS EGRESOS	3000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	39000
- IMPUESTOS	12000
UTILIDAD NETA	271000

Anexo 6. RUC Empresa IMPROCALZA



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NÚMERO RUC: 1804964102001
APELLIDOS Y NOMBRES: MUYOLEMA CUNALATA MYRIAN DE LOURDES

NOMBRE COMERCIAL: IMPROCALZA
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
CALIFICACIÓN ARTESANAL: S/N

OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO
NÚMERO: S/N

FEC. NACIMIENTO: 26/12/1989
FEC. INSCRIPCIÓN: 18/11/2015
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 18/11/2015
FEC. ACTUALIZACIÓN: 09/05/2017
FEC. REINICIO ACTIVIDADES: 08/05/2017

ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL
 FABRICACIÓN DE CALZADO DE CUERO

DOMICILIO TRIBUTARIO
 Provincia: TUNGURAHUA Canton: AMBATO Parroquia: PICAIGUA Calle: PITAGORAS Numero: S/N Referencia: BARRIO LA ATARAZANA, FRENTE A LA MECANICA SAN ISIDRO, CASA DE UN PISO, ENLUCIDO Email: myrian_2015@outlook.com Celular: 0984226711

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
 * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Son derechos de los contribuyentes: Derechos de trato y confidencialidad, Derechos de asistencia o colaboración, Derechos económicos, Derechos de información, Derechos procedimentales; para mayor información consulte en www.sri.gob.ec. Las personas naturales cuyo capital, ingresos anuales o costos y gastos anuales sean superiores a los límites establecidos en el Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno están obligados a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE) y sus declaraciones de IVA deberán ser presentadas de manera mensual. Recuerde que sus declaraciones de IVA podrán presentarse de manera semestral siempre y cuando no se encuentre obligado a llevar contabilidad, transfiera bienes o preste servicios únicamente con tarifa 0% de IVA y/o sus ventas con tarifa diferente de 0% sean objeto de retención del 100% de IVA.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	1	ABIERTOS	1
JURISDICCIÓN	ZONA 31 TUNGURAHUA	CERRADOS	0



Código: RIMRUC2019001157348
 Fecha: 07/05/2019 14:47:34 PM

Pág. 1 de 2



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES



NÚMERO RUC: 1804964102001
APELLIDOS Y NOMBRES: MUYOLEMA CUNALATA MYRIAN DE LOURDES

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

No. ESTABLECIMIENTO:	001	Estado:	ABIERTO - MATRIZ	FEC. INICIO ACT.:	18/11/2015
NOMBRE COMERCIAL:	IMPROCALZA	FEC. CIERRE:	31/12/2016	FEC. REINICIO:	08/05/2017

ACTIVIDAD ECONÓMICA:
FABRICACION DE GUANTES INDUSTRIALES
FABRICACION DE CALZADO DE CUERO

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: TUNGURAHUA Canton: AMBATO Parroquia: PICAIGUA Barrio: LA ATARAZANA Calle: PITAGORAS Numero: S/N Referencia: FRENTE A LA MECANICA
SAN ISIDRO, CASA DE UN PISO, ENLUCIDO Email: mirleymuyolema@hotmail.com Celular: 0984226711



Código: RIMRUC2019001157348
Fecha: 07/05/2019 14:47:34 PM

Anexo 7. Fotos Empresa IMPROCALZA

Empresa IMPROCALZA



Maquinaria IMPROCALZA



Procesos





Proceso de Troquelado, Aparado, Virado, Empacado





Anexo 8. Listado de Clientes

Tabla 17. Clientes IMPROCALZA

LISTADO DE CLIENTES		
EMPRESA	NOMBRE	CIUDAD
TONICOMSA S.A	Javier Herrera	Ambato
INECPRO CIA. LTDA	Carlos Larrea	Ambato
INPROMEX	Pablo Rivera	Ambato
DISPROSEG S.A	Javier Salgado	Ambato
MEGAPROFER S.A	Jaime Solís	Ambato
FERRETERÍA ESPINOZA S.A	Carmen Espinoza	Ambato
FERRITALIA CIA. LTDA	Liliana Bonilla	Ambato

Fuente: IMPROCALZA
Elaborado por: Alexandra Punina

Anexo 9. Plan de acción del marketing digital

Tabla 18. Plan de Acción de Marketing Digital

TÁCTICAS		TIEMPO	INDICADORES	OBJETIVOS
Facebook	Facebook permite a la Empresa Improcalza tener una comunicación en tiempo real en forma interactiva y da a conocer promociones a los clientes, para la comercialización del guante de carnaza.	3 años	Canal de comunicación en tiempo real	Mejorar la comunicación entre empresa-cliente.
Página Web	Por medio de un navegador web se puede acceder a la página web de la Empresa Improcalza, en el cual se puede observar información multimedia, (fotos del producto, empresa, colaboradores).	3 años	Nivel de información	Indicar datos específicos de la empresa.
Fan page	Una Fan page es uno de los mecanismos de las redes sociales, creada especialmente para ayudar al marketing digital de la Empresa Improcalza.	3 años	Grado de satisfacción de los clientes	Aumentar la fidelización del cliente
YouTube	Es un ciberespacio en donde se puede compartir específicamente videos acordes a los procesos de fabricación y comercialización de los productos de la empresa Improcalza.	3 años	Exhibición de procesos y productos de forma virtual	Ampliar las promociones vía internet

Fuente: IMPROCALZA
Elaborado por: Alexandra Punina

Anexo 10. Socios claves

Tabla 19. Socios IMPROCALZA

SOCIOS CLAVES		
EMPRESA	ACTIVIDAD	CIUDAD
UNICHEM S.A	Venta De Químicos	Ambato
ANDERQUIN	Venta De Químicos	Ambato
ANIBAL SALAZAR	Venta De Cueros	Ambato
COMERCIAL DIANA	Venta De Elásticos, Riatas	Ambato

Fuente: IMPROCALZA
Elaborado por: Alexandra Punina

Anexo 11. Proceso: Troquelado

Tabla 20. Proceso Troquelado

IDENTIFICACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL COSTO					
MATERIA PRIMA DIRECTA MPD PROCESO: TROQUELADO					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	PRODUCCIÓN GUANTE DE CARNAZA (PAR)	COSTO POR PAR
CUERO CARNAZA	Dcm2	4	\$ 0,88	1	\$ 0,88
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA PROCESO: TROQUELADO					\$ 0,88

Fuente: IMPROCALZA.
Elaborado por: Alexandra Punina

Anexo 12. Proceso: Aparado

Tabla 21. Proceso Aparado

MATERIA PRIMA DIRECTA MPD PROCESO: APARADO					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.UTILIZ	COSTO	PRODUCCIÓN GUANTE DE CARNAZA (PAR)	COSTO POR PAR
HILO NYLON	ROLLO	1	\$ 7,50	300	\$ 0,03
ELÁSTICO	ROLLO	1	\$ 5,50	300	\$ 0,02
RIATA	ROLLO	1	\$ 5,00	300	\$ 0,02
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA PROCESO: APARADO					\$ 0,06

Fuente: IMPROCALZA
Elaborado por: Alexandra Punina

Anexo 13. Proceso: Virado y Despite

Tabla 22. Virado y Despite

MATERIA PRIMA DIRECTA MPD PROCESO: VIRADO Y DESPITE					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.UTILIZ.	COSTO	PRODUCCIÓN GUANTE DE CARNAZA (PAR)	COSTO POR PAR
HILO DE REMATE	ROLLO	1	\$ 4,50	300	\$ 0,02
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA PROCESO: VIRADO Y DESPITE					\$ 0,02

Fuente: IMPROCALZA

Elaborado por: Alexandra Punina

Anexo 14. Proceso: Empacado o Amarrado

Tabla 23. Empacado o Amarrado

MATERIA PRIMA DIRECTA MPD PROCESO: EMPACADO O AMARRADO					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.UTILIZ.	COSTO	PRODUCCIÓN GUANTE DE CARNAZA (PAR)	COSTO POR PAR
FUNDA	CIENTO	1	\$ 4,80	100	\$ 0,05
ETIQUETA	METRO	1	\$ 12,00	100	\$ 0,12
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA PROCESO: EMPACADO O AMARRADO					\$ 0,17

Fuente: IMPROCALZA

Elaborado por: Alexandra Punina

Anexo 15. Mano de obra en la producción

Tabla 24. Mano de Obra

MANO DE OBRA EN PRODUCCIÓN MOD				
DESCRIPCIÓN	NÚMERO DE TRABAJADORES	SUELDO	PRODUCCIÓN DE GUANTE DE CARNAZA (PAR)	COSTO POR PAR
TROQUELADORES	1	\$ 700,00	16800	\$ 0,04
APARADORES	1	\$ 550,00	16800	\$ 0,03
VIRADORES	1	\$ 750,00	16800	\$ 0,04
PERSONAL DE ACABADO	1	\$ 450,00	16800	\$ 0,03
VENDEDORES	1	\$ 600,00	16800	\$ 0,04
CONTADORA	1	\$ 500,00	16800	\$ 0,03
BODEGUERO	1	\$ 300,00	16800	\$ 0,02
COSTO TOTAL MANO DE OBRA DE PRODUCCION				\$ 0,23

Fuente: IMPROCALZA

Elaborado por: Alexandra Punina

Nota: unidad de distribución: Producción mensual / # de guantes por mes.

Anexo 16. Costos indirectos de fabricación CIF

Tabla 25. Costos Indirectos de Fabricación
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN CIF

DESCRIPCION	FRECUENCIA	COSTO MENSUAL	PRODUCCION DE GUANTE DE CARNAZA (PAR)	COSTO POR PAR
LUZ	MENSUAL	\$ 500,00	16800	\$ 0,03
AGUA	MENSUAL	\$ 300,00	16800	\$ 0,02
TELEFONÍA	MENSUAL	\$ 90,00	16800	\$ 0,01
HERRAMIENTAS MENORES	MENORES	\$ 200,00	16800	\$ 0,01
REPUESTOS	MENSUAL	\$ 650,00	16800	\$ 0,04
COMBUSTIBLES	MENSUAL	\$ 200,00	16800	\$ 0,01
CAMBIO DE ACEITE	MENSUAL	\$ 150,00	16800	\$ 0,01
ARRIENDO BODEGA	MENSUAL	\$ 3500,00	16800	\$ 0,02
TOTAL CIF DE PRODUCCIÓN POR CADA PAR DE GUANTES				\$ 0,15

Fuente: IMPROCALZA

Elaborado por: Alexandra Punina

Anexo 17. Plantilla de costos producción guante de carnaza (par)

Tabla 26. Costo de Producción
PLANTILLA DE COSTOS PRODUCCIÓN
GUANTE DE CARNAZA (PAR)

ELEMENTO DEL COSTO	PARCIAL	PARCIAL	COSTO POR ELEMENTO	TOTAL COSTO POR PAR
MATERIA PRIMA DIRECTA	MPD	\$ 0,88		
	TROQUELADO			
	MPD APARADO	\$ 0,06		
	MPD VIRADO	\$ 0,03		
	MPD EMPACADO	\$ 0,17	\$ 1,12	
MANO DE OBRA DIRECTA			\$ 0,23	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION			\$ 0,15	
COSTO TOTAL DE PRODUCCION GUANTE DE CARNAZA (PAR)				\$ 1,50
PRECIO DE VENTA				\$ 2,50
UTILIDAD POR PAR				\$ 1,00

Fuente: IMPROCALZA

Elaborado por: Alexandra Punina