

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GORRAS DE TELA EN LA CIUDAD DE
ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

Autoras: Albuja Narváez Norma Cecilia

Males Tapia Sandra Elizabeth

TUTOR: Dr. Vinicio Saráuz E. Msc.

IBARRA 2016

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de grado tiene como finalidad implementar una empresa dedicada a la producción y comercialización de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, la misma que se destaca por su industria textil, este proyecto a emprender es innovador en vista que no existen empresas que ofrecen este tipo de productos, que motivarán a nuestros clientes adquirir gorras personalizadas con nuevos diseños y con una línea de productos innovadores, brindando un servicio oportuno con la mejor atención que el cliente se merece. Para la viabilidad del proyecto se analizó los siguientes aspectos: Diagnóstico Situacional, en el que definimos antecedentes históricos, geográficos, situación socio económica; Marco Teórico, en el cual se hace referencia a bases teóricas y científicas; Estudio de Mercado, permite segmentar y determinar el mercado objetivo, con la finalidad de captar clientes potenciales y expandir nuestro mercado a nivel nacional; Estudio Técnico, determina los procesos productivos y requerimientos tecnológicos con los que contará la empresa; Estructura Administrativa, a través de herramientas administrativas permite identificar el talento humano que será necesario para el funcionamiento de la empresa, al que se agrega la disciplina con el reglamento interno y el código de ética; Estudio Financiero, establece el monto de inversión y presupuestos que se empleará en la puesta en marcha del proyecto, permitiendo obtener información de la rentabilidad siempre y cuando cumpla con lo planeado y el recurso que se debe emplear para un adecuado funcionamiento y para finalizar los impactos que ocasionará el proyecto que se pondrá en marcha. Por las altas temperaturas que se registran en la Provincia de Imbabura, el proyecto brindará una alternativa de protección contra los rayos solares que pueden afectar al rostro de las personas que están expuestas a este clima, mediante la utilización de gorras personalizadas.

SUMMARY

This degree work aims to implement a company dedicated to the production and marketing of cloth caps in the city of Atuntaqui, Imbabura province, it stands out for its textile industry, this project to be undertaken is innovative given that no there are companies that offer this type of product that will motivate customers to purchase our products with new designs and a line of innovative products caps, providing timely service with the best service that the customer deserves. For the road project analyzed the following aspects: Situational Diagnosis, which we define historical, geographical, socio economic background; Theoretical Framework, which refers to theoretical and scientific bases is done; Market Study, to segment and identify the target market, in order to attract potential customers and expand our market nationally; Technical Study determines production processes and technological requirements that the company will; Administrative Structure through administrative tools to identify the human talent that will be necessary for the operation of the company, to which the discipline with the rules of procedure and code of ethics is added; Financial study establishes the amount of investment and budgets to be used in the implementation of the project, allowing information to profitability provided it meets to plan and resource that must be used for proper operation and to end the impacts It will cause the project to be launched. Because of the high temperatures recorded in the province of Imbabura, the project will provide an alternative protection against sun rays that can affect the face of people who are exposed to this climate, using custom caps.

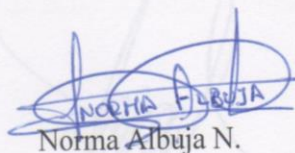
DECLARACIÓN

Yo, Albuja Narváez Norma Cecilia, con cédula de ciudadanía Nro. 100323103-0, y, Yo Males Tapia Sandra Elizabeth, con cédula de ciudadanía Nro. 100320930-9, declaramos bajo juramento que somos autoras exclusivas de la presente investigación, y que el mismo no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional ya que se ha consultado en diferentes fuentes bibliográficas las mismas que se incluyen en este proyecto.

De tal manera expresamos que el proyecto desarrollado es de exclusiva responsabilidad de las autoras ya mencionadas.

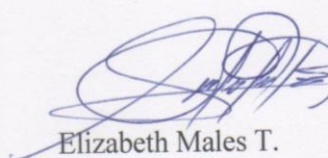
En la Ciudad de Ibarra a los 17 días del mes de Mayo del 2016

Firma



Norma Albuja N.

C.I. 100323103-0



Elizabeth Males T.

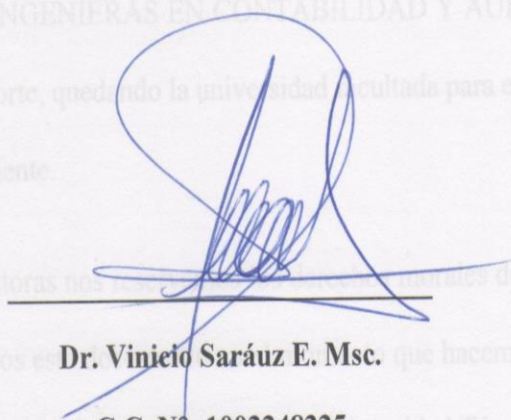
C.I. 100320930-9

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresada Albuja Narvaez Norma Cecilia y Males Tapia Sandra Elizabeth para optar por el Título de Ingeniera Comercial cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GORRAS DE TELA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos correspondientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Ibarra a los 17 días del mes de Mayo del 2016.

Firma



Dr. Vinicio Saráuz E. Msc.

C.C. N°: 1002248225



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, Albuja Narváez Norma Cecilia, con cédula de ciudadanía Nro. 100323103-0 y Males Tapia Sandra Elizabeth, con cédula de ciudadanía Nro. 100320930-9, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6 en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GORRAS DE TELA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

E-MAIL:

normy-negra@hotmail.es - elyzabi_7@hotmail.com

TELÉFONO

TELÉFONO

0985807

MÓVIL

099

Norma Albuja N.

Elizabeth Males T.

C.I. 100323103-0

C.I. 100320930-9

En la Ciudad de Ibarra a los 17 días del mes de Mayo del 2016.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento, dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100323103-0	100320930-9	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Albujá Narváez Norma Cecilia Males Tapia Sandra Elizabeth		
DIRECCIÓN:	Atuntaqui Bolívar y Rocafuerte – Otavalo Pedro Alarcón		
E-MAIL:	normy-negra@hotmail.es – elyzabt_7@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2923-682	TELÉFONO MÓVIL	0985802668 0993310574

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GORRAS DE TELA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA
AUTOR (ES):	Albujá Narváez Norma Cecilia Males Tapia Sandra Elizabeth
FECHA:	2016-05-17
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR/DIRECTOR:	DR. VINICIO SARÁUZ E. MSC.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD


Nosotras, Albujá Narváez Norma Cecilia, con cédula de ciudadanía Nro. 100323103-0 y Males Tapia Sandra Elizabeth, con cédula de ciudadanía Nro. 100320930-9, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la Ciudad de Ibarra a los 17 días del mes de Mayo del 2016.

LA AUTORAS:

(Firma) 

Nombre: Norma Albuja

C.C.: 100323103-0

(Firma) 

Elizabeth Males

100320930-9

DEDICATORIA

Este trabajo de grado lo dedico con todo mi amor y cariño a mis hijas Valentina y Gianella, a mi esposo Ing. Santiago López por su apoyo incondicional, a mis padres por el apoyo brindado durante el transcurso de mi carrera, quienes han creído en mí, dándome el ejemplo de superación, humildad y sacrificio, enseñándome a valorar todo lo que tengo, y superarme en mi vida profesional.

Norma Cecilia Albuja Narváez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme la fuerza necesaria para superar obstáculos y dificultades que se me han presentado a lo largo de toda mi vida.

A mi madre, quien con su amor y dedicación me ha enseñado a no rendirme ante nada y a través de sus sabios consejos y su apoyo incondicional me ha demostrado la gran fe que tiene en mí. A mi hija Alejandra que antes y después de su nacimiento ha sido fuente de inspiración para culminar este trabajo. A mi esposo que desde el inicio de mi carrera me ha brindado su amor y confianza para continuar en este largo camino. A mis hermanos por compartir conmigo alegrías y tristezas.

A mi director de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento para la realización de la misma.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en este proyecto.

Sandra Elizabeth Males Tapia

AGRADECIMIENTO

Primeramente y como más importante, nos gustaría agradecer sinceramente a nuestro Director de Tesis el Dr. Vinicio Saráuz, quien con su conocimiento, orientación y su apoyo incondicional nos motivó para seguir adelante en el desarrollo de nuestra Tesis.

A la Universidad Técnica del Norte, casona universitaria que nos albergó en sus aulas y darnos a oportunidad para educarnos y ser unas profesionales capacitadas.

NORMA

ELIZABETH

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	ix
DEDICATORIA	x
DEDICATORIA	xi
AGRADECIMIENTO	xii
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xx
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxiii
PRESENTACIÓN.....	xxiv
INTRODUCCIÓN	xxvi
PROBLEMÁTICA	xxviii
JUSTIFICACIÓN	xxx
OBJETIVOS	xxxI
OBJETIVO GENERAL.....	xxxI
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxxI
CAPÍTULO I	32
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	32
Antecedentes	32
Objetivos	33
General	33
Específicos	33
Variables e indicadores	33

Variables	33
Indicadores	34
Matriz de relación diagnóstica	36
Identificación de la población	37
Fuente de información	37
Información primaria	37
Análisis de variables diagnósticas	37
Empresas productoras	37
Producción	41
Aspectos socio-demográficos	41
Aspectos sociales	44
Comercialización	48
Materia prima e insumos.....	50
Construcción matriz AOOR.....	51
Aliados	51
Oponentes	52
Oportunidades	52
Riesgos.....	52
Identificación de la oportunidad de inversión.....	52
CAPÍTULO II.....	54
MARCO TEORICO.....	54
Factibilidad	54
Estudio de Factibilidad	54
Proyecto de Inversión	54
Empresa.....	55
Definición de Empresa.....	55
Empresas Comerciales	55
Empresas Privadas	55
Tipos de Empresas	56
La Industria	57
Innovación de nuevas industrias	57
Diagnóstico Situacional	57
Estudio de Mercado	58
Segmentación de Mercado.....	58

Mercado Meta	58
Definición de cliente	59
Comercialización	59
Marketing	59
Demanda	59
Demanda Insatisfecha	60
Oferta	60
Precio	60
Producto	61
Publicidad	61
Estructura Organizacional.....	61
Administración.....	62
Planeación	62
Dirección.....	62
Control	62
Flujo grama	63
Organigrama funcional	64
Planificación estratégica	64
Estudio Técnico	65
Presupuesto	66
Capital de Trabajo.....	66
Ingeniería del Proyecto	67
Macro localización.....	67
Micro localización	67
Estudio Financiero	68
Ingresos	68
Egresos.....	68
Contabilidad.....	69
Registros Contables	69
Estado de Situación Financiera.....	70
Estado de Resultados	70
Flujo de Caja.....	70
Estado de Flujos de Efectivo.....	71
Evaluación Financiera.....	71

Tasa de Redescuento.....	71
Valor Actual Neto.....	71
Tasa Interna de Retorno.....	72
Periodo de Recuperación.....	72
Razón Costo- Beneficio.....	72
Punto de Equilibrio.....	72
Análisis de sensibilidad.....	73
CAPÍTULO III.....	74
ESTUDIO DE MERCADO.....	74
Introducción.....	74
Objetivos del estudio de mercado.....	74
Objetivo general.....	74
Objetivos específicos.....	75
Variables del estudio.....	75
Variables.....	75
Indicadores.....	75
Matriz del estudio de mercado.....	77
Identificación del producto.....	78
Segmentación del mercado.....	80
Identificación de la población.....	81
Mercado meta.....	81
Fórmula.....	81
Cálculo de la muestra.....	82
Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta.....	83
Encuesta a los productores y comercializadores de gorras de tela.....	97
Identificación y análisis de la demanda.....	99
Comportamiento de la demanda.....	99
Proyección de la demanda.....	99
Identificación y análisis de la oferta.....	100
Comportamiento de la oferta.....	101
Demanda insatisfecha.....	101
Análisis de precios.....	102
Comercialización.....	103
Producto.....	103

Plaza.....	104
Estrategia de precio.....	104
Estrategias de publicidad.....	105
Conclusión del estudio del mercado.....	105
CAPÍTULO IV.....	107
ESTUDIO TÉCNICO.....	107
Introducción.....	107
Objetivo general.....	107
Localización del proyecto.....	107
Macro localización.....	108
Micro localización.....	108
Croquis de ubicación calles.....	110
Distribución de las instalaciones.....	111
Tamaño del proyecto.....	115
Capacidad.....	115
Flujograma de proceso.....	115
Determinación del presupuesto técnico.....	117
Inversión fija.....	117
Costos de producción.....	121
Gastos administrativos.....	123
Gastos de ventas.....	126
Capital de trabajo.....	127
Inversión total del proyecto.....	128
Financiamiento del proyecto.....	128
CAPÍTULO V.....	129
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	129
Estructura de la inversión.....	129
Balance de arranque.....	129
Proyecciones.....	130
Presupuesto de ingresos.....	130
Presupuesto de costos operativos.....	131
Gastos y sueldos administrativos.....	132
Gastos financieros (interés de deuda).....	132
Estado de resultados.....	136

Flujo de caja con protección	138
Evaluación financiera.....	138
Tasa de descuento	138
Valor Neto Actual	139
Tasa interna de retorno (TIR)	139
Periodo de recuperación de la inversión	140
Costo – Beneficio.....	141
Tasa de rendimiento costo beneficio.....	142
Resumen de evaluación financiera.....	142
CAPÍTULO VI.....	145
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA.....	145
Introducción	145
Denominación de la empresa	145
Nombre de la Empresa.....	145
Logotipo	146
Slogan	146
Aspectos filosóficos	146
Misión	146
Visión.....	147
Objetivos institucionales	147
Valores institucionales	147
Políticas.....	148
Propósitos Institucionales	149
Estructura Organizacional de la empresa.....	150
Orgánico estructural.....	150
Orgánico funcional.....	150
Manual de Funciones	153
Flujogramas de Procedimientos	157
Constitución jurídica.....	159
Clase de Empresa.....	159
Conformación jurídica de la empresa	159
Normatividad aplicable a la empresa	161
CAPÍTULO VII	163
IMPACTOS DEL PROYECTO	163

Análisis de impactos	163
Identificación de los impactos	164
Impacto social	164
Impacto Cultural	165
Impacto económico	166
Impacto ético.....	167
Impacto ambiental.....	168
Impactos generales.....	169
CONCLUSIONES	170
RECOMENDACIONES.....	172
BIBLIOGRAFÍA	173
LINKOGRAFÍA	178
ANEXOS	179
ANEXO 1.....	180
ANEXO 2.....	181
ANEXO 3.....	182
ANEXO 4.....	186
ANEXO 5.....	191
ANEXO 6.....	192

ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz de relación diagnóstica	36
2. Establecimientos de acuerdo a su actividad.....	38
3. Clasificación actividades mayor ingreso	38
4. Empresas en Imbabura de sombreros y gorras	39
5. Establecimientos sector textil Imbabura	40
6. Empresas textiles de Antonio Ante.....	40
7. Personal ocupado	41
8. División de la población del Cantón Antonio Ante por sector	42
9. Distribución poblacional de género por parroquia.....	42
10. Oficina de información i-tur región sierra norte	43
11. Servicios Básicos	44
12. Actividades económicas de Antonio Ante	46
13. Población económicamente activa en Antonio Ante	47
14. Población económicamente activa en Imbabura.....	48
15. Proveedores Locales	49
16. Mano de obra	51
17. Matriz del estudio de mercado	77
18. Cálculo de la muestra.....	82
19. Frecuencia de Uso.....	83
20. Compra de Gorras	84
21. Tipo de Tela para la Elaboración de Gorras	85
22. Objetivo de compra.....	86
23. Frecuencia de Adquisición.....	87
24. Importancia del Gusto del Cliente	88
25. Lugar de Adquisición de las Gorras.....	89
26. Promedio de Precios	90
27. Importancia del Consumo del Cliente.....	91
28. Importancia de Uso de Gorra	92
29. Publicidad	93
30. Género de los Encuestados	94
31. Edad de los Encuestados	95
32. Ocupación de los Encuestados.....	96

33. Venta en el Establecimiento.....	97
34. Cantidad de Ventas	98
35. Producción	98
36. Comercialización	98
37. Consumo Aparente.....	99
38. Demanda Futura de gorras de tela	100
39. Oferta actual de gorras de tela	101
40. Balance entre demanda – Oferta	102
41. Análisis de precios	102
42. Matriz Ponderación de Factores.....	110
43. Distribución de la Planta.....	112
44. Capacidad Instalada del Proyecto	115
45. Maquinaria y Equipos	117
46. Muebles y Enseres	120
47. Equipos de Computación	120
48. Resumen Activos Fijos	121
49. Gastos de Constitución	121
50. Materia prima - capital de trabajo	122
51. Materiales e Insumos	122
52. Costo unitario.....	122
53. Sueldo Personal.....	123
54. Sueldos Administrativos	123
55. Suministros	124
56. Servicios Básicos	124
57. Mantenimiento Equipo de Cómputo	125
58. Remodelación Infraestructura m2.....	125
59. Sueldos de Ventas	126
60. Gasto Publicidad	126
61. Capital de Trabajo.....	127
62. Inversión del Proyecto	128
63. Financiamiento Proyecto	128
64. Balance Inicial	129
65. Presupuesto de Ingresos.....	131
66. Presupuesto Costos Operativos.....	131

67. Gastos y Sueldos Administrativos	132
68. Tabla De Amortización.....	134
69. Resumen amortización.....	135
70. Interés Anual.....	135
71. Depreciaciones.....	135
72. Estado de Resultados	136
73. Flujo de Caja.....	138
74. Valor Neto Actual.....	139
75. Tasa interna de retorno.....	140
76. Periodo de Recuperación	140
77. Costo Beneficio.....	141
78. Resumen Evaluación Financiera.....	142
79. Valores Corporativos	147
80. Propósitos Institucionales	149
81. Orgánico funcional.....	151
82. Manual de Funciones Gerente	153
83. Manual de Funciones Contador (a).....	154
84. Manual de Funciones Vendedor (a).....	155
85. Manual de Funciones Operario (a)	156
86. Obligaciones jurídicas.....	161
87. Obligaciones tributarias	161
88. Obligaciones patronales	162
89. Rango de los niveles de impacto.....	163
90. Matriz de impacto social.....	164
91. Matriz de impacto cultural	165
92. Matriz de impacto económico.....	166
93. Matriz de impacto ético	167
94. Matriz de impacto ambiental	168
95. Matriz de impactos generales.....	169

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Viabilidad.....	44
2. Gorra Tradicional.....	79
3. Gorra Institucional	80
4. Frecuencia de Uso.....	83
5. Compra de Gorras	84
6. Tipo de Tela para la Elaboración de Gorras	85
7. Objetivo de compra.....	86
8. Frecuencia de Adquisición.....	87
9. Importancia del Gusto del Cliente	88
10. Lugar de Adquisición de las Gorras.....	89
11. Promedio de Precios	90
12. Importancia del Consumo del Cliente.....	91
13. Importancia de Uso de Gorra	92
14. Publicidad	93
15. Género de los Encuestados	94
16. Edad de los Encuestados	95
17. Ocupación de los Encuestados.....	96
18. Canales de distribución	104
19. Mapa zona 1	108
20. Mapa provincial de Imbabura	109
21. Croquis de Ubicación Calles.....	111
22. Distribución de la Planta.....	113
23. Flujograma de proceso	116
24. Punto de equilibrio.....	144
25. Logotipo	146
26. Organigrama Estructural	150
27. Flujograma de procedimientos.....	157
28. Flujograma comercialización.....	158

PRESENTACIÓN

El presente proyecto busca la factibilidad de una empresa productora y comercializadora de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura, que luego de un proceso de investigación, busca sostener la viabilidad del objetivo general.

Capítulo I; describe el diagnóstico en el que se determina los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, así como también el entorno donde se implantará el presente proyecto.

Capítulo II; Marco Teórico, es la etapa en que reunimos información documental para confeccionar el diseño metodológico de la investigación, con un tratamiento de la información lógica de los contenidos utilizados en el proyecto.

Capítulo III; está estructurado por el Estudio de Mercado, en el que se define el producto, área de mercado, a quien está dirigido, la población total según grupos, tasas de crecimiento de la población, ingresos de la población, estratos sociales, investigación de mercado, información sobre la encuesta presentada, datos relevantes para la continuación del análisis, el comportamiento de la demanda, la situación actual de la demanda, el comportamiento de la oferta y balance oferta demanda.

Capítulo IV; determina el Estudio Técnico donde se especifica el tamaño del proyecto, la capacidad, los factores condicionantes del tamaño, la localización, la integración en el medio, las características geográficas, la distancia, el presupuesto de inversión fija, variable y diferida, el flujograma de procesos, la descripción de instalaciones.

Capítulo V; se refiere al Estudio Financiero que comprende el monto de los recursos económicos expresado a través de costos de la inversión, además se determinó el costo de oportunidad, presupuestos de ingresos, costos variables, costos y gastos fijos, gastos

financieros, balance general de arranque, estados de pérdidas y ganancias, flujo de caja, valor actual neto, tasa interna de retorno, recuperación de la inversión y la relación costo/beneficio.

Capítulo VI; Estructura Organizacional contiene el marco legal del proyecto, el planteamiento de la organización técnico funcional, la estructura administrativa con descripción de puesto y perfil de puesto, además tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones.

Capítulo VII; se analiza los principales impactos que generará el proyecto en el ámbito social, económico, ético y ambiental.

Una vez analizado el contenido del proyecto se pretende establecer que la creación de una empresa productora y comercializadora de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura, sea una actividad rentable capaz de generar recursos económicos y posicionamiento en el mercado local y nacional.

INTRODUCCIÓN

En la provincia de Imbabura se encuentra el cantón Antonio Ante este es el de menor extensión territorial el mismo tiene 79 kilómetros cuadrados, que significa el 1.8 % de la provincia, con una cantidad de habitantes de 51.221 aproximadamente según el último censo realizada en el 2010 por el INEC y actualizado al 2016.

En este cantón se encuentra la ciudad de Atuntaqui la misma que consta con 21.286 habitantes aproximadamente, está ubicada al norte de Ecuador. A solo 10 minutos de la ciudad de Ibarra, siguiendo al norte por la Panamericana, un letrero te da la bienvenida a Atuntaqui, una pequeña ciudad, la misma que cuenta con los servicios básicos necesarios para desarrollar diversos proyectos, cabe señalar que también tiene un crecimiento poblacional considerable y un crecimiento en infraestructura que es de vital importancia.

Hoy, el 60% de los habitantes de Antonio Ante tiene como modo de sustento la producción textil y de confecciones, lo que ha logrado Atuntaqui genere empleo para cantones cercanos como Otavalo, Cotacachi e Ibarra, constituyéndose en el cantón con menor índice de desempleo en Imbabura (5%) y uno de los cantones de mayor progreso del país.

La producción de textiles se ha convertido en la principal actividad económica del Cantón Antonio Ante de la provincia Imbabura. Actualmente en dicha actividad existen registradas 300 empresas entre pequeñas, medianas y grandes.

La importancia de la producción textil en esta región del país radica, en que a más de generar fuentes de empleo para la población local y de los cantones aledaños, se constituyen una actividad que indirectamente contribuye al desarrollo y crecimiento de otras actividades económicas, como por ejemplo el turismo y el comercio.

El importante crecimiento de la producción textil, ha determinado que a nivel provincial, el Cantón Antonio Ante sea el que registre la menor tasa de desempleo (3%), pues esta actividad crea alrededor de 5000 puestos de trabajo directos y 1000 indirectos.

Es importante resaltar que no existen empresas que ofrece este tipo de producto, con el objetivo de convertirnos en la primera empresa productora y comercializadora de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui.

PROBLEMÁTICA

El Cantón Antonio Ante es considerado como la capital de la Industria Textil del Ecuador, la cual genera fuentes de trabajo a la mayor parte de la población, con sus fábricas textiles, vendiendo a turistas nacionales y extranjeros.

Es esta ciudad la que viste a una parte importante de la población del Ecuador, a través de sus almacenes, así como también de la feria textil de los días viernes y la movilización de sus productores a las principales ciudades del país para comercializar el excelente producto; la exportación de éste a países como Colombia, Perú, Chile, Costa Rica, Argentina, entre otros, demuestran el verdadero potencial industrial que el Cantón Antonio y, que con justa razón y esforzado trabajo es reconocida como el “Centro Industrial de la Moda”.

Han pasado varias generaciones y una tras otra han transmitido esa habilidad y trabajo tesonero que con el paso del tiempo se ha complementado con el adelanto de la tecnología para llegar a ser esa ciudad productiva, industrial y competitiva que es hoy Atuntaqui con la creación de microempresas.

Ese gran potencial textil que es Atuntaqui tiene su razón y justa descendencia, desde aquel esforzado trabajo que realizó el pueblo en la magistral y monumental factoría, la “Textil Imbabura”. En la ciudad de Atuntaqui se ha desarrollado la fabricación de prendas de vestir convirtiéndose en un centro textil muy importante a nivel regional y nacional, además de ser un referente turístico aumentando así los ingresos de la población que en su gran mayoría subsiste de la fabricación de los mismos.

Al no existir una empresa productora y comercializadora de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui, la misma que se caracteriza por su producción textil se está desaprovechando la oportunidad de crear esta empresa innovadora, lo cual involucra ciertos factores como es la

rentabilidad, competitividad y la insatisfacción de los clientes con productos existentes a nivel local y regional comercializados en esta ciudad que no satisface a los consumidores, ya sea por su calidad o precio.

JUSTIFICACIÓN

Es necesario llevar a cabo este proyecto para definir los factores que influyen en la viabilidad de producir y comercializar gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui Provincia de Imbabura.

También se pretende desarrollar una solución en cuanto al aprovechamiento de los recursos físicos, económicos y humanos, con el fin de crear un negocio competitivo y diferenciable de otros existentes en otras ciudades como Ibarra y Otavalo las mismas que entregan producto para su comercialización en los locales de la ciudad de Atuntaqui.

La creación de la empresa contribuirá al crecimiento del PIB, Producto Interno Bruto, y con la matriz productiva en la que se pretende dejar de exportar productos como son las gorras que vienen de los vecinos países y fabricarlos localmente, con los mismos estándares de calidad. Además contribuye al crecimiento de la rama textil del cantón Antonio Ante conocida como la capital textil de los ecuatorianos, disminuyendo el desempleo y desarrollando la industria cantonal y provincial.

Las perspectivas es que la necesidad de proteger el rostro que va en aumento, pues actualmente con el calentamiento global existen enfermedades de la piel y las gorras protegen del sol en general y principalmente a los deportistas por lo que será necesario aumentar la cobertura de producción y comercialización porque es un producto de utilización masiva.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional para la creación de la empresa con el objeto de establecer la Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos). que puedan afectar la situación de la empresa
- Detallar las bases teórico-científicas que sirvan de apoyo para el proyecto la cual contribuirá al análisis de los resultados obtenidos.
- Realizar el estudio de mercado que determine la oferta y demanda actual del producto mediante la aplicación de diferentes herramientas de trabajo como son encuestas y entrevistas con la finalidad de determinar la aceptación de producto.
- Diseñar un estudio técnico, el mismo que nos ayudará a determinar el tamaño de la empresa, los procesos productivos, las estrategias de comercialización.
- Determinar la estructura organizacional tanto en el área administrativa, productiva y comercial con la finalidad de determinar labores y responsabilidades para inicio de la empresa.
- Realizar el estudio económico – financiero del proyecto para demostrar que es autosustentable.
- Determinar los impacto que generará esta empresa tanto en el ámbito social, económico, y ambiental.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Atuntaqui, una ciudad de 21.286 habitantes según el último Censo realizado a finales del 2010 ; ubicada en la Provincia de Imbabura, en la región norte del Ecuador, se encuentra ubicada a 10 minutos de la ciudad de Ibarra. Una ciudad que cuenta con los servicios básicos necesarios para desarrollar varios proyectos, tiene un crecimiento en infraestructura y poblacional considerable que es de vital importancia dentro de esta ciudad.

El clima es cálido semi seco, su vegetación es principalmente de pinos, olivos, eucaliptos, espinos y cipreses; la temperatura promedio es de 17° C, es de una humedad básica y media, con brisas y vientos constantes provenientes de los andes, es un lugar ideal para hacer turismo, con un clima apropiado para disfrutar de los atractivos gastronómicos y turísticos que presenta la hermosa ciudad y que acoge a cientos de turista nacionales y extranjeros.

Esta ciudad es conocida como la capital textil y de la moda en Ecuador, ya que cientos de fábricas y tiendas se hallan en la zona comercial de la ciudad, es el hogar de casi todas las marcas nacionales de prestigio, sus habitantes se dedican al comercio textil por herencia de la Ex fábrica Imbabura que albergaba a cientos de anteños en los años 70 lo cual impregno la actividad textil en esta ciudad.

Al no existir ninguna empresa que se dedique a la producción exclusiva de gorras de tela de buena calidad y sobre todo que tenga modelos exclusivos o que se encuentren a la moda y en especial que cubra las exigencias de los clientes tanto en colores, modelos, etc., y debido

a las excesivas alzas de temperatura y luminosidad de todos los sectores de nuestro país, y más que todo con el fin de salvaguardar la integridad de las personas nos hemos visto en la necesidad de crear dicha empresa, con el fin de dar una opción a la ciudadanía en general para cuidar su piel y evitar problemas de salud a futuro.

1.2. Objetivos

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional para la creación de una empresa productora y comercializadora de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura.

1.2.2. Específicos

- Identificar las empresas que se dedican a la producción de gorras de tela en la provincia.
- Evidenciar las condiciones del servicio actual de producción de gorras en la provincia.
- Determinar los datos sociodemográficos de la ciudad de Atuntaqui
- Conocer los aspectos sociales del lugar de influencia del proyecto.
- Detectar los aspectos económicos del lugar de influencia del proyecto
- Indagar sobre la tecnología utilizada en la confección de gorras de tela.
- Determinar las principales cadenas de comercialización del producto.

1.3. Variables e indicadores

1.3.1. Variables

- Empresas Productoras
- Producción
- Socio demográfico

- Aspectos social
- Aspecto económico
- Tecnología
- Comercialización

1.3.2. Indicadores

Empresas Productoras

- Empresas a nivel provincial.
- Desarrollo de la producción textil.

Producción

- Volumen de Producción
- Calidad
- Distribución

Socio demográfico

- Población
- Género
- Turismo

Aspecto social

- Actividades Económicas
- Ocupación del Talento Humano

Aspecto Económico

- Población económicamente activa
- Actividad textil Antonio Ante

Tecnología

- Maquinaria de punta
- Mano de Obra

Comercialización

- Plazas de venta
- Promociones
- Precio

1.4. Matriz de relación diagnóstica

Tabla N° 1

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	SUJETO
Identificar las empresas que se dedican a la producción de gorras de tela en la provincia	* Empresas Productoras	* Empresas a nivel provincial * Desarrollo de la producción textil	*Secundario	Investigación Bibliográfica Documental	* Instituto Nacional de Estadísticas (INEC) *SRI *CIU
Evidenciar las condiciones del servicio actual de producción de gorras	* Producción	*Variedad *Calidad *Distribución	*Primaria	Observación Entrevista	* Almacenes de Atuntaqui * Productores
Determinar los datos socio demográficos de la ciudad de Atuntaqui	* Situación Demográfica	*Población *Género *Turismo	*Secundario	Referencias Estadísticas Internet	Instituto Nacional de Estadísticas (INEC)
Conocer los aspectos socio económicos del lugar de influencia del proyecto	* Aspecto social	➤ Actividades Económicas ➤ Ocupación del Talento Humano	*Secundario	Referencias Estadísticas Internet	Instituto Nacional de Estadísticas (INEC)
Detectar las actividades económica del cantón Antonio Ante	* Aspecto Económico	➤ Población económicamente activa ➤ Actividad textil Antonio Ante	Secundario	Referencias Estadísticas Internet	Instituto Nacional de Estadísticas (INEC)
Indagar sobre la tecnología utilizada en la confección de gorras de tela	Tecnología	*Maquinaria *Mano de Obra	*Secundario	Referencias Técnicas	Manual Instructivo
Determinar las principales cadenas de comercialización del producto	* Comercialización	*Plazas de Venta *Promoción *Precio	*Primaria	Entrevista	Productores

Elaborado por: Las Autoras

1.5. Identificación de la población

La información para este proyecto será recolectada en el cantón Antonio Ante, específicamente en la parroquia de Atuntaqui es considerada como la cabecera cantonal, capital de la moda textil del Ecuador.

1.6. Fuente de información

1.6.1. Información primaria

Observación Directa.- Se realizó mediante visitas a los almacenes y locales de Atuntaqui existentes en la parroquia, para poder identificar calidad, variedad y distribución.

Entrevista.- Mediante esta técnica se pudo obtener la información requerida para los análisis pertinentes.

Para el desarrollo de este diagnóstico se acudió a fuentes de información secundaria, como Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), GAD Municipal de Antonio Ante, Internet, Información Documental, entre otros.

1.7. Análisis de variables diagnósticas

1.7.1. Empresas productoras

➤ Empresas a nivel provincial

Se ha visto que la industria textil se establece como un sector dinámico dentro de la producción nacional, debido a que en 2014 registra un crecimiento de 4.30% respecto al año anterior y representa el 0.9% del PIB nacional y el 7.24% del PIB manufacturero.

De acuerdo al INEC 2010 tenemos los establecimientos de la siguiente manera:

Tabla N° 2**Establecimientos de acuerdo a su actividad**

ACTIVIDADES	%
Comercio al por mayor y menor	51.5%
Industrias manufactureras	17.6
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	11%
Enseñanza	3%
Otras actividades de servicios	5.8%
Información y comunicación	4.2%
Actividades de la atención de la salud humana	1.5%
Actividades financieras y de seguros	0.3%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.8%
Otros	3.3%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010
Elaborado por: Las Autoras

A nivel de la Provincia de Imbabura tenemos diversas empresas que se dedican a diferentes actividades económicas que generan mayor ingreso, así nos muestra el siguiente cuadro:

Tabla N° 3**Clasificación actividades mayor ingreso**

Clasificación Ingreso	%
Actividad Principal	
Comercio al por mayor y al por menor - reparación de vehículos automotores y motocicletas.	73.7%
Industrias manufactureras.	19.3%
Enseñanza.	2.3%

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), 2010
Elaborado por: Las Autoras

Tipo de Negocio.- De acuerdo al clasificador de actividades del Servicio de Rentas Internas (SRI) la empresa se registra en los datos que presentamos a continuación CIU

CIIU 4.0

C. Industrias manufactureras.

C14. Fabricación de prendas de vestir

C1410.05. Fabricación de gorros y sombreros (incluido los de piel y paja toquilla)

C1410.05.02. Fabricación de gorros y tocados de cualquier material.

En Imbabura de acuerdo con el Clasificador de Actividades encontramos los siguientes establecimientos dedicados a la confección de Sombreros y gorras:

Tabla N° 4

Empresas en Imbabura de sombreros y gorras

CANTON	ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTOS	ESTADO
IBARRA	SOMBRERERIA	1	ABIERTO
	BOINAS Y ACCESORIOS PRENDAS DE VESTIR	2	ABIERTO
OTAVALO	SOMBRERERIA	17	ABIERTO
TOTAL		20	

Fuente: CIIU Servicio de Rentas Internas (S.R.I.)
Elaborado por: Las Autoras

En la tabla N° 4 se puede observar que en la Provincia de Imbabura no tenemos una empresa que se dedique específicamente a la confección y comercialización de gorras de tela, ya que la mayoría de establecimientos se dedican a la fabricación de sombreros.

➤ **Desarrollo de la Producción textil**

La producción textil en la Provincia de Imbabura en el año 2010 según el INEC se presenta así:

Tabla N° 5**Establecimientos sector textil Imbabura**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Fabricación de productos Textiles	95	18%
Fabricación de prendas de vestir	443	82%
TOTAL	538	100%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010)
Elaborado por: Las Autoras

En el cantón Antonio Ante, tal como se aprecia en la tabla N° 6 existen 196 empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir y a la venta en almacenes de acuerdo a la información de la Cámara de Comercio de Antonio Ante– 2013, a esto se suman las empresas proveedoras de telas e hilos.

Tabla N° 6**Empresas textiles de Antonio Ante**

EMPRESAS TEXTILES DE ANTONIO ANTE	
TIPO	CANTIDAD
LENCERIA	14
PIJAMAS	15
MEDIAS	12
ROPA CASUAL	39
ROPA DEPORTIVA	48
ROPA INFANTIL	19
ROPA INTERIOR	4
SWEATERS	45
TOTAL	196

Fuente: Cámara de Comercio de Antonio Ante 2013
Elaborado por: Las Autoras

La industria textil y otras áreas como la agroindustria, han ayudado al desarrollo de la ciudad de Atuntaqui, cabecera cantonal. Esta parroquia es una de las que tiene menor índice de desempleo en el país, según el municipio es del 3%, mientras que la, media nacional es de 4.88%, reporta el INEC 2010.

La mayoría de trabajadores son de los barrios periféricos de Atuntaqui y de las parroquias rurales, también se emplean a trabajadores de otros cantones.

Tabla N° 7

Personal ocupado

Detalle	Fabricación de productos textiles	Fabricación de prendas de vestir
Personal hombres	379	2110
Personal mujeres	149	775
Total Personal	528	2885

Fuente: Cámara de Comercio de Antonio Ante 2013
Elaborado por: Las Autoras

1.7.2. Producción

De acuerdo a la observación y a la entrevista que se realizó a los dueños de diferentes locales comerciales que expenden este tipo de producto se pudo constatar que los mismos que no cuentan con un stock variado y con precios accesibles al mercado distribución directa de mediana y baja calidad vendidas al consumidor final.

1.7.3. Aspectos socio-demográficos

➤ Población

De acuerdo al censo poblacional del año 2010, Antonio ante esta conformado por 43.518 habitantes, entre hombres y mujeres, en el siguiente cuadro se muestra la distribución poblacional:

Tabla N° 8

División de la población del Cantón Antonio Ante por sector

	GÉNERO		GRUPOS ETARIOS				TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	NIÑOS ADOLECENTES	Y JOVENES	ADULTOS	ADULTOS MAYORES	
PARROQUIA							
ATUNTA	11208	12091	7020	6107	8208	1964	23299
QUI							
IMBAYA	652	627	416	339	444	80	1279
NATABU	2719	2932	1676	1588	1939	448	5651
ELA							
CHALTU	1503	1644	922	779	1118	328	3147
RA							
SAN	4987	5155	3570	2792	2991	789	10142
ROQUE							
TOTAL	21069	22449	13604	11605	14700	3609	43518

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010
Elaborado por: Las Autoras

Como podemos observar en la tabla N° 8 Atuntaqui cuenta con mayor cantidad de habitantes siendo el 53.54%; mientras que las demás parroquias tiene un porcentaje menor.

➤ **Género**

Antonio Ante según el censo del año 2010, el género de la población está de la siguiente manera:

Tabla N° 9

Distribución poblacional de género por parroquia

PARROQUIA	GÉNERO		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
ATUNTAQUI	11208	12091	23.299
IMBAYA	652	627	1.279
NATABUELA	2719	2932	5.651
CHALTURA	1503	1644	3147
SAN ROQUE	4987	5155	10142
TOTAL	21069	22449	43.518

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010
Elaborado por: Las Autoras

Se muestra que según el censo del año 2010 Antonio Ante cuenta con 43.518 habitantes, de los cuales 21.069 corresponden a los hombres y 22.449 a las mujeres. Así mismo lo habitan en la cabecera cantonal, que es el área urbana de mayor número de habitantes.

➤ **Turismo**

La ciudad de Atuntaqui posee un gran potencial turístico, ya que su tradición textilera la ha convertido en un gran centro comercial de prendas de vestir, cuenta con una gran variedad de almacenes que acogen a propios y extraños y ponen a su disposición productos textiles confeccionados por gente anteña, también es muy reconocida por su gastronomía que brinda.

Posee una gran visita nacional y extranjera a la conocida Ex- Fábrica Textil Imbabura, Patrimonio cultural del Ecuador, su antiguísima maquinaria inglesa y alemana, así como su imponente e histórica edificación que data de los años 20 y por lo impresionante de sus instalaciones que albergaba y daba empleo a más de 1000 trabajadores, hacen de esta factoría uno de los principales y más visitados recursos del cantón.

Es así como Atuntaqui ofrece un destino turístico ideal para disfrutar de esta hermosa ciudad ubicada en la Provincia de Imbabura.

Tabla N° 10

Oficina de información i-tur región sierra norte

TURISTAS		
1500	50%	Consumen productos textiles y gastronómicos
900	30%	Visitan balnearios, centros comerciales
600	20%	Turistas locales, actividades familiares en lagos, lagunas y parques
3000	100%	Llegan a la provincia de Imbabura

Fuente: Base de Datos de I-TUR Antonio Ante 2010
Elaborado por: Las Autoras

➤ Cobertura de Servicios básicos

Para la realización de un proyecto es necesario contar con todos los servicios básicos necesarios, en Atuntaqui se presenta de la siguiente manera:

Tabla N° 11

Servicios Básicos

Servicio	Porcentaje
Agua potable	85.08%
Alcantarillado	79.43%
Recolección de basura	89.23%
Servicios eléctrico	97.78%
Teléfono Convencional	33%
Internet	60%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010
Elaborado por: Las Autoras

➤ Viabilidad

Antonio Ante se encuentra a pocos minutos de la ciudad de Otavalo, las vías de acceso son amplias seguras y expeditas, lo cual acortan los tiempos de viaje, se reduce los gastos en mantenimiento y carga de combustible.

Figura N° 1

Viabilidad



Fuente: www.obraspublicas.gob.ec

1.7.4. Aspectos sociales

El análisis social de un país se determina con datos de acontecimientos pasados y presentes para poder determinar datos futuros, sobre aspectos relevantes al momento de desarrollar en la empresa, se debe desarrollar un estudio macro, es decir un análisis del entorno ya que pueden presentar oportunidades las cuales deben ser aprovechadas por las empresas.

El análisis socioeconómico dentro de un proyecto tiene que ver con los cambios económicos que pueden presentar, dichos cambios pueden identificarse en las economías, las mismas que pueden estar dadas por los siguientes factores: al crecimiento económico y al desarrollo del país.

➤ Actividades económicas

La actividad industrial textil es la más importante en la parroquia de Atuntaqui la misma que se ha desarrollado con fuerza a nivel familiar y de asociaciones. Se destacan por diferentes modelos de prendas, con calidad de exportación en los almacenes comerciales.

Se caracteriza por poseer una de las mejores industrias textiles del país. Sus nombradas ferias textiles reconocidas a nivel nacional e internacional le dan un mayor nivel de calidad.

Está conformada por pequeñas y medianas industrias realizadas por el 80% de la población del sector, los cuales generan gran cantidad de empleo.

En relación a la producción de gorras de tela, según información obtenida en el GAD Municipal de Antonio Ante en la actualidad no existe una empresa que se dedique a esta actividad en el sector, sin embargo hemos encontrado en los locales de la ciudad este tipo de prenda que llegan de las ciudades aledañas donde existen fábricas que elaboran este producto

de marcas reconocidas. Al igual que se ha detectado prendas de procedencia extranjera que han ingresado al país de manera ilegal.

El GAD Municipal de Antonio Ante tiene como objetivo promocionar a la ciudad no solo en feriados, sino por todo el año; a nivel nacional e internacional, por lo que generan eventos artísticos y culturales, rescatando fechas importantes para la atracción de los turistas nacionales y extranjeros.

Tabla N° 12

Actividades económicas de Antonio Ante

Rama de actividad	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3038	16
Explotación de minas y canteras	26	0
Industrias manufactureras	5322	28
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	26	0
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	28	0
Construcción	1510	8
Comercio al por mayor y menor	2682	14
Transporte y almacenamiento	798	4
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	521	3
Información y comunicación	142	1
Actividades financieras y de seguros	124	1
Actividades inmobiliarias	9	0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	196	1
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	280	1
Administración pública y defensa	623	3
Enseñanza	743	4
Actividades de la atención de la salud humana	408	2
Artes, entretenimiento y recreación	76	0
Otras actividades de servicios	258	1
Actividades de los hogares como empleadores	542	3
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	5	0
No declarado	1170	6
Trabajador nuevo	471	2
Total	18998	100

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), 2010

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Población económicamente activa**

La población económicamente activa es aquella que ayuda a que el Cantón progrese, es decir son las personas que de alguna u otra forma generan progreso económico al mismo, los cuales pueden aportar mediante un trabajo en relación de dependencia o por su propia microempresa o empresa grande. La población económicamente activa del Cantón Antonio Ante está conformada por hombres 10.980 y mujeres 7.994 mujeres, dando un total de 18974, como indica la siguiente tabla:

Tabla N° 13

Población económicamente activa en Antonio Ante

DETALLE	GÉNERO	PEA
ATUNTAQUI	Hombre	6.011
	Mujer	4.853
	Total	10.864
IMBAYA		PEA
	Hombre	373
	Mujer	182
	Total	555
SAN FRANCISCO DE NATABUELA		PEA
	Hombre	1.507
	Mujer	1.029
	Total	2.536
SAN JOSE DE CHALTURA		PEA
	Hombre	789
	Mujer	542
	Total	1.331
SAN ROQUE		PEA
	Hombre	2.300
	Mujer	1.388
	Total	3.688
TOTAL		PEA
	Hombre	10.980
	Mujer	7.994
	Total	18.974

Fuente INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), 2010
Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 14**Población económicamente activa en Imbabura**

DETALLE	GÉNERO	PEA
IMBABURA	HOMBRES	111.576
	MUJERES	76.221
	TOTAL	187.797

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016
Elaborado por: Las Autoras

1.7.5. Comercialización**➤ Plazas de ventas**

Para abaratar costos la principal plaza que debe contar la empresa es la distribución directa al por mayor y menor, contando como recurso un punto de venta y los distribuidores serán comerciantes intermediarios de que son las diferentes plazas de ventas que contará el proyecto. Además se participará en las ferias y eventos organizados por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante.

Cabe destacarse entonces que las mencionadas operaciones, acciones, se suceden de una manera, dinámica, planeada y consecutiva y por supuesto producen una transformación sustancial en las sustancias o materias primas utilizadas, es decir, los insumos que entran en juego para producir tal o cual producto sufrirán una modificación para formar ese producto y para más luego colocarlo en el mercado que corresponda para ser comercializado, en este proceso participan procesos humanos tecnológicos, económicos, entre otros.





➤ Promoción

Conocer tipos de promociones que existen en este tipo de prenda, para alentar las ventas del producto.

➤ Tecnología

En la actualidad el Ecuador es un país que cuenta con tecnología de punta, motivo por el cual la producción de nuestros productos tiene la garantía de estos. En la provincia de Imbabura existen empresas importantes proveedoras de máquinas industriales de marcas reconocidas. Así se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla N° 15
Proveedores Locales

PROVEEDOR	DETALLE	MARCA MODELO	CIUDAD	
MAINCO SINGER SERVIMAQ	M. RECTA	JUKI 8100EH	ATUNTAQUI OTAVALO IBARRA	
	M OVERLOK	JUKI 6714S		
	M Flatlock	SUNSTAR SPS/CV1		
	CORTADORA RECTA	GEMSY		

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras

Máquina Recta JUKI 8100EH

Es una máquina de costura pespunte usada en todo tipo de tela, al ser una maquina universal su uso se da de acuerdo al modelo, en este caso la utilizaremos en la confección de la base de la gorra de tela gabardina. Tiene alto rendimiento en trabajos largos y continuos con un bajo nivel de vibración al momento de su trabajo.

Maquina Overlok Juki 6714s

El uso que damos a esta máquina es para cerrar la costuras de las gorras creando un trabajo bien elaborado, funcionan a altas velocidades y son utilizadas para hacer bordes de telas y coser diversos productos, sus costuras son variables y se las puede utilizar para decoración refuerzo o construcción.

Maquina SUNSTAR SPS/CV1

En la actualidad el mercado de máquinas industriales de confección ofrece dicha maquinaria para confeccionar la visera de las gorras, lo cual permite la elaboración del forrado de las viseras dando un toque de perfeccionismo y buen aspecto en el producto terminado.

Cortadora Recta GEMSY

Con esta máquina seccionaremos las piezas que van a ser utilizadas para la confección de las gorras, esta máquina permitirá un corte exacto del molde para la fabricación del mismo con la celeridad que necesitamos para nuestra producción.

1.7.6. Materia prima e insumos

La materia prima que se pretende utilizar es la tela gabardina ya que posee algodón, fibra y lana sintética, con una consistencia durable, la misma que será adquirida en el mercado nacional.

Para la adquisición de la materia prima existen proveedores mayoristas locales y provinciales así como Almacenes Indutexma, Astra, Comercial Garzón.

➤ **Mano de obra**

La mano de obra que se utilizará es de personas del sector los mismos que se encuentran con experiencia y capacitados en m para el manejo de la maquinaria textil, y elaboración del producto terminado.

Tabla N° 16

Mano de obra

Grupo de ocupación	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	14313	9203	5110
Miembros profesionales	996	565	431
Empleados de Oficina	541	278	263
Trabajadores servicios	1754	852	902
Agricultores	1333	1081	252
Operarios y operadores de maquinaria	5398	3641	1757
Trabajo no calificado	3211	2123	1088
Otros	1080	663	417

Fuente : INEC 2015

Esto ayudara a generar fuentes de trabajo en el sector con los habitantes el mismo.

1.8. Construcción matriz AOOD

1.8.1. Aliados

- Recursos humanos con experiencia gracias a desarrollo textil.
- Maquinaria disponible en el mercado.
- Proveedores locales de materia prima e insumos para la confección
- Vías de acceso de primer orden

1.8.2. Oponentes

- Competencia de otras ciudades.
- Poca experiencia en el emprendimiento de este proyecto.

1.8.3. Oportunidades

- Afluencia de turistas nacionales y extranjeros.
- Organización de expo ferias que se realizan continuamente en la ciudad, las mismas que ayudan a atraer a muchos turistas
- La primera empresa exclusiva en el sector que se dedique a la elaboración de este tipo de prenda
- Auspicio de eventos deportivos (campeonatos de futbol)

1.8.4. Riesgos

- La inadecuada administración podrá ocasionar riesgos en la empresa, los cuales pueden causar un desequilibrio productivo.
- Leyes rígidas del código de trabajo.
- Menor consumo del producto en época invernal.

1.9. Identificación de la oportunidad de inversión

Atuntaqui por ser una ciudad textil, es oportuno y necesario ampliarse con nuevas ofertas, en vista a la investigación se ha determinado que las empresas que existen en la ciudad representan el sustento del 60% de los habitantes de este sector y las que se encuentran en sus alrededores se dedican a confeccionar todo tipo de prenda, pero ninguna tiene una exclusividad con lo relacionado a gorras de tela por lo que se concluye que es un mercado por ser explotado ya que cuenta con vías de primer orden para su acceso, al igual que artesanos altamente

calificados quienes operan maquinaria de punta para la elaboración este tipo de prenda, organización de expo-ferias, auspicio de eventos deportivos, y en especial la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, según datos del I-TUR del 100% que visitan la provincia de Imbabura, el 50% año 2013 son los que consumen productos textiles y gastronómicos, los mismos que dan vida a este negocio, debido a que por el momento existe una dependencia de productos que llegan de otras ciudades los mismos que se adquieren a precios nada módicos.

Por lo que el presente ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GORRAS DE TELA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA, tiene como finalidad enriquecer la actividad profesional aplicando diferentes conceptos aprendidos en el transcurso de la carrera los mismos que permitan un adecuado funcionamiento de la organización y una mejora continua de los proceso y comercialización con el fin de minimizar los riesgos económicos y competitivos que se presentan día a día para los nuevos empresarios, los mismos que influirán en la cogida y posicionamiento de nuestro producto en las diferentes plazas de comercialización.

La importancia de la producción textil en esta región del país radica en que a más de generar fuentes de empleo para la población local y de los cantones aledaños, se constituye una actividad que indirectamente contribuye al desarrollo y crecimiento de otras actividades.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. Factibilidad

Según (Ariza B, 2011) define *“Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.”*

Antes de entrar en ejecución un proyecto es factible cuando sus indicadores de los estudios realizados de mercado, técnico y financiero son factibles, se determina la viabilidad de un proyecto cuando comienza su ejecución.

2.1.1. Estudio de Factibilidad

Según (Ramírez Almaguer, 2011) Manifiesta al estudio de factibilidad como “El análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.”

Después de realizado el estudio de factibilidad se determina si se puede ejecutar cuando todos sus indicadores son positivos.

2.1.2. Proyecto de Inversión

(Vivallo, 2011, pág. 13) “Los proyectos están integrados al proceso de Planificación que consiste en la toma de decisiones anticipadas de lo que debe ser hecho para alcanzar lo que se desea en el futuro. Los Proyectos son instrumentos de la Planificación. Hay proyectos de vida, sociales, políticos, históricos, expresan escenarios futuros y tienen distintos métodos de evaluación”.

Los proyectos de inversión buscan la utilidad o rentabilidad justa que se pueda recuperar la inversión.

2.2. Empresa

2.2.1. Definición de Empresa

(ZAPATA, 2011, págs. 5-13) Afirma: *“Es la Organización de un negocio destinado a ofrecer bienes y servicios de buena calidad y a precios razonables a los consumidores”*.

Una empresa es un sistema con su entorno definido como la industria en la cual se materializa una idea, de forma, planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad comercial.

Los paradigmas de una empresa han cambiado pues antes tan solo era un grupo de personas que perseguían un lucro personal, actualmente busca satisfacer las necesidades de la población con calidad y calidez, la rentabilidad viene por añadidura.

2.2.2. Empresas Comerciales

Las empresas comerciales Según (FIERRO Ángel, 2011, pág. 75) dice: "Desarrollan su actividad mediante la oferta de bienes corporales muebles e inmuebles a consumidores, en cantidades, géneros diversos y valores, para su uso o consumo de cuya actividad obtienen los beneficios para sus dueños".

Cuando las empresas comerciales satisfacen las necesidades de sus clientes en precio, producto, tiempo, calidad, valor agregado, se puede decir que cumple con las expectativas de una sociedad de consumo.

2.2.3. Empresas Privadas

Según la autora (BRAVO Mercedes, 2013, pág. 3) define: "Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado o personas naturales o jurídicas".

Las empresas privadas se desarrollan en una competencia entre sí con la finalidad de captar el mercado y sobresalen las que aplican estrategias que favorecen al cliente.

2.2.4. Tipos de Empresas

Según (Moyano, 2011, págs. 3-8) manifiesta: “*Clasificación según su actividad económica*”

a) “Según la actividad a la que se dediquen se puede hablar de empresas del:

- *Sector primario (agricultura).*
- *Sector secundario (construcción).*
- *Sector terciario (servicios)”*

Estos tres grupos de empresas permiten calcular el Producto Interno Bruto.

b) Clasificación según su creación

- *Empresas individuales.*
- *Sociedades anónimas.*
- *Sociedades de responsabilidad limitada.*
- *Cooperativas.” .” (E-ECONOMIC.ES, 2013, pág. 65)*

Las empresas individuales o naturales son fáciles de crear, pues las sociedades y cooperativas se rigen a una normativa de una superintendencia.

Según.” (E-ECONOMIC.ES, 2013, pág. 65) *Empresas se clasifican por su tamaño en:*

- *Grandes empresas: Aquellas empresas cuyo volumen de negocio haya superado durante el año contable justo anterior 10'000.00 dólares. Además, están obligadas a presentar mensualmente sus declaraciones-liquidaciones referentes a retenciones, impuesto sobre el valor añadido (IVA), impuestos especiales y primas de seguros.*

- *Pymes: A efectos de la Agencia tributaria, se consideran PYMES todas aquellas organizaciones que no son grandes empresas con obligación de declarar mensualmente sus retenciones sobre rendimientos del trabajo y actividades económicas”*

2.2.5. La Industria

Según (www.deconceptos.com, 2011), define: *la palabra industria se origina en el latín que significa construir o elaborar algo con ingenio y sutileza; la industria es una actividad económica calificada como secundaria, que consiste en transformar la materia prima en un producto elaborado”.*

Es la transformación de materia prima en productos elaborados o semi elaborados con la finalidad de cubrir las necesidades de la población.

2.2.6. Innovación de nuevas industrias

Según (Berumen, 2011, pág. 25), expresa: *“creación y modificación de un producto, y su introducción en un mercado”.*

La innovación industrial es primordial para el desarrollo de la empresa, por lo que se hace indispensable buscar alternativas de cambios con tecnologías modernas y de punta que le permita a la empresa hacer competitiva, productiva y mejorar la rentabilidad.

2.3. Diagnóstico Situacional

Fuente especificada no válida. manifiesta que: “ la palabra diagnóstico, deriva de los términos DIA que significa “a través de” y GNOSIS que significa “conocer”. Por lo tanto significa conocer a través o por medio de. El diagnóstico es la conclusión se un estudio técnico e investigativo de un realidad expresada en juicio comparativo sobre una situación o realidad dada”.

Mediante el diagnóstico situacional se puede detectar los aspectos positivos y negativos socio económico que pueden presentarse en la elaboración del presente proyecto.

2.4. Estudio de Mercado

(Fonseca, 2011, pág. 21); *Aunque el mercado es de uso común se emplea este término en el lenguaje cotidiano para designar un lugar físico donde se realizan operaciones comerciales*".

De un estudio de mercado realizado eficientemente depende la sostenibilidad de un proyecto.

2.4.1. Segmentación de Mercado

Según (Jones, 2015, pág. 2) *"la manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva"*

Para calcular la muestra es necesario segmentar el mercado en grupos de consumidores ya sea por edades, ingresos económicos. Lugar entre otros.

2.4.2. Mercado Meta

(Klother & Armstrong, 2013, pág. 175) *"Mercado meta es el conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide atender"*.

Una vez segmentado el mercado la meta es el población a quien está dirigido el producto o servicio.

2.4.3. Definición de cliente

Según (Córdoba Padilla, Marcial, 2011, pág. 27) dice: *“El cliente es el componente fundamental del mercado. Se le denomina “Mercado meta”, ya que será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto, constituyéndose en su razón de ser”*.

El cliente se convierte en el principal elemento de una empresa, pues de ellos depende el crecimiento o desarrollo empresarial.

2.4.4. Comercialización

(Baca Urbina, 2013, pág. 64) *“comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”*

La comercialización depende de la oferta y de la demanda, cuando existe saturación en el mercado no se puede comercializar un producto o servicio.

2.4.5. Marketing

Según: (<http://ciberconta.unizar.es/LECCION/>, 2015) *“Marketing es un sistema total de actividades mercantiles, encaminada a planear, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores potenciales”*.

La habilidad o estrategia para convencer sobre las bondades de un producto o servicio se requiere de un plan de marketing.

2.4.6. Demanda

Según (PONTON ZAMBRANO, 2013, pág. 173); “La demanda son las cantidades de un bien o servicio que los consumidores o quienes lo requieran están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo constantes durante un período de análisis los demás determinantes que influyen en su función”

Se entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que necesita la población y que pueden ser adquiridos a diferentes precios de mercado por el consumidor

2.4.7. Demanda Insatisfecha

Según: (Andia Valencia, 2011, pág. 67) Manifiesta: “La demanda insatisfecha es uno de los aspectos más importantes que se desarrollan en la elaboración de los proyectos de inversión, su presentación y determinación adecuada ayuda a sustentar la intervención y los recursos necesarios para implementarlo, el proyecto cubrirá la demanda no atendida y/o la demanda atendida pero no satisfecha”.

De la demanda insatisfecha depende la factibilidad del proyecto entre más bajo sea el porcentaje de participación será más factible porque tendrá un mercado mas grande.

2.4.8. Oferta

(<http://definicion.com>, 2012) Define: *“La oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto”.*

2.4.9. Precio

(Santesmases Mestre, 2014, pág. 201), dice: *“El precio puede ser considerado como el punto en el que se iguala el valor monetario de un producto para el comprador con el valor de realizar la transacción para el vendedor”.*

Para captar mercados es necesario que el precio sea el más justo dependiendo la calidad, para aumentar la cobertura.

2.4.10. Producto

(Jorge & Fischer de la Vega, 2011, pág. 104). Dice que: *“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que satisfacen una necesidad, deseo y expectativas del cliente”*

El cliente siempre busca calidad, modelo, y precio, cumpliendo el producto con estas condiciones será más segura la venta.

2.4.11. Publicidad

Según: (Bullón, 2011, pág. p. 78) Manifiesta: “La publicidad llega al público a través de los medios de comunicación, dichos medios de comunicación emiten los anuncios a cambio de una contraprestación previamente fijada para adquirir dichos espacios en un contrato de compra y venta por la agencia de publicidad y el medio, emitiendo el anuncio en un horario dentro del canal que es previamente fijado por la agencia con el medio, y con el previo conocimiento del anunciante, dicho contrato es denominado contrato de emisión o difusión”.

La publicidad es una inversión porque se da a conocer las bondades del producto y se pone a disposición su calidad, precio.

2.5. Estructura Organizacional

Según el autor (BERNAL C. & Sierra, 2013, pág. 162) manifiesta: *“El diseño de la estructura organizacional es la representación formal de las relaciones laborales de las organizaciones, donde se definen la división formal del trabajo y las relaciones de dependencia en una organización”.*

Es disponer y sistematizar todos los recursos humanos, económicos y financieros de una empresa los cuales están sustentados en leyes, normas y estatutos que se establece dentro de ella.

2.5.1. Administración

Según: (Lerma y Kirchner & Juárez Bárcena, 2012, pág. 5) Define *“En su obra manifiesta El lenguaje común, planear significa definir y establecer una serie de pasos orientados a la obtención de uno o varios resultados enmarcados en un tiempo determinado”*.

De la correcta administración depende el ahorro de recursos financieros y económicos y el crecimiento empresarial.

2.5.2. Planeación

Según: (Lerma y Kirchner A. E., 2012) dice: *“En el lenguaje común, planear significa definir y establecer una serie de pasos orientados a la obtención de uno o varios resultados, enmarcados en un tiempo determinado”*

Elaborar presupuestos es parte una planificación.

2.5.3. Dirección

Para (Griffin, Treviño Rosales, & Arriola Miranda, 2011, pág. 9), la dirección es: *“el conjunto de procesos que se utilizan para que los miembros de la organización trabajen juntos para promover los intereses de la organización”*.

Los gerentes en la actualidad deben ser líderes para trabajar en equipo.

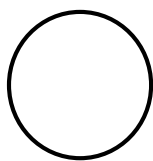
2.5.4. Control

(Munuera Alemán & Rodríguez Escudero, 2012, pág. 466), Manifiesta que: *“La efectividad del control depende, primero, de la formulación clara, concisa y cuantitativa de los objetivos y, segundo, de la disposición de información veraz y continua sobre las variables objeto de control. Se trata, por tanto, de estimar en qué medida la estrategia se ha ejecutado o se está ejecutando correctamente”*

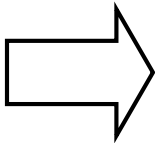
2.5.5. Flujo grama

(Hernandez y Rodriguez & Alafox de Anda, 2012, pág. 215) Manifiesta “*Son representaciones graficas del conjunto de operaciones que se realizan en un proceso productivo de repetición continua, en razón de cada uno de los productos que se obtienen de ellos*”

Según la metodología utilizada esANSI (American National Standard Institute), que recoge la forma complete y detallada cada una de los pasos que integra el procedimiento.



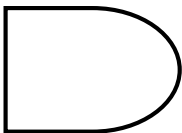
Operación.- Significa que realiza un cambio o transformación en algún componente del producto.



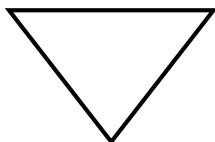
Transporte.- Es la acción de movilizar o transportar de un sitio a otro algún elemento en un proceso de producción.



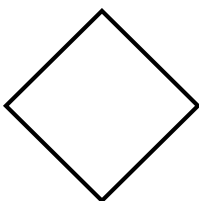
Inspección.- Representa al control de los procesos antes, durante y después de los procesos tanto en la producción y o servicio.



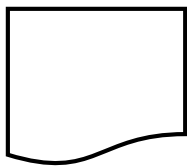
Demora.- Se representa cuando existen procesos que requieren de tiempo, y no pueden pasar al siguiente proceso, conocido también como cuellos de botella.



Archivo.- Ingreso de materiales, bienes o productos al proceso de transformación.



Decisión.- Representa la acción de efectuar el proceso o decidir una alternativa.



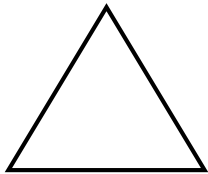
Documentación.- Indica que el output de dicha actividad incluye documentos impresos en papel.



Dirección del Flujo.- Identifica la dirección y orden de los procesos.



Conector.- Indica que el output de la parte del diagrama flujo, sirve para el input para otro diagrama de flujo



Almacenamiento.- Deposito o resguardo de materiales o información



Límites.- Representa el inicio y fin del proceso.

2.5.6. Organigrama funcional

Según el autor (BERNAL C. & Sierra, 2013, pág. 170) dice que: "La departamentalización funcional es la estructura más común para la organización de las actividades de las empresas y consiste en agrupar los cargos o puestos de trabajo en departamentos por el criterio de funciones, competencias y recursos similares. Comúnmente, este tipo de departamentalización se da cuando las organizaciones o empresas se estructuran por denominaciones de los departamentos o áreas funcionales básicas, como producción, marketing, desarrollo".

2.5.7. Planificación estratégica

Misión

Según el autor (Correa F, 2011, pág. 19) Dice que: "La misión de una empresa se refiere a la forma en que está constituida, a su esencia y a su relación con el contexto social. De esta forma, podemos definirla como una filosofía relacionada con el marco contextual de la sociedad dentro de la que opera".

Es la razón o el propósito de existir de la empresa, pues cumple las funciones básicas para la que fue creado.

- **Visión**

De acuerdo a (Cesar Augusto Bernal Torre/ Hernán Darío Sierra Arango, 2013, pág. 98) manifiesta: “la visión es, entonces, una descripción de la imagen futura que se quiere para cada organización. Por lo tanto la visión proporciona la dirección hacia la cual la organización deberá moverse durante un horizonte de tiempo para lograr la imagen o visualización a la que pretende llegar”.

Es un sueño realizable que se puede cumplir con objetivos metas.

Valores

Según (Cesar Augusto Bernal Torre/ Hernán Darío Sierra Arango, 2013, pág. 95) “Los valores regulan la vida de las organizaciones y, por consiguiente, todas las acciones de las funciones en ellos, de tal forma que en todo proceso de planeación es importante identificarlos y analizarlos con el propósito de enmarcar los diferentes aspectos de la planeación a dichos valores, los cuales han de ser el punto de referencia para su implementación”.

Políticas

Según (Cesar Augusto Bernal Torre/ Hernán Darío Sierra Arango, 2013, pág. 97) Afirma que:” son pautas que ponen las organizaciones o corporaciones se establecen para permitir tomar decisiones dentro de criterios previamente establecidos y que favorecen el logro de los objetivos institucionales o corporativos. Asimismo, son los marcos generales dentro de los cuales las personas en las organizaciones pueden tomar decisiones”.

2.6. Estudio Técnico

Según (Nassir Sapag, 2011, pág. 134) Define: “El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos”

El Estudio Técnico nos ayudara a tomar en cuenta los recursos para poder llevar a cabo la producción del producto. Consiste en diseñar la función de producción optima, que mejor utilice recursos disponibles para obtener el producto deseado, con el objetivo de verificar la disponibilidad técnica de fabricación del producto que se comercializara, mediante el estudio técnico analizaremos y determinaremos el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción.

2.6.1. Presupuesto

(R.Carlos, 2011, pág. 1). Manifiesta: “El presupuesto estudia y calcula la entrada de recursos, los costos y los tiempos en que estos pasan por el proceso productivo, el tiempo de venta, el tiempo de recaudo de efectivo y la circularidad con que estos vuelven a producir nuevos recursos, para mostrar al final la rentabilidad de los recursos circula rizados puestos a disposición.”

En un proyecto existe tres clases de presupuestos que son de ingresos o ventas, de inversiones y de costos y gastos

2.6.2. Capital de Trabajo

Según: (Ortiz, 2011, pág. 375) Manifiesta "El flujo de caja es un estado financiero básico que presenta, de una manera, dinámica, el movimiento de entradas y salidas de efectivo, de una empresa, en un período determinado de tiempo, y la situación de efectivo, al final del mismo en un período determinado de tiempo, y la situación de efectivo, al final del mismo"

- Capital de trabajo bruto: activo corriente
- Capital de trabajo neto: activo corriente-pasivo corriente

Se entiende por capital de trabajo el fondo rotativo que sirve para cubrir obligaciones financieras mientras ingresan las primeras ventas del proyecto en ejecución.

2.6.3. Ingeniería del Proyecto

(Córdoba, Formulación y evaluación de proyectos, 2011, pág. 116) afirma que: “La ingeniería del proyecto busca responder a las interrogantes básicas: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio”.

Es de vital importancia para determinar la tecnología, maquinaria y equipo y el talento humano que laborara en la planta.

2.6.4. Macro localización

(Córdoba, Formulación y evaluación de proyectos, 2011, pág. 119) al hacer referencia de este tema señala que: “La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto”.

Es importante evaluar el sitio que brinde las mejores condiciones de ubicación del proyecto tomando en cuenta que debe contar con infraestructura y accesibilidad a la adquisición de materia prima, transporte y mano de obra y si es para la comercialización tiene que ser un lugar poblado.

2.6.5. Micro localización

(Córdoba Padilla, FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS, 2011, pág. 121) “La micro-localización de un proyecto abarca la investigación y la comparación de los componente del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde opera.”.

Se le considera el lugar exacto donde funcionará el proyecto por lo que debe tener todos los servicios básicos, transporte, condiciones ambientales tamaño adecuado terreno e instalaciones entre otras.

2.7. Estudio Financiero

(Córdoba Padilla, Formulación y evaluación de proyectos, 2011) dice: “En el marco financiero se estudian los elementos financieros a ser considerados en un proyecto de inversión como resultados de operación netamente contables, mostrando las proyecciones del proyecto en materia de ingresos y egresos a través del tiempo e inclusive planteándose necesidades de financiamiento”.

2.7.1. Ingresos

(Zapata Sánchez, 2011, pág. 311) Señala: “Los ingresos constituyen los beneficios o ganancias de una empresa. Los ingresos son simplemente los que se obtienen por la venta de un bien o servicio y se lo calcula multiplicando la cantidad de productos o servicios por su precio.”

2.7.2. Egresos

(Zapata Sánchez, 2011, pág. 312) dice: “Los egresos son desembolsos presentes, pasados o futuros realizados al adquirir bienes y servicios que, al ser usados, consumidos o utilizados proporcionan beneficios o satisfacciones e impulsan directamente a la generación de una renta”.

- **Costos Fijos**

Según (Rincón Soto, 2011, pág. 44) “Son las inversiones que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción así como, sueldos pagados por tiempo, arrendamientos, depreciación línea recta etc.”

- **Costos variables**

Según (Rincón Soto, 2011, pág. 44) “Los costos variables varían directa y proporcionalmente a los cambios efectuados en el volumen de producción; se pueden

considerar costos variables a la materia prima, maquila, sueldos pagados por producción etc.”

2.7.3. Contabilidad

(Zapata Sánchez, 2011, pág. 15) “La Contabilidad es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y la evolución del mismo, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo”.

2.7.4 Registros Contables

Según (Zapata Sánchez, 2011, pág. 38) dice: *“Los libros o registros contables son instrumentos donde se registran las operaciones de una entidad económica.*

De acuerdo a las disposiciones legales, los libros contables obligatorios son:

- *El Libro Diario: en el que se transcriben todas las operaciones realizadas por la empresa, partiendo de los comprobantes. Esa transcripción se denomina “asiento”. Cada una de las operaciones que se realizan en un comercio o empresa, se registran en orden cronológico.*
- *El Libro de Inventarios y Balances: en este libro se transcriben los estados contables y el detalle del patrimonio inicial y al cierre de cada ejercicio económico.*

Registros no obligatorios:

Todos los registros que sean necesarios para determinar actividades o los que la empresa considere de utilidad, por ejemplo el Libro Mayor, el libro de Caja, el Libro de Bancos entre otros”.

2.7.5. Estado de Situación Financiera

(FIERRO MARTINEZ, 2011): “Es el primer estado financiero y está compuesto por siete clases de cuentas las cuales son: Activos, Pasivos, Patrimonio, Cuentas de orden deudoras, Cuentas de orden Acreedoras, Cuentas de orden deudoras por el contrario y cuentas de orden acreedoras por contra”.

Según: (Padilla, 2011, pág. 186) manifiesta “En el estudio financiero se especifican las necesidades de recurso a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto. Permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generara y la manera como se financiara”.

El estado de situación financiera refleja contablemente los activos que la organización posee y los pasivos o deudas y patrimonio que es la diferencia entre activos y pasivos.

2.7.6. Estado de Resultados

(Córdoba Padilla, FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS, 2011): “Las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el periodo proyectado. Como ingresos usualmente se toman en cuenta las ventas realizadas y como costos lo concerniente al costo de producción, gastos de administración y ventas e intereses por concepto de préstamos; igualmente se deduce la cuota por depreciación y amortización de activos”.

El beneficio del Estado de Resultados que muestra ordenadamente y detalladamente la manera como se obtuvo el resultado del ejercicio en un periodo determinado. Abarcando un periodo durante el cual se identifica los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo es útil y confiable para la toma de decisiones.

2.7.8. Flujo de Caja

Según: (Ortiz, 2011, pág. 375) Manifiesta “El flujo de caja es un estado financiero básico que presenta, de una manera, dinámica, el movimiento de entradas y salidas de efectivo, de una empresa, en un período determinado de tiempo, y la situación de efectivo, al final del mismo en un período determinado de tiempo, y la situación de efectivo, al final del mismo”

2.7.9. Estado de Flujos de Efectivo

Según el autor (SÁNCHEZ Zapata, 2011, pág. 389) Manifiesta que: "Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura".

El flujo de caja es donde constan todos los ingresos y egresos del efectivo que la empresa posee en un determinado tiempo ya sea en valor presente o futuro con la finalidad de tomar decisiones de inversión.

2.8. Evaluación Financiera

2.8.1. Tasa de Redescuento

Según (Meza Orozco J. d., 2011, pág. 149) Dice que: "La tasa de redescuento es el precio que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión de un proyecto. La tasa de redescuento también la podemos definir como el costo de oportunidad en que se incurre al tomar la decisión de invertir en el proyecto en lugar de hacerlo en otras alternativas que nos pueda ofrecer el mercado financiero".

2.8.2. Valor Actual Neto

(SAPAG CHAIN, 2011) Menciona: *"El valor actual neto es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptable por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión".*

El Valor Presente Neto (VAN) debe aceptarse si su valor es igual o superior a cero, este es valor es la diferencia entre todos los ingresos y egresos expresados en dinero efectivo actual, el mismo que debe aceptarse si su valor es igual o superior a cero.

2.8.3. Tasa Interna de Retorno

Según (Meza Orozco J. , 2012, pág. 176) *“La tasa interna de retorno es la tasa de interés pagada sobre los saldos de dinero tomado en préstamo o la tasa de rendimiento pagada sobre el saldo no recuperado de la inversión del proyecto.”*

Se refiere a un indicador de rentabilidad absoluta que sirve para medir la factibilidad entre mayor sea la diferencia entre la TIR y la Tasa de Rendimiento Medio TRM, será más factible realizar el proyecto de inversión.

2.8.4. Periodo de Recuperación

(Baca Urbina, 2013, pág. 212), menciona que: *“El periodo de recuperación consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivo futuros que generará el proyecto”*.

Este indicador da como resultado la fecha exacta de recuperación de la inversión del proyecto que se va ejecutar.

2.8.5. Razón Costo- Beneficio

(Baca Urbina, 2013, pág. 212) menciona que: *“La relación Costo beneficio consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener. Si se quiere que el método tenga una base sólida tanto costos como beneficios deberán estar expresados en valor presente”*.

2.8.6. Punto de Equilibrio

(Baca Urbina, 2013, pág. 179): *“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y costos variables. Es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos”*.

La utilización del punto de equilibrio permitirá conocer aún antes de iniciar sus operaciones la cantidad de ventas que requiere para recuperar la inversión. En caso de no llegar a este objetivo es necesario realizar modificaciones hasta alcanzar el punto de equilibrio.

2.9. Análisis de sensibilidad

(Baca Urbina, 2013, pág.219) *Se denomina análisis e sensibilidad (AS), al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (cuan sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables el proyecto.*

Es necesario conocer qué pasa si en la ejecución del proyecto disminuyen las ventas o aumentan los ingresos, para tomar las decisiones correctas.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado es muy importancia dentro del proyecto, ya que nos da los parámetros para determinar las necesidades de los consumidores, cuáles son sus expectativas concerniente a la producción de los productos similares los cuales están en el mercado.

Nos permite establecer la competencia directa e indirecta que existe en el mercado, y así tener una visión de los mercados, los cuales pueden estar mal atendidos y la posibilidad de establecer nichos de mercado, para brindar un producto o servicio, también nos permite determinar la población en el cual se va abordar con el proyecto para poder atender de mejor manera que la competencia.

El estudio debe ser preciso y correcto, para que logre sustentar y apoyar, en definitiva la factibilidad, dará puntos clave de los consumidores potenciales, características comunes, gustos y necesidades para aprovechar al máximo la fortaleza que pueda tener el proyecto.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda y la demanda insatisfecha de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura.

3.2.2. Objetivos específicos

- Identificar las particularidades del producto mediante entrevistas a expertos para ofertar en el mercado.
- Determinar la demanda actual e insatisfecha de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui mediante encuestas para determinar la capacidad del proyecto.
- Analizar los precios actuales de productos iguales a los nuestros, mediante encuestas para determinar el precio de venta del producto.
- Establecer los canales de distribución del producto mediante entrevistas y encuestas para establecer las estrategias de publicidad.
- Cubrir las expectativas de ventas mediante promociones puntuales para aumentar la cobertura de ventas.

3.3. Variables del estudio

3.3.1. Variables

- Oferta
- Demanda
- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

3.3.2. Indicadores

- Oferta

Volumen de producción

Tipo de Mercado

➤ Demanda

Estimación de demanda

Frecuencia de compra

➤ Producto

Tipo de Materia prima

Frecuencia de uso

Modelos

➤ Precio

Precio de Consumidor

Precios de productores

➤ Plaza

Canales de distribución

Competencia

➤ Promoción

Ofertas

Publicidad

3.4. Matriz del estudio de mercado

Tabla N° 17

Matriz del estudio de mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	SUJETO
Identificar las particularidades del producto que se ofertará en el mercado	* Producto * Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de Materia prima • Frecuencia de Uso • Modelos • Estacionalidad • Volumen de Producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores • Productores
Determinar la demanda actual e insatisfecha de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui	* Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia de Uso • Frecuencia de compra • Lugar de compra • Plaza de compra 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores
Analizar los precios actuales de productos iguales a los nuestros	* Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio actual de venta 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores
Establecer los canales de distribución del producto	* Plaza	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución • Servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores
Cubrir las expectativas de ventas mediante promociones puntuales	* Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores

Elaborado por: Las Autoras

3.5. Identificación del producto

El producto objeto del presente estudio de mercado son las gorras de tela, es una prenda de vestir diseñada para cubrir la cabeza, es utilizada por hombres y mujeres de todas las edades, que por su utilidad de protección contra los rayos solares ha tenido una aceptación en el mercado local y nacional logrando así poder satisfacer las necesidades y gustos de los clientes.

Cada prenda puede diseñar distintos estilos personalizados de acuerdo a gustos y preferencia de los clientes, es por este motivo que las gorras se les puede vender como gorra llana, se le conoce cuando no llevan ninguna figura o diseño de colores ya sea en colores de tela, bordados o estampados.

Características

Consta de seis paneles de tela, dos matrices para la visera, visera plástica. Los mismos que son unidos con diferentes máquinas y se debe de seguir un proceso de armado, y las características deben de darse antes del proceso para definir los colores de los paneles, ojajillos diferente de acuerdo a las características requeridas por los cliente en pedidos especiales y esto conlleva a determinar un tiempo prudente de acuerdo a la cantidad requerida.

Componentes

- 6 Paneles de tela previamente diseñados.
- 2 Matrices de tela para la visera.
- 1 Visera plástica.
- Velcro definidos como macho y hembra.
- Riata.
- Hilos.
- Botón forado con tela.

- Etiqueta.

Figura N° 2

Gorra Tradicional



Elaborado por: Las Autoras

También existen gorras institucionales, las cuales requieren porque se le podría decir que es una prenda formal que va de acuerdo con los colores de sus uniformes y de la institución.

Las gorras institucionales se realizan de acuerdo al requerimiento de las instituciones tenemos gorras que representan a la institución a las cuales pertenecen, esto es una estrategia de hacer publicidad las empresas.

Para producir estas gorras han de variar las matrices pero se debe de seguir el mismo proceso de toda gorra, sin importar el modelo y la comercialización debe de seguir las condiciones de controles.

Figura N° 3

Gorra Institucional



Elaborado por: Las Autoras

3.6. Segmentación del mercado

Dentro del estudio se ha determinado que la segmentación que se utilizara para el proyecto está enmarcada en:

- Población Económicamente Activa del Cantón Antonio Ante.

Conformada por cinco parroquias:

Atuntaqui

Imbaya

San Francisco de Natabuela

San José de Chaltura

San Roque

3.6.1. Identificación de la población

La población motivo de esta investigación fue tomada en base a datos del Censo de Población y Vivienda al año 2016 realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, cabe mencionar que se tomó en cuenta el número de población económicamente activa.

3.6.2. Mercado meta

El principal mercado al que se pretende llegar con el producto es a la Población Económicamente Activa de la Provincia de Imbabura, dirigida tanto para hombres y mujeres, con un total de 187.797 habitantes, a los cuales se les podrá comercializar nuestro producto.

3.6.3. Fórmula

Para realizar la encuesta es necesario determinar el tamaño de la muestra que se va a utilizar con el objetivo de conocer el número de encuestas que se debe aplicar en este estudio. La presente fórmula nos ayudará a determinar dichas encuestas.

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

n= Tamaño de la muestra

N= Número de PEA

&= Varianza de la población respecto de las principales características que van a representar, es un valor contable que equivale a 0,25

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivalente al 5%

$n-1$ = Es una corrección que se usa para muestras mayores a 30.000

E= Limite aceptable de error que generalmente varía entre 0.01 y 0.09 para nuestro caso tomaremos el valor de 0.05 equivalente al 5%.

3.7. Cálculo de la muestra

De acuerdo a los datos tomados del Censo realizado por el INEC para el año 2010 y actualizado al 2016 con el 1,8 % de crecimiento de la natalidad anual se determinó la muestra de la siguiente manera:

Tabla N° 18

Cálculo de la muestra

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
168.734	171.771	174.863	178.011	181.215	184.477	187.797

$$n = \frac{187.797 * (1,96)^2 * (0,25)}{(0,05)^2(187.797 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$$

$$n = \frac{162052,1336}{422,7929}$$

$$n = 383.29 = 383$$

Con la aplicación de la fórmula, da como muestra a 383 personas a las que se debe levantar la información a través de las encuestas, y cuyos datos serán utilizados para cuantificar la demanda del producto.

3.8. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta

1. ¿Con que frecuencia utiliza gorra de tela?

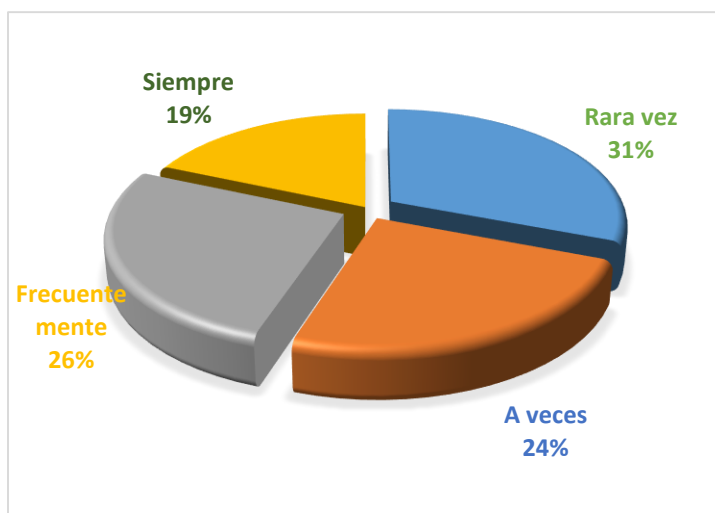
Tabla N° 19

Frecuencia de Uso

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rara vez	118	31%
A veces	93	24%
Frecuentemente	101	26%
Siempre	71	19%
TOTAL	383	100%

Figura N° 4

Frecuencia de Uso



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

De acuerdo a la encuesta se determina que las personas encuestadas la gran mayoría utilizan gorra rara vez, seguidos de un buen porcentaje de personas que lo hacen frecuentemente, y sin menos preciar otros lo hacen a veces y una minoría siempre, indicadores podemos decir que si hay un mercado para esta prenda de vestir.

2. ¿Ha comprado gorras de tela en Atuntaqui?

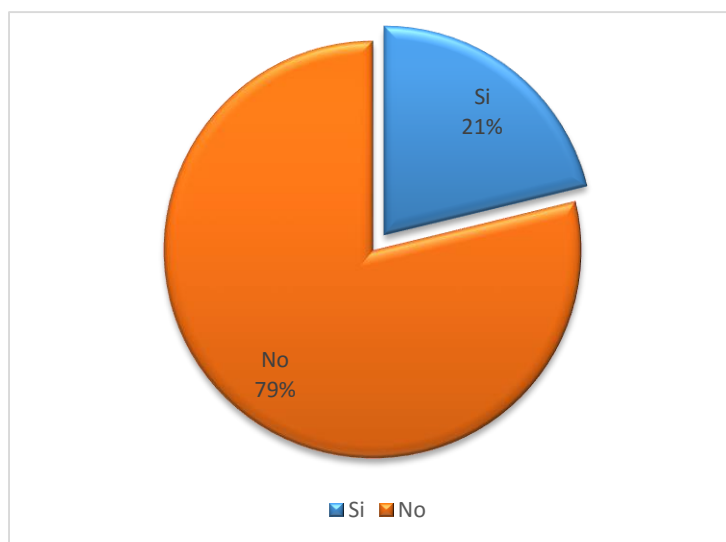
Tabla N° 20

Compra de Gorras

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	82	21%
No	301	79%
TOTAL	383	100%

Figura N° 5

Compra de Gorras



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

Se ha observado del total de la población fundamental el saber si los encuestados han comprado en más de una ocasión esta prenda en la ciudad de Atuntaqui, llegando a comprobar que la mayoría de la población no ha realizado la compra de este tipo de prenda, argumentando que son de mala calidad y de igual manera indican que hay almacenes que lo venden a precios poco alcanzables, el 21% un valor poco significativo al respecto del universo de clientes potenciales ha comprado esta prenda alguna vez en esta ciudad.

3. ¿En qué tipo de tela le gustaría que se confeccionen las gorras?

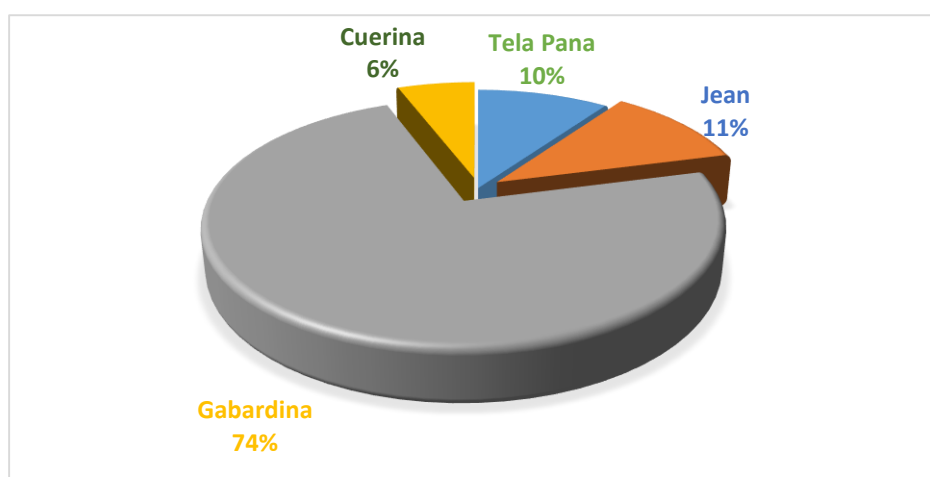
Tabla N° 21

Tipo de Tela para la Elaboración de Gorras

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tela Pana	37	10%
Jean	42	11%
Gabardina	282	74%
Cuerina	22	6%
TOTAL	383	100%

Figura N° 6

Tipo de Tela para la Elaboración de Gorras



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

Dentro de la gran variedad de telas con las que se puede confeccionar una gorra de tela vemos que las más apreciadas en el mercado y entre las más utilizadas por los consumidores son: las hechas de gabardina con el 74% de aceptación entre los encuestados, las otras telas como Jean el 11% de aceptación, la Pana un 10% de aceptación, y la cuerina con un 6% de aceptación por los encuestados.

4. ¿Con qué objetivo compra una gorra de tela?

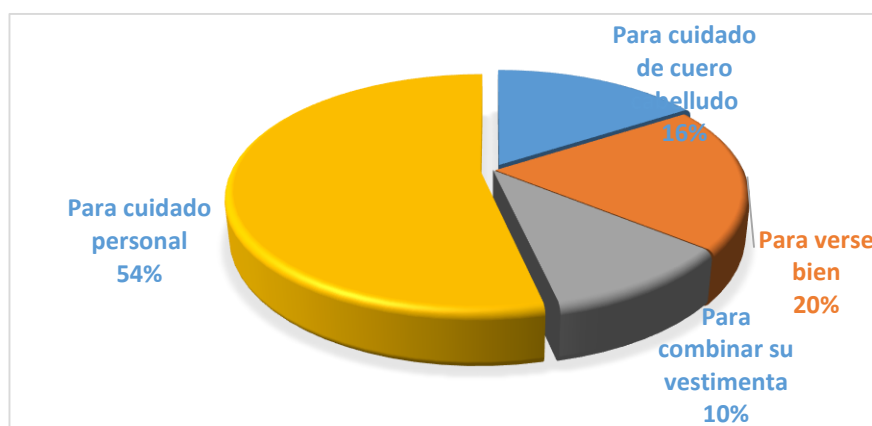
Tabla N° 22

Objetivo de compra

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Para cuidado de cuero cabelludo	62	16%
Para verse bien	75	20%
Para combinar con su vestimenta	40	10%
Para cuidado personal	206	54%
TOTAL	383	100%

Figura N° 7

Objetivo de compra



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

En el estudio de mercado realizado que se puede ver que el objetivo más frecuente de las personas al comprar una gorra de tela se ve reflejado en el cuidado personal (el mismo que va enlazado con la salud) en el cual los resultados manifiestan más del 50%, mientras que un poco más de la cuarta parte lo realizan por otro motivo como es el de verse bien, y finalmente por otros motivos, demostrándose que si existe ante todo el objetivo de la salud, que es un pilar fundamental dentro de los hogares.

5. ¿Con qué frecuencia adquiere las gorras?

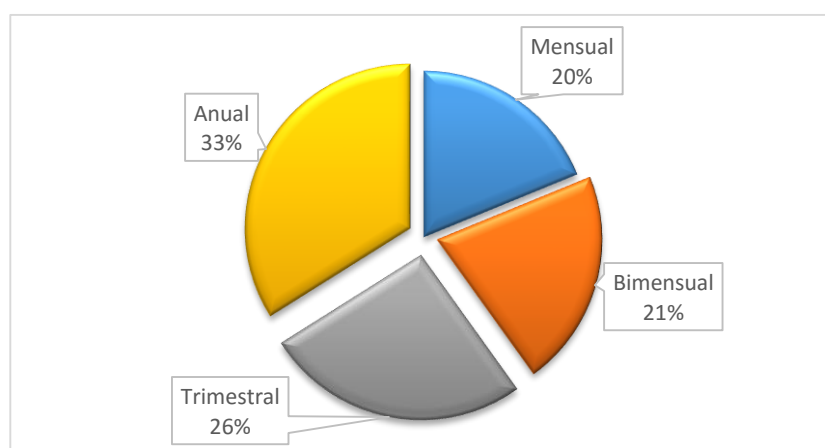
Tabla N° 23

Frecuencia de Adquisición

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	75	20%
Bimensual	82	21%
Trimestral	98	26%
Anual	128	33%
TOTAL	383	100%

Figura N° 8

Frecuencia de Adquisición



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

Al respecto de la frecuencia de compra de los clientes se ve que habitualmente el 33% compran una gorra una vez al año ya que ellos pertenecen al grupo de los que utilizan rara vez, en segundo lugar están los que representan el 26% quienes compran una gorra cada tres meses que vendrían a ser considerados los que utilizan frecuentemente, no muy lejos están quienes representan el 21% ellos compran una gorra de forma bimensual, quienes están considerados dentro del grupo de los que utilizan a veces este tipo de prenda, y con un 20% compran aunque sea una gorra cada mes, que se ha visto que pertenecen al grupo que utilizan gorra siempre.

6. ¿Le gustaría que la gorra que Ud. compre lleve un logotipo?

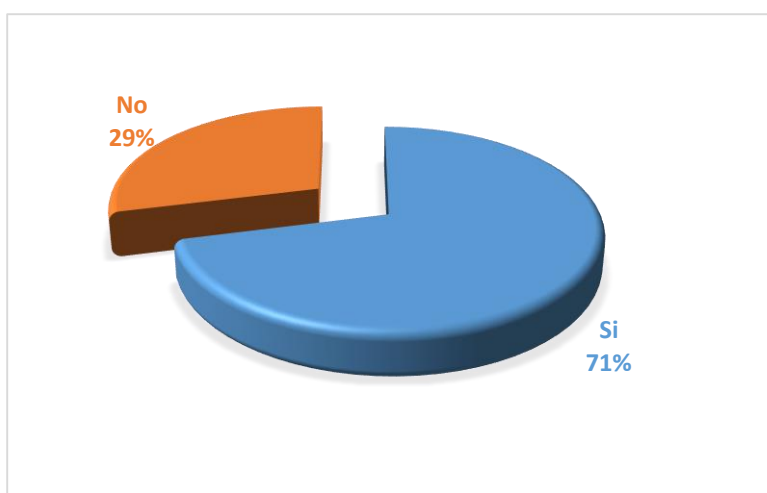
Tabla N° 24

Importancia del Gusto del Cliente

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	271	71%
No	112	29%
TOTAL	383	100%

Figura N° 9

Importancia del Gusto del Cliente



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

Al respecto del diseño que debería tener una gorra de tela específicamente queríamos saber a cuantas personas les interesaba un diseño específico, es decir algo personalizado o que lo diferencia como un logotipo, a lo que obtuvimos los siguientes resultados, el 71% de los encuestados si les gustaría personalizar esta prenda y el 29% de los encuestados prácticamente les es indiferente este tipo de adornos.

Lo cual nos permite comercializar gorras con una gama de diseños lo que estaría ligado a los gustos y preferencias de los consumidores finales.

7. ¿Dónde adquiere las gorras?

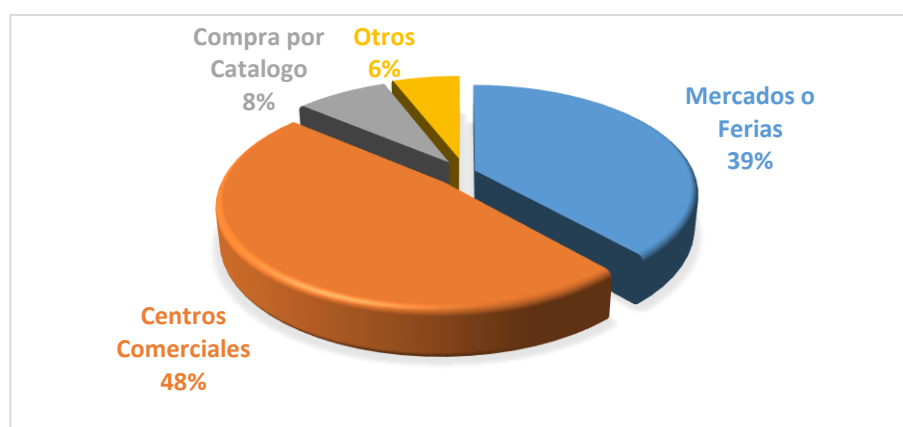
Tabla N° 25

Lugar de Adquisición de las Gorras

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercados o Ferias	148	39%
Centros Comerciales	183	48%
Compra por Catalogo	30	8%
Otros	22	6%
TOTAL	383	100%

Figura N° 10

Lugar de Adquisición de las Gorras



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

Se ha visto que es de vital importancia realizar esta pregunta, y esto se debe a que no tenemos una empresa que se dedique a la producción y comercialización de este tipo de prenda, en Atuntaqui, obteniendo un resultado del 39% de los encuestados son los adquirientes en los mercados o ferias, el 48% de los encuestados los adquieren en locales de los centros comerciales, y los demás en otros tipos de adquisición

8. ¿Cuánto gasta en promedio por una gorra?

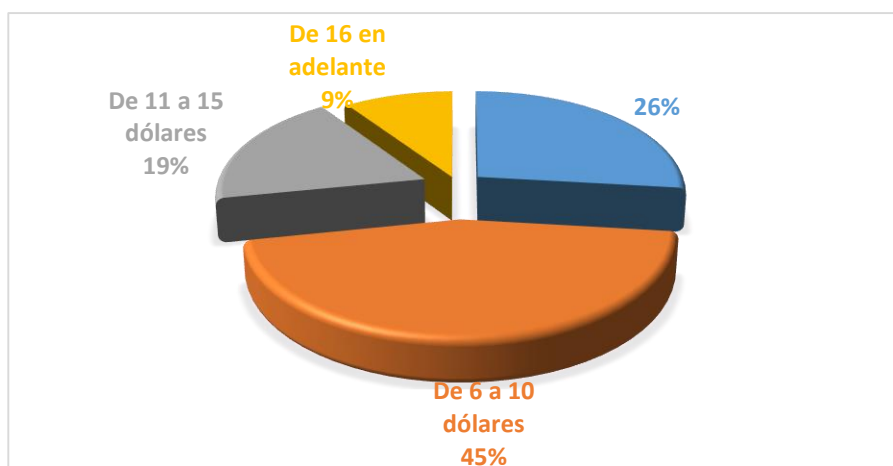
Tabla N° 26

Promedio de Precios

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 3 a 5 dólares	101	26%
De 6 a 10 dólares	174	45%
De 11 a 15 dólares	72	19%
De 16 en adelante	36	9%
TOTAL	383	100%

Figura N° 11

Promedio de Precios



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

Al respecto del costo que las personas están dispuestas a gastar en promedio para adquirir este tipo de prenda, hemos observado que el 45% de los encuestados gastan entre 6,00 y 10,00 dólares, seguido por un 26% de los encuestados los que están dispuestos a gastar entre 3,00 y 5,00 dólares, y en último lugar pero no menos importante tenemos al grupo de encuestados que están dispuestos a gastar de 11,00 dólares en adelante, por esta tipo de prenda.

9. ¿Al momento de adquirir una gorra que aspectos considera importantes?

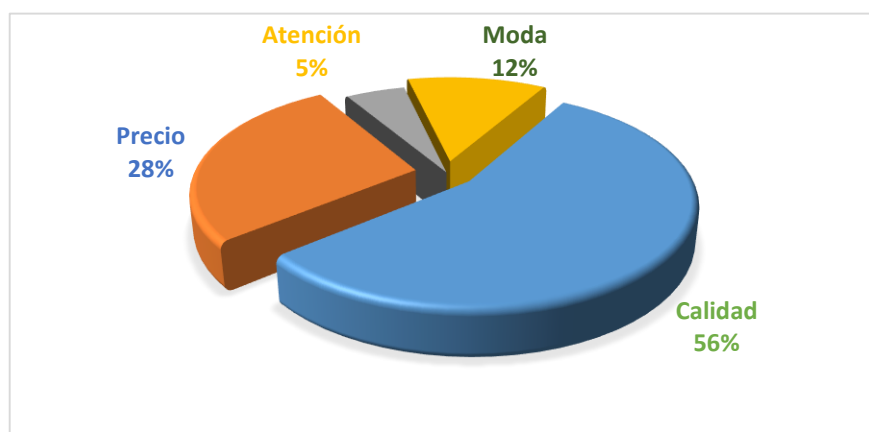
Tabla N° 27

Importancia del Consumo del Cliente

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	213	56%
Precio	106	28%
Atención	19	5%
Moda	45	12%
TOTAL	383	100%

Figura N° 12

Importancia del Consumo del Cliente



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

Dentro de los distintos tipos de servicios de atención, se ha considerado la moda la, misma que tiene una aceptación del 12% de los encuestados, la atención que recibe el consumidor final en los diferentes locales es el 5% de los encuestados, el precio de principal importancia al que se comercializa esta prenda la misma que tiene un 28% de aceptabilidad por parte de los encuestados y el 56% de las encuestas corresponde a la calidad de la prenda confeccionada, la que está ligada a su durabilidad.

10. ¿En qué época del año utiliza la gorra?

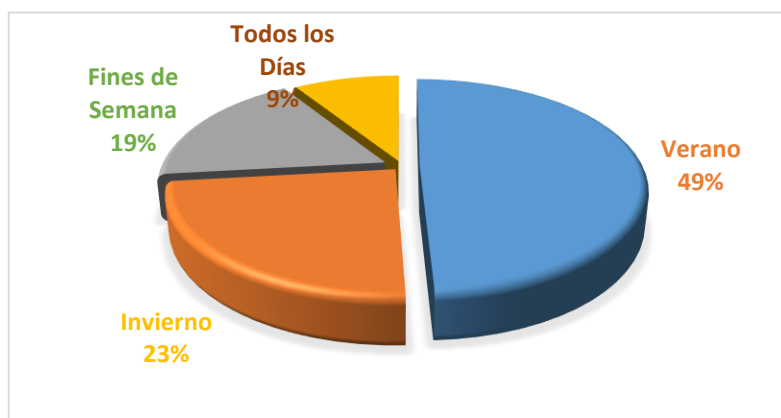
Tabla N° 28

Importancia de Uso de Gorra

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Verano	186	49%
Invierno	90	23%
Fines de Semana	71	19%
Todos los Días	36	9%
TOTAL	383	100%

Figura N° 13

Importancia de Uso de Gorra



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

El 49% de las personas encuestadas han indicado que ellos utilizan gorra durante la época estacionaria de verano, seguidos de un 23% de los encuestados quienes utilizan esta prenda en invierno, los encuestados que utilizan esta prenda los fines de semana y todos los días de la semana se encuentran con un porcentaje menor, pero igual de importantes que los anteriores.

11. ¿A través de qué medios le gustaría que le den a conocer las gorras?

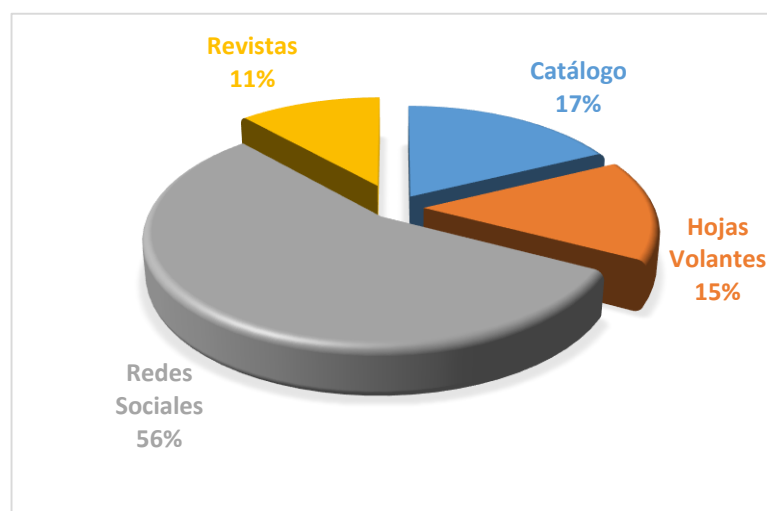
Tabla N° 29

Publicidad

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Catálogo	67	17%
Hojas Volantes	56	15%
Redes Sociales	216	56%
Revistas	44	11%
TOTAL	383	100%

Figura N° 14

Publicidad



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

Se ha considerado como un punto muy importante el saber la manera cómo le gustaría al consumidor final estar enterado de los nuevos modelos, colores, tendencias e incluso promociones, a lo que los encuestados nos indicaron que al 56% de ellos le gustaría enterarse por medio de las redes sociales, que es el medio más utilizado actualmente.

12. Datos Generales

a) Género

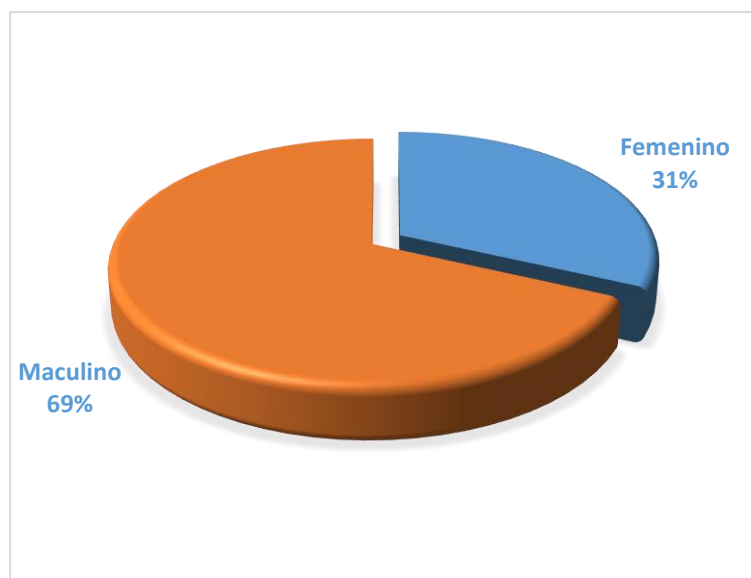
Tabla N° 30

Género de los Encuestados

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	120	31%
Masculino	263	69%
TOTAL	383	100%

Figura N° 15

Género de los Encuestados



Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

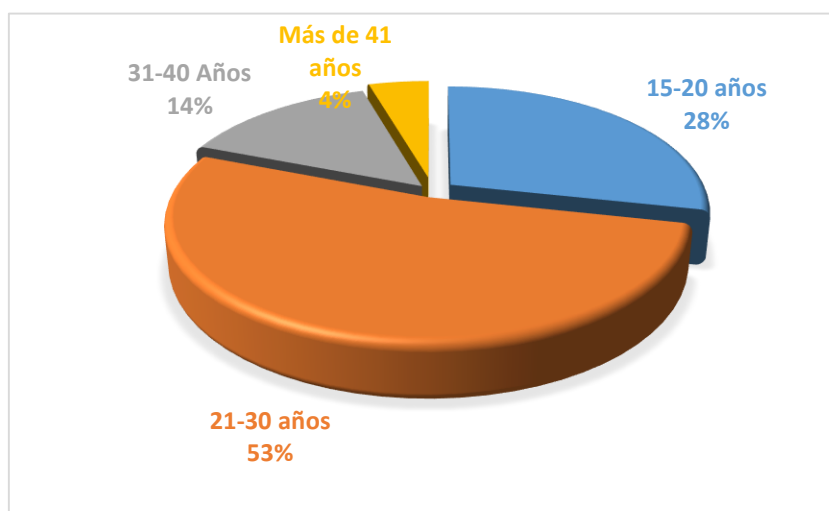
Análisis.

De la muestra que se realizó la encuesta, se puede observar que las personas de género masculino son las que utiliza más tiempo este tipo de prenda con un 69% mientras que los encuestados de género femenino llegan a utilizar esta prenda en un 31%, del total de encuestados.

b) Edad

Tabla N° 31**Edad de los Encuestados**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-20 años	109	28%
21-30 años	202	53%
31-40 años	55	14%
Más de 41 años	17	4%
TOTAL	383	100%

Figura N° 16**Edad de los Encuestados**

Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

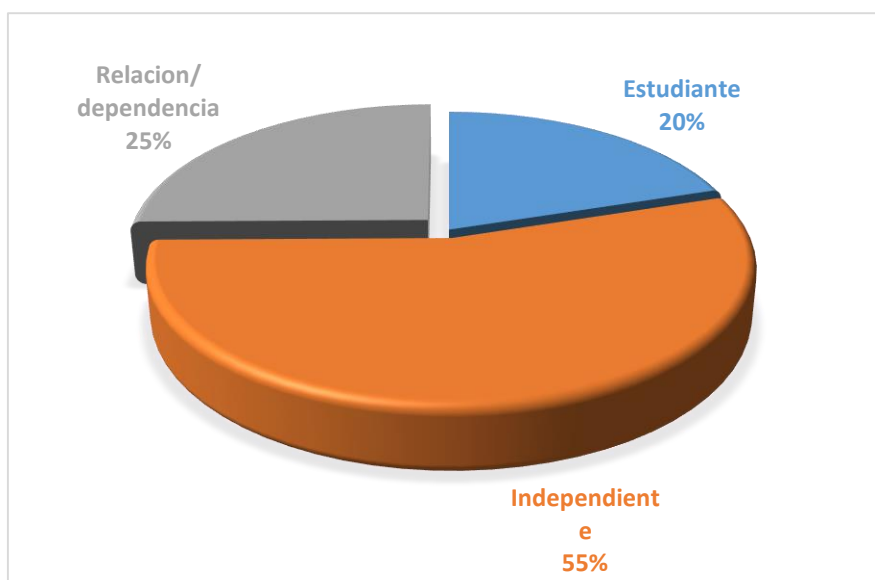
Análisis.

Se ha segmentado la utilización de este tipo de prenda por edades en las que observamos dentro del rango (21 a 30 años) representa el 53%, seguido de personas de entre (15 a 20 años), que representan el 28%, la cuarta parte de los encuestados, los que están comprendidos entre las edades de (31 a 40 años) con un 14% y un mínimo porcentaje los que tienen de 41 años en adelante. Esto nos permite enfocar nuestros productos a las personas correspondientes a una edad promedio de 21 a 30 años de edad.

c) Ocupación

Tabla N° 32**Ocupación de los Encuestados**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	79	20%
Independiente	215	55%
Relacion/ dependencia	99	25%
TOTAL	393	100%

Figura N° 17**Ocupación de los Encuestados**

Fuente: Estudio de Mercado – encuestas diciembre 2015
Elaborado por: Las Autoras

Análisis.

Del total de personas encuestadas se observa que el 55% de estos corresponden a la a personas independientes, los mismos que pueden adquirir nuestros productos, y el 25% de los encuestados corresponde a personas que trabajan en relación de dependencia y el 20% aun dependen de sus padres.

3.8.1. Encuesta a los productores y comercializadores de gorras de tela.

En la Provincia de Imbabura existen empresas que se dedican a la comercialización y producción de este tipo de prenda, para este estudio se realizó la recolección de información de datos, se tomó en consideración unos almacenes que se dedican a la comercialización de gorras de tela en Atuntaqui y dos productoras de gorras. Con el objetivo de determinar la oferta directa e indirecta del producto.

1. ¿En su establecimiento se vende gorras de tela?

Tabla N° 33

Venta en el Establecimiento

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	12	24%
No	38	76%
TOTAL	50	100%

Análisis.

El 76% de los locales que visitamos no venden ese producto, y cuando lo hacen lo realizan solamente bajo pedido, ya sea para instituciones educativas o de trabajo.

2. ¿Qué cantidad de gorras vende mensualmente?

Tabla N° 34

Cantidad de Ventas

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 11 a 20	24	12%
DE 21 a 30	128	64%
DE 31 en adelante	48	24%
TOTAL	200	100%

Análisis.

Determinamos que el 64% vende promedio entre 21 a 30 gorras semanales, el 12% de 11 a 20 y el 24% vende de 31 unidades en adelante, unidades mensuales. Acotando que ellos solo comercializan no producen.

3. ¿Cuál es su producción promedio mensualmente?

Tabla N° 35

Producción

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sombrería Alzamora	150	45%
Sombrería Morales	180	55%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes
Elaborado por: Las Autoras

4. ¿Cómo comercializa su producto?

Tabla N° 36

Comercialización

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Minorista	48	96%
Mayorista	2	4%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes
Elaborado por: Las Autoras

3.9. Identificación y análisis de la demanda

La demanda tiene como finalidad determinar la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para satisfacer las necesidades ilimitadas a un precio determinado.

Para realizar el análisis de la demanda se consideró a la Población Económicamente Activa del cantón Antonio Ante, con el propósito de llegar a conocer los estándares de comportamiento ante el producto específico de todas aquellas personas que integran el mercado meta del proyecto.

3.9.1. Comportamiento de la demanda

Para el análisis sobre el comportamiento de la demanda de gorras de tela en la ciudad de Atuntaqui, se examinó la información recopilada a través de las encuestas que se aplicaron a la población del cantón, a la cual se tomó como base para su cuantificación específica la pregunta N° 1, donde se pregunta la frecuencia de uso de la gorra.

Tabla N° 37

Consumo Aparente

AÑO	P.E.A	Porcentaje	Demanda Actual
2016	187.797	19%	35.681
TOTAL			35.681

Fuente: INEC proyectado al 2016
Elaborado por: Las Autoras

3.9.2. Proyección de la demanda

Para conseguir el consumo futuro de las gorras de tela se aplicó la tasa de crecimiento poblacional del Cantón Antonio Ante que es del 2.09% anual, utilizando como factor de crecimiento (1.0209)

$$D_f = D_i(1+T_c)^n$$

Donde:

Df = Demanda final o Demanda estimarse

Di = Demanda inicial

Tc = Tasa de crecimiento

n = Número de años

Tabla N° 38

Demanda Futura de gorras de tela

Año	Demanda Futura
2016	35.681
2017	36.427
2018	37.188
2019	37.966
2020	38.759

Elaborado por: Las Autoras

En el siguiente cuadro se puede observar que para el primer año de proyección existe una demanda de 35.681 gorras de tela y al año 2020 de 38.759, lo que significa un incremento significativo anual, favoreciendo al proyecto propuesto.

3.10. Identificación y análisis de la oferta

Cabe mencionar que la oferta es la predisposición o el comportamiento del productor a estar dispuesto a vender su producto a un precio determinado.

Cuando se habla de oferta, se debe tener presente la estructura económica de mercado a la que pertenece el proyecto, el caso de la producción y comercialización de gorras de tela pertenece a un mercado de competencia oligopolio, es decir que hay otras empresas que producen.

3.10.1. Comportamiento de la oferta

Para este análisis se ha tomado como base una investigación directa en Atuntaqui a unos tres locales comerciales de gorras de tela a los cuales se aplicó una encuesta y se pudo determinar su comportamiento.

Tabla N° 39

Oferta actual de gorras de tela

AÑO	LOCAL COMERCIAL	VENTA MENSUAL	FRECUENCIA DE VENTA	VENTA ANUAL
2015	LOVE'S	28	12	336
	BUEL & VAS	22		264
	VARIOS	200		2400
	SOMBRERIA	150		1800
	ALZAMORA			
	SOMBRERIA	180		2160
	MORALES			
	TOTAL	580		6960

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

En la aplicación de estos cálculos se pudo identificar, que en la ciudad de Atuntaqui existe una oferta de gorras escasa, lo cual es factible nuestro proyecto.

3.11. Demanda insatisfecha

Consiste en comparar la demanda con la oferta para determinar si existe o no mercado para el producto propuesto.

Existe una demanda insatisfecha sustancial debido a que actualmente no existen fábricas de gorras y la poca oferta que existe viene de otras ciudades.

Tabla N° 40**Balance entre demanda – Oferta**

Año	Demanda Futura	Oferta Futura	Demanda Insatisfecha
2016	35.681	6.960	28.721
2017	36.427	7.105	29.322
2018	37.188	7.254	29.935
2019	37.966	7.406	30.560
2020	38.759	7.560	31.199

Elaborado por: Las Autoras

Dicho cuadro demuestra que el año 2015 existe una demanda potencial a ser satisfecha de 28.721 gorras de tela en el cantón Antonio Ante.

3.12. Análisis de precios

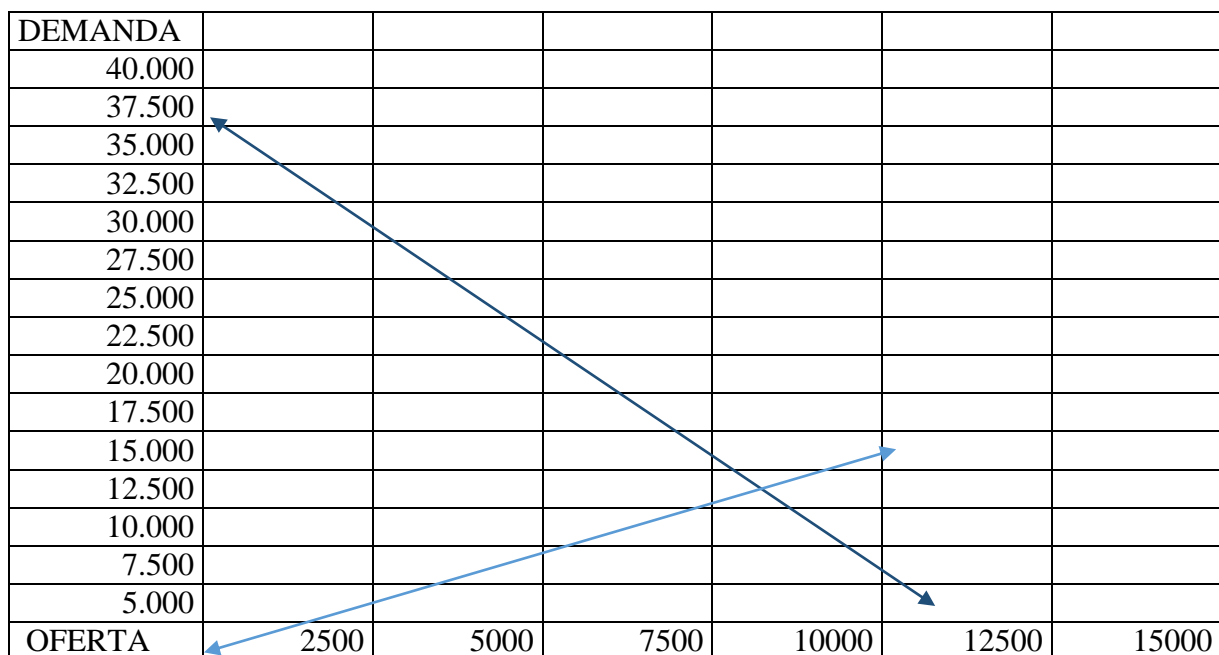
Para poder determinar los precios se realizó observación directa, visitando lugares donde se comercializa este producto.

Estos precios dependen de muchos factores como: tipo de tela, acabado, diseño, origen del producto, fabricantes. A continuación resumen de los hallazgos de precios:

Tabla N° 41**Análisis de precios**

DESCRIPCION	GORRAS	
	LLANAS	LOGOTIPO
LOCALES COMERCIALES	10,00	21,00
PRODUCTORES	5,00	6,00
AL COSTO	3,50	4,00
CLIENTE	6,00	18,00

Elaborado por: Las Autoras



3.13. Comercialización

Para evitar las dificultades que implican la creación y posicionamiento de una nueva microempresa, se debe combinar esfuerzos en el producto, la plaza, promoción, como estrategias de comercialización hacia los clientes.

3.13.1. Producto

- La materia prima e insumos a intervenir en el proceso productivo serán seleccionados teniendo en cuenta primordialmente la calidad de los mismos.
- En el producto final diseñar una característica especial que identifique a cada gorra que se produzca.
- En el proceso de producción y comercialización se tomara muy en cuenta la creatividad para cada gorra.
- Detallar los insumos y la calidad de la gorra

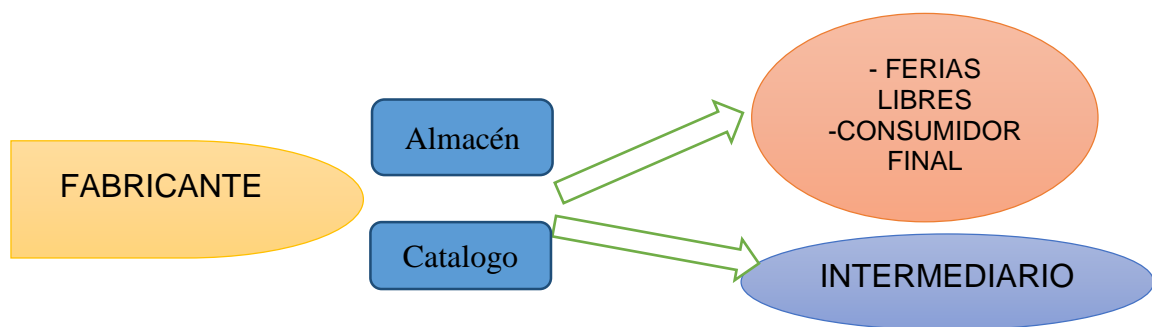
3.13.2. Plaza

El producto podrá abastecer a los mercados locales, provinciales y se podrá negociar con los compradores

El canal de distribución para la empresa es directo, considerando que en la etapa de introducción del producto, el único propósito es buscar la manera de poner en las manos del consumidor. Así:

Figura N° 18

Canales de distribución



Elaborado por: Las Autoras

Fabricante: Dedicada a la confección y comercialización de gorras de tela

Consumidor: Población del Cantón Antonio ante y turistas nacionales y extranjeros

Mayorista: Locales comerciales, mercado.

3.13.3. Estrategia de precio

- El precio es un factor importante para lograr rentabilidad en éste negocio, por lo que este producto estará a la venta a un precio justo, puesto que los clientes buscan la mejor relación en el precio.
- Establecer detenidamente la investigación de los precios en relación a la competencia.

- Establecer los precios realizando un análisis en los costos de producción y gastos.
- Extender alternativas de pago ofertando créditos y descuentos de acuerdo al volumen de compras.

3.13.4. Estrategias de publicidad

- Como estrategia de promoción se utilizara medios de comunicación para difundir la imagen y marca de la empresa
- Además se hará publicidad en Fan Page en Facebook, y todas las redes sociales dando a conocer nuestros productos.
- Otra estrategia se realizara hojas volantes frecuentemente

3.14. Conclusión del estudio del mercado

A través de la investigación se determinó que en la ciudad de Atuntaqui no existe una competencia significativa pues la mayoría de personas se dedican a otras actividades confeccionando prendas de vestir, licras etc.

Después de haber verificado los datos obtenidos por las fuentes primarias, es decir las encuestas que se realizó a los consumidores potenciales, permitió conocer el grado de aceptación del producto; además se determinó la proyección de la oferta y la demanda en el mercado actual.

Se establece que la ciudad cuenta con las condiciones apropiadas para la creación de la empresa, tales como vías de primer orden, cuenta con todos los servicios básicos y tiene proveedores de materia prima e insumos y tecnología necesaria para poder producir las gorras de tela de buena calidad.

Dentro de sus fortalezas se cuenta con un sitio óptimo, en un lugar comercial que puede ser aprovechado para la comercialización y distribución del producto. Además existe la mano de obra calificada y adiestrado.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El Estudio Técnico que a continuación se expone, determina los requerimientos empresariales en función de tamaño y localización de la empresa, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos.

Permite demostrar técnicamente la viabilidad del proyecto, presentando técnicas para un adecuado desarrollo de las actividades previstas dentro del proyecto.

4.2. Objetivo general

Determinar el tamaño del proyecto y su posible inversión que se requiere para desarrollar a plenitud las actividades, ciertos costos y el grado de rentabilidad del proyecto de la empresa textil.

4.3. Localización del proyecto

El estudio de la localización del proyecto tiene como finalidad poder establecer la ubicación o el sitio más adecuado, donde el proyecto desarrollara sus actividades.

La localización óptima del proyecto garantiza que se cuente con todos los servicios básicos, infraestructura, y se encuentra en un lugar comercial donde se comercializará el producto.

4.3.1. Macro localización

La macro localización se refiere a establecer el lugar geográfico donde se llevara a cabo el proyecto.

Es por eso, que el proyecto se ubicará en Ecuador, provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante.

Figura N° 19

Mapa zona 1



La zona uno está conformada por la Provincia de Esmeraldas, Imbabura, Carchi y Sucumbíos. En la Provincia de Imbabura es donde se ejecutara el proyecto.

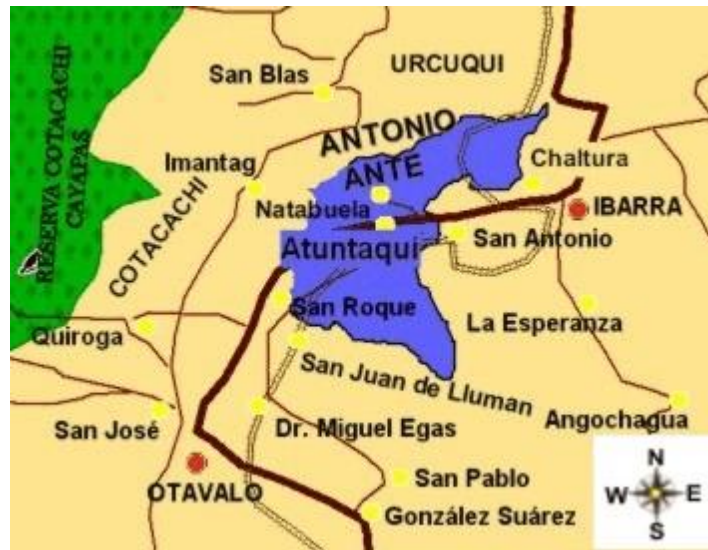
4.3.2. Micro localización

Es el lugar donde estará ubicado el proyecto a realizarse, en la provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante.

La empresa estará ubicada entre las calles 2 de marzo y Alejandro Andrade Ciudad de Atuntaqui

Figura N° 20

Mapa provincial de Imbabura



➤ Matriz de Factores

Para ello se identificará los factores más significativos para evaluar la ubicación de la empresa. Estos son:

- Personal Calificado.- No se puede improvisar el talento humano debe tener experiencia en la elaboración de gorros o productos similares, esto garantizará la calidad.
- Abastecimiento de materia prima.- Es indispensable contar con la materia prima requerida a tiempo y cerca para minimizar procesos.
- Locales disponibles.- Contar con el local comercial con instalaciones adecuadas para la fabricación a precios de arriendo justo.
- Cercanía al mercado.-La cercanía al mercado no permite el abastecimiento de insumos y la materia prima de manera más rápida.
- Servicios básicos.- Se debe contar con todos los servicios básicos porque así lo exige la industrialización del producto.

Tabla N° 42

Matriz Ponderación de Factores

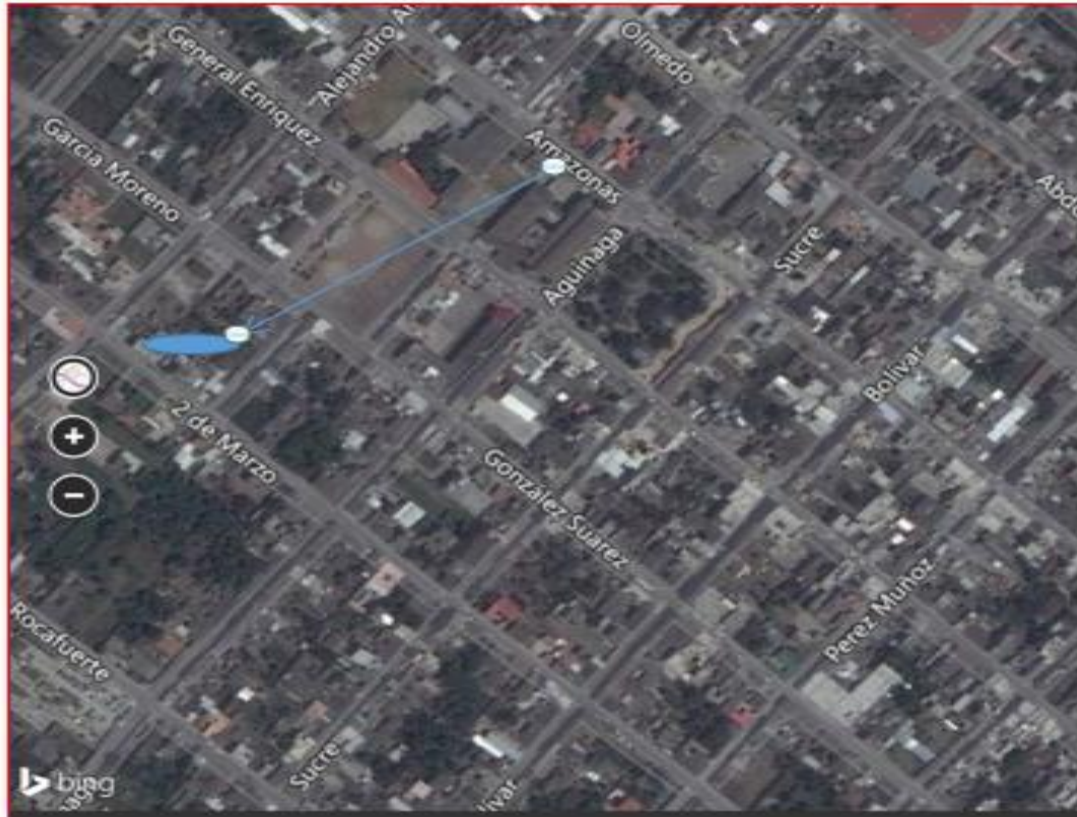
FACTOR	CALLE						
	AV. SALINAS			GENERAL ENRIQUEZ		BOLIVAR	
	PESO	CALIF.	POND	CALIF.	POND	CALIF.	POND
Personal Calificado	0,15	9	1,4	9	1,4	9	1,4
Abastecimiento de materia prima	0,50	10	5,0	7	3,5	8	4,0
Locales disponibles	0,10	7	0,7	6	0,6	7	0,7
Cercanía al mercado	0,10	8	0,8	6	0,6	7	0,7
Servicios básicos	0,15	10	1,5	10	1,5	10	1,5

Elaborado por: Las Autoras

El lugar donde estará ubicado el proyecto después de un análisis de los factores, será en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, ya que cuenta con lo necesario para ejecutar sus operaciones.

4.3.3. Croquis de ubicación calles

La empresa se encontrará ubicada en las calles 2 de marzo y Alejandro Andrade de la ciudad de Atuntaqui, Cantón Antonio Ante, se ha tomado en cuenta un lugar que facilite la producción y comercialización del producto.

Figura N° 21**Croquis de Ubicación Calles****4.3.4. Distribución de las instalaciones**

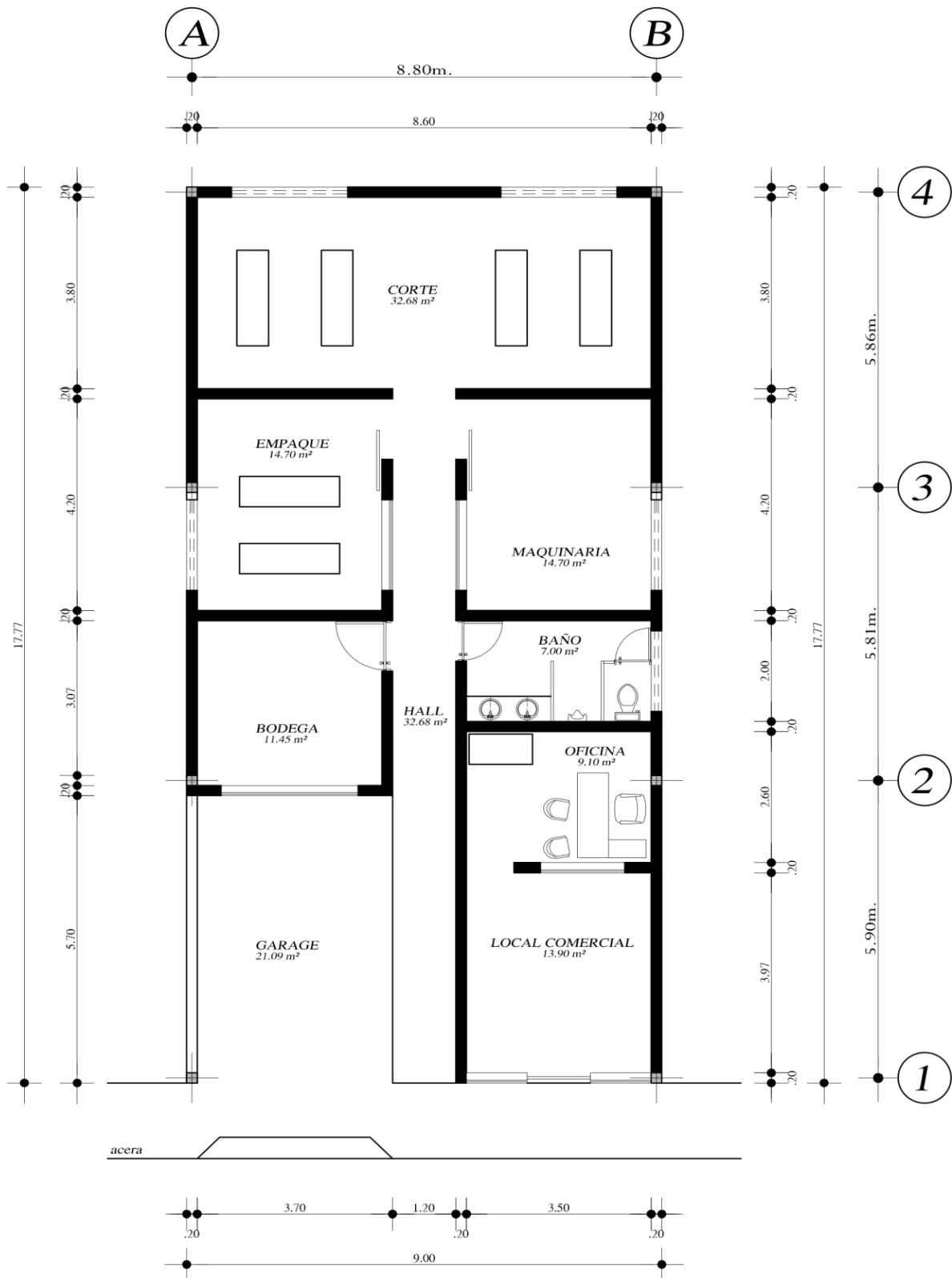
Para el correcto desempeño de las funciones administrativas y operativas, se necesita de instalaciones adecuadas tanto para el área de confección, siendo ésta el área que requiere mayor espacio físico y debido funcionamiento de las máquinas.

La empresa funcionará en una planta de arriendo, el cual sera por contrato, renovando cada dos años.

Tabla N° 43**Distribución de la Planta**

AREA	DISTRIBUCIÓN (M2)
<u>PRODUCCIÓN</u>	<u>58,83</u>
Maquinaria	47,38
Bodega	11,45
<u>ADMINISTRACIÓN</u>	<u>41,78</u>
Oficina	9,1
Pasillo y baño	32,68
<u>VENTAS</u>	<u>34,99</u>
Almacén	13,9
Garaje	21,09
<u>TOTAL</u>	<u>135,6</u>

Figura N° 22
Distribución de la Planta



Elaborado por: Las Autoras



➤ **Descripción física de la planta**

El lugar donde se instalara el proyecto, tendrá un ambiente acogedor para los trabajadores y clientes, se irá adecuando a las necesidades que demande los mismos, la planta estará distribuida de forma que permita la correcta operación: elaboración, producción, exhibición y comercialización del producto.

El almacén es el punto de venta donde se ofertará el producto y tendrá la capacidad de almacenar la producción mensual de los gorros que llegarán a 700.

Las oficinas funcionaran con la gerencia y junto a esta el área contable.

La producción y los talleres donde se fabricará diariamente 33 gorros diarios disponibles para la venta

El estacionamiento que servirá para un vehículo para cargar mercadería y descargar materia prima.

➤ **Decoración del local**

El local presentará una decoración acorde a la actualidad y tomando en cuenta el producto que vamos a poner a la venta, se exhibirá diferentes modelos y una gama extensa de colores de nuestro producto en las perchas que estarán en el local y que clientes se sientan atraídos por nuestro producto.

4.4. Tamaño del proyecto

4.4.1. Capacidad

La capacidad instalada es el nivel de producción máxima al que podría llegar la empresa utilizando el 100%. Diariamente se elaborarán 33 gorros a un promedio de 4 gorras por hora anualmente la producción es de 7.920. La capacidad de cada uno de los factores que comprenden el proceso productivo, considerando además el tiempo laboral utilizado en las jornadas de trabajo.

Es así como utilizando todos los recursos, humanos, el equipo, la maquinaria, las herramientas y trabajando 8 horas diarias como estipula la ley, se producirá

Tabla N° 44

Capacidad Instalada del Proyecto

AÑO	PRODUCCIÓN DIARIA	SEMANAS AL AÑO	PRODUCCIÓN TOTAL
2016	33	48	7.920
PRODUCCION ANUAL			7.920

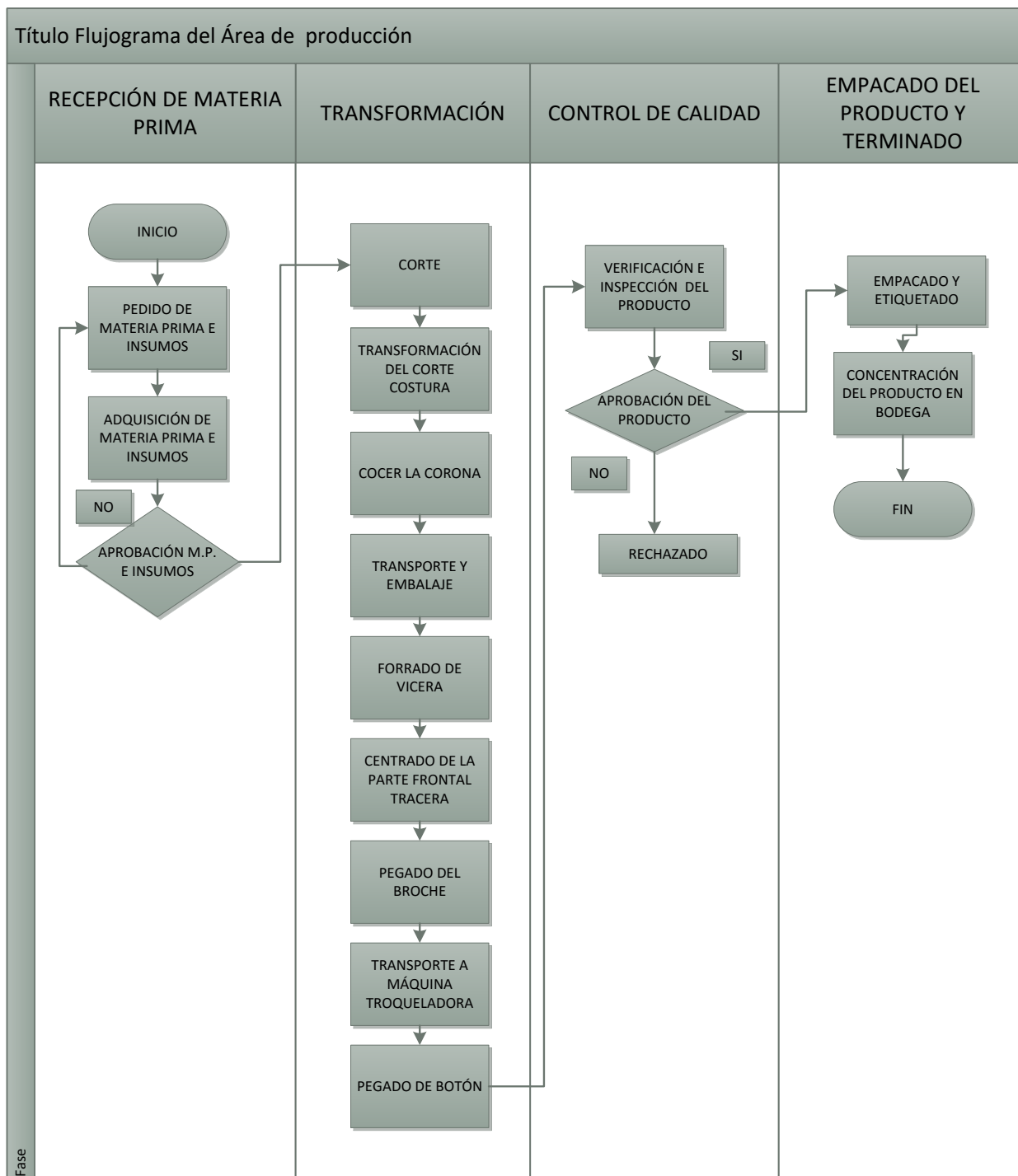
Elaborado por: Las Autoras

4.4.2. Flujograma de proceso

El flujograma de procesos permite identificar la distribución adecuada de la planta y aprovechar el espacio disponible que pueda tener para agilizar los procesos y reducir tiempos.

La metodología empleada para el Flujograma de procesos es ANSI (American National Standard Institute)

Figura N° 23
Flujograma de proceso



Elaborado por: Las Auroras

Para la confección de las gorras de tela se deberá seguir un proceso minucioso de producción, el mismo que permitirá optimizar los costos y tiempos de manera que se cumpla con los estándares de calidad para sacar al mercado un producto que satisfaga al cliente. La adquisición de materia prima se realizará luego de una cotización de precios a los diferentes proveedores, tomando la mejor decisión en cuanto a costos, para luego transformarlo en producto terminado siguiendo las normas de calidad, los mismos que serán revisados para su empaque posterior y sacar a la venta un buen producto.

4.5. Determinación del presupuesto técnico

4.5.1. Inversión fija

Para poner en marcha las actividades de la empresa se necesita el equipamiento necesario, por eso se hará la compra de maquinaria requerida, equipos de cómputo y de oficina y varios activos indispensables para sus operaciones.

➤ Maquinaria y equipos

Tabla N° 45

Maquinaria y Equipos

DESCRIPCIÓN	Q.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Máquina Recta	2	550,00	1.100,00
Máquina Overlok	2	780,00	1.560,00
Máquinas Flatlock	1	1600,00	1.600,00
Cortadora Recta	1	550,00	550,00
Mesa de Corte	1	300,00	300,00
TOTAL			5.110,00

Fuente: Proforma Almacén Singer
Elaborado por: Las Autoras

La maquinaria que se utilizará en nuestra empresa será la adecuada con la finalidad de elaborar un producto terminado de buena calidad.

➤ **Descripción de la maquinaria**

Máquina Recta JUKI 8100EH

• Sistema Semipesado.
• Lubricación automática.
• Velocidad 5000 a 6000 ppm.
• Armada con motor, estante y tablero.
• Alto rendimiento en trabajos largos y continuos.
• Regulador de puntada.
• Totalmente metálica.
• Silenciosa con muy bajo nivel de vibración.



Máquina Overlock JUKI 6714S

Origen:
Zhejiang, China
Fuerza de motor: 400W
Velocidad máxima de costura:
4500r.p.m (3500r.p.m estándar)
Longitud de la puntada: 0-5mm
Overlock Anchura: 1.5-6mm
Pie prensatelas Altura de elevación: 6mm
SA: 84522900



Máquina SUNSTARS SPS/CV1

DESCRIPCION
Max . 1200 spm (Longitud de la puntada : 3 mm o menos)
0.1 ~ 12.7mm
41.2mm
300mm x 180mm
Estándar de 4 mm (0,7 ~ 7 mm)
22mm
2times giratorio vertical
DP X 17 , DP X 15
3,5 " disquete (2HD) de almacenamiento : máx . 691 patrones
/ Parada de emergencia de disco durante la costura
La velocidad puede ser controlada en el rango de 180 a
2500 spm con el interruptor de control externo
Elija los números de patrones deseados de 0 a 999
MES rotativos corte de hilo
Los puntos de trabajo se almacenan en la memoria cuando la costura se ha detenido debido a un corte de energía
Ajuste la posición de la aguja durante la costura utilizando la tecla de desplazamiento
Superior del eje del motor de accionamiento del motor servo 500W
X -Y de motor Motor paso a paso



➤ **Muebles y equipo de oficina**

Tabla N° 46

Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	Q.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorios	3	180,00	540,00
Archivador vertical	2	120,00	240,00
Sillas Giratorias	3	35,00	105,00
sillas normales	3	25,00	75,00
Vitrinas	2	110,00	220,00
Estanterías	4	40,00	160,00
Teléfonos – Fax	2	160,00	320,00
Dispensador de Agua	1	210,00	210,00
TOTAL			1.870,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

Son bienes muebles que se adquirirá para el respectivo equipamiento del área administrativa, para crear un ambiente de trabajo cómodo y acogedor para el buen desempeño de actividades.

➤ **Equipo de computación**

Tabla N° 47

Equipos de Computación

DESCRIPCIÓN	Q.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora HP Táctil	3	800,00	2.400,00
Impresora Multifunción	2	395,00	790,00
TOTAL			3.190,00

Fuente: Proforma
Elaborado por: Las Autoras

Se adquirirá equipos actuales que ofrecerán al usuario un mejor manejo de los controles en los sistemas que requiera la empresa.

➤ **Resumen de los Activos fijos**

Tabla N° 48

Resumen Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
Maquinaria y Equipos	5.110,00
Muebles y Enseres	1.870,00
Equipo de Computación	3.190,00
TOTAL	10.170,00

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Gastos de constitución**

Son gastos por prestación de servicios notariales y profesionales para el debido inicio de funcionamiento de la empresa, los mismos que serán los siguientes:

Tabla N° 49

Gastos de Constitución

DETALLE	VALOR
Constitución Empresa	500,00
Patente	100,00
Permiso Bomberos	80,00
TOTAL	680,00

Elaborado por: Las Autoras

4.5.2. Costos de producción

➤ **Materia prima**

La materia prima principal para la elaboración de las gorras será la tela gabardina, la misma que está garantizada por varias empresas entre ellas la principal es Indutexma.

Tabla N° 50**Materia prima - capital de trabajo**

DETALLE	MES 1	MES 2	MES 3
Tela Gabardina K	108	108	108
TOTAL	108	108	108

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

➤ **Materiales e insumos**

Los materiales que se utilizarán para la producción de gorras son:

Tabla N° 51**Materiales e Insumos**

DESCRIPCION	MES
	3
Etiqueta	150,00
Hilo	216,00
Botón	60,00
Vicera	173,25
Broche metálico	84,15
Total	683,40

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

➤ **Costo unitario****Tabla N° 52****Costo unitario**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	Q	VALOR	VALOR TOTAL
Tela	Metro	0,162	6,25	2,08
Hilo	Metro	12	0,36	0,36
Riata	Metro	1	0,25	0,25
Botón	Unidad	1	0,12	0,12
Broche Metálico	Unidad	1	0,17	0,17
Visera Plástica	Unidad	1	0,35	0,35
Etiquetas	Unidad	1	0,04	0,04
Bordado	Metro	1	0,50	0,50
TOTAL				3,87

Es el valor que tendrá cada gorra para sus productores, luego de un estudio de la utilización de materia prima e insumos que se requiere para cada unidad.

➤ **Sueldo de producción**

Tabla N° 53

Sueldo Personal

CARGO	Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	Aporte Individual 9.45%	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Total Mes	Total trimestral
obrero 1	366,00	44,47	34,59	30,50	30,50	436,88	1310,65
obrero 1	366,00	44,47	34,59	30,50	30,50	436,88	1310,65
obrero 1	366,00	44,47	34,59	30,50	30,50	436,88	1310,65
TOTAL						1310,65	3931,94

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

La Mano de Obra Directa está compuesta por tres obreros con remuneración mensual más los componentes salariales como Décimo Tercero Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo, Aporte Patronal, Fondos de Reserva.

4.5.3. Gastos administrativos

➤ **Sueldos administrativos**

Tabla N° 54

Sueldos Administrativos

CARGO	Sueldo	Aporte IESS	Aporte Individual 9.45%	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Total Mes	Total trimestral	V. Anual Año 1
Contador	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	300,00	1200,00
Administrador	382,69	46,50	36,16	31,89	30,50	455,41	1366,24	5464,96
TOTAL						555,41	1666,24	6664,96

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

❖ Los servicios profesionales del contador será una vez al mes

➤ **Suministros**

Tabla N° 55

Suministros

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Papel para impresora	10	3.50	35.00
Sellos automáticos	3	10.00	30.00
Esferos caja	1	7.60	7.60
Cintas de embalaje	8	1.10	8.80
Tinta impresora multifunción	4	12.00	48.00
Grapadora	4	8.15	32.60
Grapas	4	0.92	3.68
Numerador	4	23.87	95.48
Perforadora	4	2.91	11.64
Lapices caja	1	14.54	14.54
Tinta para sellos	4	1.02	4.08
Carpetas archivadoras	8	2.75	22.00
TOTAL		88.36	313.42

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

Los suministros que se requieren para el área de administración.

➤ **Servicios básicos**

Tabla N° 56

Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	PRODUCCION	ADMINISTRACION	VALOR TRIMESTRAL
Energía Eléctrica	35.00	26.25	8.75	105.00
Teléfono	30.00	0.00	30.00	90.00
Agua Potable	10.00	0.00	10.00	30.00
Arriendo	350.00	154.00	196.00	1,050.00
TOTAL	425.00	180.25	244.75	225.00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

➤ **Gasto mantenimiento equipo de cómputo**

El mantenimiento de los equipos se lo realizará cada semestre.

Tabla N° 57

Mantenimiento Equipo de Cómputo

DESCRIPCIÓN	N° EQUIPOS	P/U	VALOR	TOTAL
Gasto Mantenimiento				
Equipo	de 2	15.00	30.00	60.00
Computación				
TOTAL			30.00	60.00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

Para el correcto funcionamiento del equipo de cómputo se requiere mantenimiento de computadoras que se lo realizará dos veces al año.

➤ Remodelación infraestructura

Tabla N° 58

Remodelación Infraestructura m2

AREA	DISTRIBUCIÓN (M2)	valor
<u>PRODUCCIÓN</u>	<u>58,83</u>	<u>1800,00</u>
Maquinaria	47,38	
Bodega	11,45	
<u>ADMINISTRACION</u>	<u>41,78</u>	<u>1200,00</u>
Oficina	9,1	
Pasillo y baño	32,68	
<u>VENTAS</u>	<u>34,99</u>	<u>500,00</u>
Almacén	13,9	
Garaje	21,09	
<u>TOTAL</u>	<u>135,6</u>	<u>3500,00</u>

Fuente: Proforma
Elaborado por: Las Autoras

Para la remodelación de la infraestructura se requieren 3.500,00 donde están incluidos las tres áreas Producción, Administración y Ventas

4.5.4. Gastos de ventas

➤ Sueldo ventas

Tabla N° 59

Sueldos de Ventas

CARGO	Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	Aporte Individual 9.45%	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Total Mes	Total trimestral
Vendedor	375,59	45,63	35,49	31,30	30,50	447,53	1342,59
TOTAL							1342,59

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

Los gastos de sueldo corresponden al vendedor que percibirá un salario más componentes de ley

➤ Gasto publicidad

Tabla N° 60

Gasto Publicidad

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
Publicidad volantes	100,00	300,00
Fangpage de Facebook	100,00	100,00
Rotulos	0,00	240,00
TOTAL	0,00	640,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

4.5.5. Capital de trabajo

Tabla N° 61

Capital de Trabajo

DESCRIPCION	MESES	VALOR
	3	TOTAL
Materia Prima Directa		1915,65
Mano de Obra Operativo		3931,94
Costos Indirectos de Fabricación		3024,15
Materia Prima Indirecta	683,40	
Servicios Básicos	78,75	
Arriendo	462,00	
Remodelación área operativa	1800,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		5016,41
Sueldo Administrativo	1666,24	
Suministros de Oficina	313,42	
Servicios Básicos	68,75	
Arriendo	588	
Remodelación administrativa	1700,00	
Constitución Empresa	680,00	
GASTOS VENTAS		1982,59
Sueldo Ventas	1342,59	
Publicidad	640,00	
Subtotal		15870,74
Imprevistos 10%		1587,07
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		<u>17457,81</u>

Elaborado por: Las Autoras

La inversión variable es el fondo rotativo requerido para cumplir con las obligaciones financieras, administrativas y económicas como el pago de fondos de terceros, nómina,

seguridad social, impuestos, adquisición de materia prima e insumos servicios básicos amortización deuda e intereses que se necesitan mientras ingresan las primeras ventas.

4.6. Inversión total del proyecto

Tabla N° 62

Inversión del Proyecto

DETALLE	VALOR
INVERSION FIJA	10.170,00
INVERSION VARIABLE	17.457,81
TOTAL	27.627,81

Elaborado por: Las Autoras

4.7. Financiamiento del proyecto

Tabla N° 63

Financiamiento Proyecto

CONCEPTO	Porcentaje	Valor
Inversión Propia	45,71 %	12.627,81
Inversión Financiada	54,29 %	15.000,00
Total		27.627,81

Elaborado por: Las Autoras

Para que la empresa entre en funcionamiento se requiere de \$ 27.627,81 de los cuales \$ 15.000,00, será con inversión financiada con el Banco Nacional de Fomento al 11 % correspondiente al 54,29 % y con inversión propia S/. 12.627,81.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

En este capítulo se presenta la proyección de los estados financieros como el flujo de caja, estado de resultados y para medir la rentabilidad se utilizará las herramientas financieras como: el VAN, TIR, el costo – beneficio, y el periodo de la recuperación de la inversión.

5.1. Estructura de la inversión

5.1.1. Balance de arranque

Tabla N° 64

Balance Inicial

EMPRESA "KAPPE"		
Balance General (Sri)		
del: 01 de Diciembre de 2015 al: 31 de Diciembre 2015		
Codigo	Cuenta	2015/12
1	ACTIVOS	
1.1	ACTIVO CORRIENTE	17.457,81
1.1.01	ACTIVO DISPONIBLE	2.457,81
1.1.01.01	CAJAS	2.457,81
1.1.01.01.01	Caja General	2.457,81
1.1.01.03	BANCOS	15.000,00
1.1.01.03.04	Bco Internacional Inmobiliaria Cta Cte N° 9500603717	15.000,00
1.2	ACTIVO FIJO	10.170,00
		0,00
1.2.01	ACTIVO FIJO	10.170,00
1.2.01.01	ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	10.170,00
1.2.01.01.03	Muebles y Equipos de Oficina	1.870,00
1.2.01.01.04	Equipo Y Maquinaria	5.110,00
1.2.01.01.08	Equipo de Computación y Software	3.190,00

	TOTAL DEL ACTIVO	<u>27.627,81</u>

2	PASIVOS	
2.1	PASIVO CORRIENTE	11.827,81
2.1.03	OBLIGACIONES CON ACCIONISTAS	11.827,81
2.1.03.01	ACCIONISTAS	11.827,81
2.1.03.01.01	Prestamos Socios K Trabajo	11.827,81
2.2	PASIVO A LARGO PLAZO	15.000,00
2.2.02	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIER	15.000,00
2.2.02.01	Instituciones Financieras Locales	15.000,00
2.2.02.01.04	Banco Nacional del Fomento	15.000,00
	TOTAL DEL PASIVO	<u>26.827,81</u>
3	PATRIMONIO	
3.1	CAPITAL SOCIAL	800,00
3.1.01	CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO	800,00
3.1.01.01	ACCIONISTAS	800,00
3.1.01.01.01	Albuja Narvaez Norma	400,00
3.1.01.01.02	Males Tapia Elizabeth	400,00

	TOTAL DEL PATRIMONIO	800,00

	TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO	27.627,81

Elaborado por: Las Autoras

5.2. Proyecciones

5.2.1. Presupuesto de ingresos

Se ha obtenido un estimado de ventas de gorras llanas y gorras personalizadas, lo cual la proyección se estimó para 5 años.

Tabla N° 65**Presupuesto de Ingresos**

INGRESOS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	2016	2017	2018	2019	2020
Venta Gorras	18.143,77	19.149,20	20.210,19	21.329,96	22.511,78
Venta Gorras personalizadas	53.135,93	56.081,00	59.188,24	62.467,65	65.928,76
TOTAL INGRESOS	71.279,70	75.230,20	79.398,43	83.797,62	88.440,54

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Las Autoras

5.2.2. Presupuesto de costos operativos**Tabla N° 66****Presupuesto Costos Operativos**

PRESUPUESTO DE COSTOS					
	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	2016	2017	2018	2019	2020
Costos de Producción					
Materia Prima e Insumos	30.650,40	31.290,99	31.944,98	32.612,63	33.294,23
Mano de Obra Directa	15.727,75	17.395,69	17.985,40	18.595,11	19.225,48
Gastos Indirectos de Fabricación	75,00	76,57	78,17	79,80	81,47
Gto. Depreciación Maquinaria	75,00	76,57	78,17	79,80	81,47
Total Costos de Producción	46453,15	48763,25	50008,55	51287,54	52601,18

Elaborado por: Las Autoras

5.2.3. Gastos y sueldos administrativos

Tabla N° 67

Gastos y Sueldos Administrativos

GASTOS Y SUELDOS ADMINISTRATIVOS					
Gastos Administrativos					
Sueldos	6.664,96	7.259,04	7.505,12	7.759,55	8.022,59
Suministros	313,42	329,09	345,55	362,82	380,96
Servicios Básicos	900,00	945,00	992,25	1.041,86	1.093,96
Gasto Constitución	680,00	0	0	0	0
Gto. Mant. Equipo de Cómputo	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
Gasto de Ventas	6.010,36	6.340,58	6.561,97	6.791,18	7.028,50
Sueldos	5.370,36	5.940,58	6.141,97	6.350,18	6.565,45
Publicidad	640,00	400,00	420,00	441,00	463,05
Gastos Financieros	1.211,53	1.130,56	397,22	0,00	0,00
Intereses bancarios	1.211,53	1.130,56	397,22	0,00	0,00
Provisiones	1.340,63	1.340,63	1.340,63	628,20	628,20
Depreciación Maquinaria	459,90	459,90	459,90	459,90	459,90
Depreciación Muebles y Enseres	168,30	168,30	168,30	168,30	168,30
Depreciación Equipo de Computación	712,43	712,43	712,43	0,00	0,00
TOTAL	17180,91	17407,91	17208,89	16653,07	17227,15

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Las Autoras

5.2.4. Gastos financieros (interés de deuda)

➤ Financiamiento

El monto que corresponde al crédito asciende a 13.000,00 dólares obtenidos a través de un crédito al Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 11% anual y a un plazo de 3 años.

Tabla de amortización de la deuda

Monto	15.000,00
Interés anual	11%
Interés mensual	0.009167%
Nº de Cuotas	36
Plazo	3 años

Cálculo de la cuota mensual

El Banco del Fomento trabaja con el método alemán; en este método las cuotas con decrecientes, es decir, al principio se pagan cuotas altas, pero luego van disminuyendo.

Tabla N° 68

Tabla De Amortización

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		15.000,00			
1	31-ene-2016	14.583,33	137,50	416,67	554,17
2	01-mar-2016	14.166,67	133,68	416,67	550,35
3	31-mar-2016	13.750,00	129,86	416,67	546,53
4	30-abr-2016	13.333,33	126,04	416,67	542,71
5	30-may-2016	12.916,67	122,22	416,67	538,89
6	29-jun-2016	12.500,00	118,40	416,67	535,07
7	29-jul-2016	12.083,33	114,58	416,67	531,25
8	28-ago-2016	11.666,67	110,76	416,67	527,43
9	27-sep-2016	11.250,00	106,94	416,67	523,61
10	27-oct-2016	10.833,33	103,13	416,67	519,79
11	26-nov-2016	10.416,67	99,31	416,67	515,97
12	26-dic-2016	10.000,00	95,49	416,67	512,15
13	25-ene-2017	9.583,33	91,67	416,67	508,33
14	24-feb-2017	9.166,67	87,85	416,67	504,51
15	26-mar-2017	8.750,00	84,03	416,67	500,69
16	25-abr-2017	8.333,33	80,21	416,67	496,88
17	25-may-2017	7.916,67	76,39	416,67	493,06
18	24-jun-2017	7.500,00	72,57	416,67	489,24
19	24-jul-2017	7.083,33	68,75	416,67	485,42
20	23-ago-2017	6.666,67	64,93	416,67	481,60
21	22-sep-2017	6.250,00	61,11	416,67	477,78
22	22-oct-2017	5.833,33	57,29	416,67	473,96
23	21-nov-2017	5.416,67	53,47	416,67	470,14
24	21-dic-2017	5.000,00	49,65	416,67	466,32
25	20-ene-2018	4.583,33	45,83	416,67	462,50
26	19-feb-2018	4.166,67	42,01	416,67	458,68
27	21-mar-2018	3.750,00	38,19	416,67	454,86
28	20-abr-2018	3.333,33	34,38	416,67	451,04
29	20-may-2018	2.916,67	30,56	416,67	447,22
30	19-jun-2018	2.500,00	26,74	416,67	443,40
31	19-jul-2018	2.083,33	22,92	416,67	439,58
32	18-ago-2018	1.666,67	19,10	416,67	435,76
33	17-sep-2018	1.250,00	15,28	416,67	431,94
34	17-oct-2018	833,33	11,46	416,67	428,13
35	16-nov-2018	416,67	7,64	416,67	424,31
36	16-dic-2018	0,00	3,82	416,67	420,49
			2.543,75	15.000,00	17.543,75

Fuente: Banco Nacional Fomento

✓ **Resumen de la amortización**

Tabla N° 69

Resumen amortización

CONCEPTO	Valor	Porcentaje	Tasa de Ponderacion	Valor Ponderado
Inversión Propia	12.627,81	46,52%	5,00	2,33
Inversión Financiada	15.000,00	53,48%	11	5,88
Total	27.627,81	100%		8,21

Fuente: Banco Nacional Fomento
Elaborado por: Las Autoras

✓ **Gastos Financieros**

Tabla N° 70

Interés Anual

RESUMEN DE LA AMORTIZACION			
PERIODO	INTERES	CAPITAL	
2016	1.397,92	5.000,00	
2017	847,92	5.000,00	
2018	297,92	5.000,00	

Fuente: Banco Nacional Fomento
Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 71

Depreciaciones

CONCEPTO	VALOR					
	EN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	LIBROS					
Muebles y Enseres	1.683,00	168,30	168,30	168,30	168,30	168,30
Equipo de Computación	2.137,30	712,43	712,43	712,43	0,00	0,00
Maquinaria	4.599,00	459,90	459,90	459,90	459,90	459,90
TOTAL	8.419,30	1.340,63	1.340,63	1.340,63	628,20	628,20

Fuente: Investigación directa
Elaborado Por: Las Autoras

5.2.5. Estado de resultados

Tabla N° 72

Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADO										
EMPRESA "KAPPE"										
CONCEPTO	AÑO	2016	AÑO	2017	AÑO	2018	AÑO	2019	AÑO	2020
INGRESOS										
Venta Gorras	18.143,77		19.149,20		20.210,19		21.329,96		22.511,78	
Venta Gorras personalizadas	53.135,93		56.081,00		59.188,24		62.467,65		65.928,76	
TOTAL INGRESOS	71.279,70		75.230,20		79.398,43		83.797,62		88.440,54	
COSTOS										
Costos de Producción	46.453,15		48.763,25		50.008,55		51.287,54		52.601,18	
Materia Prima e Insumos	30.650,40		31.290,99		31.944,98		32.612,63		33.294,23	
Mano de Obra Directa	15.727,75		17.395,69		17.985,40		18.595,11		19.225,48	
Gastos Indirectos de Fabricación	75,00		76,57		78,17		79,80		81,47	
Gto. Mantenimiento maquinaria	75,00		76,57		78,17		79,80		81,47	
Gastos Administrativos	8.618,38		8.596,13		8.909,07		9.233,69		9.570,44	
Sueldos	6.664,96		7.259,04		7.505,12		7.759,55		8.022,59	
Suministros	313,42		329,09		345,55		362,82		380,96	
Servicios Básicos	900,00		945,00		992,25		1.041,86		1.093,96	
Gasto Constitución	680,00		0		0		0		0	
Gto. Mant. Equipo de Cómputo	60,00		63,00		66,15		69,46		72,93	
Gasto de Ventas	6.010,36		6.340,58		6.561,97		6.791,18		7.028,50	
Sueldos	5.370,36		5.940,58		6.141,97		6.350,18		6.565,45	
Publicidad	640,00		400,00		420,00		441,00		463,05	
Gastos Financieros	1.211,53		1.130,56		397,22		0,00		0,00	
Intereses bancarios	1.211,53		1.130,56		397,22		0,00		0,00	
Provisiones	1.340,63		1.340,63		1.340,63		628,20		628,20	

Depreciación Maquinaria	459,90	459,90	459,90	459,90	459,90
Depreciación Muebles y Enseres	168,30	168,30	168,30	168,30	168,30
Depreciación Equipo de Computación	712,43	712,43	712,43	0,00	0,00
TOTAL GASTOS	17.180,91	17.407,91	17.208,89	16.653,07	17.227,15
TOTAL COSTOS Y GASTOS	63.634,06	66.171,16	67.217,44	67.940,61	69.828,33
UTILIDAD O PÉRDIDA PROYECTADA	7.645,65	9.059,04	12.181,00	15.857,01	18.612,21
15% Participacion Trabajadores	1146,85	1358,86	1827,15	2378,55	2791,83
Utilidad antes de Impuestos	6498,80	7700,18	10353,85	13478,46	15820,38
22% Impuesto a la Renta	1429,74	1694,04	2277,85	2965,26	3480,48
UTILIDAD O PÉRDIDA NETA PROYECTADA	5069,06	6.006,14	8.076,00	10.513,20	12.339,90

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Las Autoras

5.2.6. Flujo de caja con protección

Tabla N° 73

Flujo de Caja

EMPRESA "KAPPE"						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión inicial	27.627,81					
INGRESOS						
Utilidad Neta		5.069,06	6.006,14	8.076,00	10.513,20	12.339,90
(+) Depreciación		1.340,63	1.340,63	1.340,63	628,20	628,20
(+) Valor de Rescate+saldo en libros						11.961,00
Total Ingresos		6.409,70	7.346,77	9.416,63	11.141,40	24.929,10
EGRESOS						
Pago de Capital		5000,00	5.000,00	5.000,00	0,00	0,00
Total Egresos		5.000,00	5.000,00	5.000,00	0,00	0,00
FLUJO NETO PROYECTADO		1.409,70	2.346,77	4.416,63	11.141,40	24.929,10

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

5.3. Evaluación financiera

Los aportes que implican recursos financieros requiere un análisis para cuantificar y evaluar los beneficios que se obtendrán de estos, por tanto el proyecto debe estar sustentado teóricamente.

5.3.1. Tasa de descuento

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK})(1 + \text{inf}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 8.21\%)(1 + 3.38\%) - 1$$

$$\text{TRM} = 11.87\%$$

5.3.2. Valor Neto Actual

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \frac{FNE}{(1+r)^4} + \frac{FNE}{(1+r)^5}$$

$$VAN = -30.540,59 + \frac{-4.367,72}{(1+0.1121)^1} + \frac{-3455,37}{(1+0.1121)^2} + \frac{4.885,94}{(1+0.1121)^3} + \frac{18.716,06}{(1+0.1121)^4} + \frac{37.678,56}{(1+0.1121)^5}$$

$$VAN = 676,49$$

Tabla N° 74

Valor Neto Actual

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 11.87%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-27.627,81			
1		1.409,70	1,11867498	1.260,15
2		2.346,77	1,25148969	1.875,19
3		4.416,63	1,40004152	3.154,64
4		11.141,40	1,56622644	7.113,53
5		24.929,10	1,75213752	14.227,82
VAN				27.631,33

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Las Autoras

El VAN es de 27.631,33 dólares lo que significa que existe factibilidad del proyecto, ya que una vez que se recupere la inversión inicial se obtendrá dicha ganancia, a los cinco años del proyecto.

5.3.3. Tasa interna de retorno (TIR)

$$TIR = TS1 + \frac{(TS2 - TS1)(VAN1)}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 11.87 + \frac{(19.69 - 11,87)(27.631,30)}{27.631,30 - (-6.658,32)}$$

$$TIR = 18.17\%$$

Tabla N° 75**Tasa interna de retorno**

AÑO	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 11,87%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 19,69%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-27.627,81				-27.627,81
1	1.409,70	1,1187	1.260,12	1,1969	1.177,79
2	2.346,77	1,25148969	1.875,19	1,43256961	1.638,16
3	4.416,63	1,400041516	3.154,64	1,71464257	2.575,83
4	11.141,40	1,566226444	7.113,53	2,05225569	5.428,85
5	24.929,10	1,752137523	14.227,82	2,45634483	10.148,86
VAN			27.631,30		-6.658,32

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Las Autoras

El TIR indica la rentabilidad del proyecto, se obtuvo el 18,17% lo determina que el proyecto es factible en términos económicos. Ya que mi inversión tendrá un rendimiento aceptable.

5.3.4. Periodo de recuperación de la inversión

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión se lo hace mediante regla de tres, como se muestra a continuación:

Tabla N° 76**Periodo de Recuperación**

INVERSION	27.627,81
0	
1	1.409,70
2	3.756,47
3	8.173,11
4	19.314,50
5	44.243,60

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: Las Autoras

VALOR CORRIENTE

19.314,50 sumatoria de 4 años

24.929,10 1 año

8.313,31 X = 0,33

La inversión se recuperará a los 4,33 años.

5.3.5. Costo – Beneficio*Tabla N° 77**Costo Beneficio*

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR	INGRESOS	EGRESOS
				ACTUALIZADOS	ACTUALIZADOS
1	6.409,70	5.000,00	1,11867498	5.729,72	4.469,57
2	7.346,77	5.000,00	1,25148969	5.870,42	3.995,24
3	9.416,63	5.000,00	1,40004152	6.725,97	3.571,32
4	11.141,40	0,00	1,56622644	7.113,53	0,00
5	24.929,10	0,00	1,75213752	14.227,82	0,00
TOTAL				39.667,46	12.036,13

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: Las Autoras

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{39.667,46}{12.036,13}$$

$$\frac{B}{C} = 3,30$$

Por cada dólar que se está invirtiendo en la puesta en marcha del proyecto, se tendrá una rentabilidad del 0,30

5.3.6. Tasa de rendimiento costo beneficio

Tasa de rendimiento costo beneficio = \sum Ingresos deflactados / inversión

Tasa de rendimiento costo beneficio = 39,667.46 / 27,627.81

Tasa de rendimiento costo beneficio = 1,44

Por cada dólar invertido, se recibe 0,44 de ingresos.

5.3.7. Resumen de evaluación financiera

Tabla N° 78

Resumen Evaluación Financiera

EVALUADOR	CRITERIO DE VALOR EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		11.87%	
VAN =	VAN > 0	27.627.81	Aceptable
TIR% =	TIR > TRM	18.17%	Aceptable
PRI V.C=		4,33 Años	Aceptable
B/C =	B/C > 1	1.44	Aceptable

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: Las Autoras

Punto de equilibrio

Costos fijos = 33.831,36

Costo Variable= 30.511,80

Costo total= 71.279,70

P. Equilibrio ventas

PE	CF
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
	1- CV/VTS
PE	33.831,36
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
	0,56999721
PE	59.353,55

Ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad la empresa pierde y por arriba de la cifra mencionada son utilidades para la empresa.

P. Equilibrio unidades

PE u =	CF	x	UNID
	PRODUCIDAS		
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>		
	VTS	-	COSTOS
	VARIABLES		
PE u =	241016609		
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>		
	40.629,23		
PE u =	5932,10		

Dando el mismo resultado

$$PE_u = \frac{CF}{PVU-CVU}$$

$$PE_u = \frac{30431,39}{5,13}$$

$$PE_u = 5932,10$$

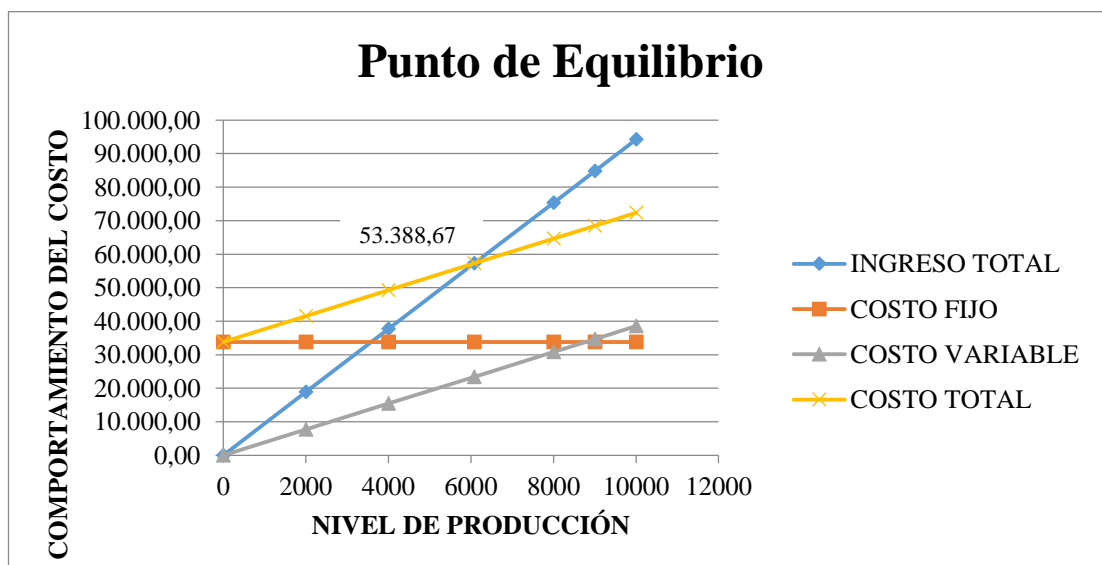
Punto de equilibrio en dinero

$$PEQ. \$ = 53.388,67$$

Para que la empresa esté en un punto en donde no existan pérdidas ni ganancias, se deberán vender (RESULTADO) unidades, considerando que conforme aumenten las unidades vendidas, la utilidad se incrementará.

Figura N° 24

Punto de equilibrio



CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA

6.1. Introducción

El talento Humano es el principal elemento de una empresa, capacitación, adiestramiento y experiencia depende la eficiencia, eficacia y efectividad de los procesos productivos y por ende de la calidad del producto en el caso del presente proyecto la fabricación y comercialización de gorras, por lo que es necesario e indispensable contar un desarrollo organizacional donde se practique el trabajo en equipo, liderazgo, rotación de funciones enmarcados en el mejoramiento continuo y la innovación para evitar que exista talento humano indispensables y sobre todo realizar un verdadero plan de capacitación y adiestramiento lo que significa que es una inversión y no u gasto, donde el talento humano pueda desarrollar destrezas habilidades y estar acorde a los avances tecnológicas actuales a la que se le agrega la disciplina con el Reglamento Interno y Código de Ética, herramientas indispensables para el fiel cumplimiento de las labores poniendo las reglas claras.

6.2. Denominación de la empresa

6.2.1. Nombre de la Empresa

Se entiende por nombre comercial todo signo susceptible de representación gráfica que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.

Para determinar el nombre de la empresa está relacionado con la naturaleza del negocio que es la producción y comercialización de gorros y la palabra KAPPE significa gorro y es

corta y de fácil pronunciación y recordación y no crea confusiones como con empresas que tienen nombres largos.

La empresa se llamará de “KAPPE” que significa gorro en Alemán.

6.2.2. Logotipo

Figura N° 25

Logotipo



Elaborado por: Las autoras

6.2.3. Slogan

“Gorras de calidad para gente de calidad”

Todas las personas prefieren las cosas de calidad y de modelos originales. Se les incentiva que las gorras de calidad está acorde a su personalidad aumentando su auto estima de los clientes.

6.3. Aspectos filosóficos

6.3.1. Misión

Producir y comercializar al por menor y al por mayor gorras de tela de alta calidad a precios justos para fomentar y desarrollar la industria textil con talento humano capacitado y adiestrado, con una atención personalizada al cliente potencial y final.

6.3.2. Visión

“Dentro de los próximos cinco años ser la empresa líder de la producción y comercialización de gorras de tela en la provincia de Imbabura aumentando su cobertura y producción en un 20 %.”

6.3.3. Objetivos institucionales

- Cumplir con un sistema de Gestión de Calidad, que permita la innovación y mejoramiento continua de los procesos y productos; todo mediante la asignación de un Plan operativo elaborado por las socias y el administrador gerencial.
- Mejorar la calidad de vida a través del incremento de fuentes de trabajo de quienes participen en la micro empresa.
- Ofertar nuevos modelos de gorras acordes a las exigencias del mercado.

6.3.4. Valores institucionales

Tabla N° 79

Valores Corporativos

	VALOR	DEFINICIÓN
Operativos	Calidad del producto	Cumpliendo con las expectativas de la pequeña empresa, aumentando la productividad, competitividad y cobertura
	Honestidad	Con la micro empresa, con el equipo de trabajo y los clientes. No mentir decir la
	Equidad	Todos los trabajadores y clientes tendrán el mismo trato.
	Productividad	Productividad en menor tiempo y mejorando los procesos productivos.
	Puntualidad	La puntualidad en la venta o entrega del producto será prioritaria para tener credibilidad ante todos los clientes y

	Competitividad	Cubrir la demanda insatisfecha equilibrada respetando la competencia.
	Compromiso con el cliente	Agilizar los procesos para poder cumplir con el cliente y sus expectativas.
SOCIALES	Respeto a las personas	Dar igual trato a los trabajadores sin ningún tipo de discriminación.
	Solidaridad	Sin solidaridad no existe trabajo en equipo, por lo tanto estar unidos servirá
	Calidad Humana	Comportamiento personal con los demás con la finalidad que exista un buen
	Sinceridad	Sinceridad con clientes y la micro empresa, manteniendo la verdad.
	Ética	El talento humano que labore en la micro empresa deberá mantener los valores y poner en práctica el Código de ética

Elaborado por las autoras

6.3.5. Políticas

1. Se realizará convenios interinstitucionales con proveedores de materia prima con el fin de garantizar la materia prima y la calidad del producto.
2. La atención será personalizada y la entrega se realizará en prioridad de llegada o pedido al consumidor final o potencial.
3. Las ventas se realizarán al contado y contra entrega para no desfinanciar a la microempresa.
4. Brindar trato justo y minucioso a todo el cliente consumidores finales.
5. Todos los integrantes de la empresa deben tener un compromiso ético y cumplir con el Código de Ética.

6.3.6. Propósitos Institucionales

Tabla N° 80

Propósitos Institucionales

	Precio Justo	Optimizar los recursos operativos, administrativos y de producción para ingresar al mercado con un producto a precio justo.
Propósitos Institucionales	Rentabilidad	Crecimiento empresarial paralelo al crecimiento económico y por ende crecimiento de la rentabilidad.
	Innovación	Para los procesos productivos se requerirán maquinaria y equipo y tecnología moderna que podrá reemplazar a los antiguos procesos.
	Mejoramiento Continuo	Preparación continúa en concordancia a los avances de la tecnología actual.

Elaborado por las autoras

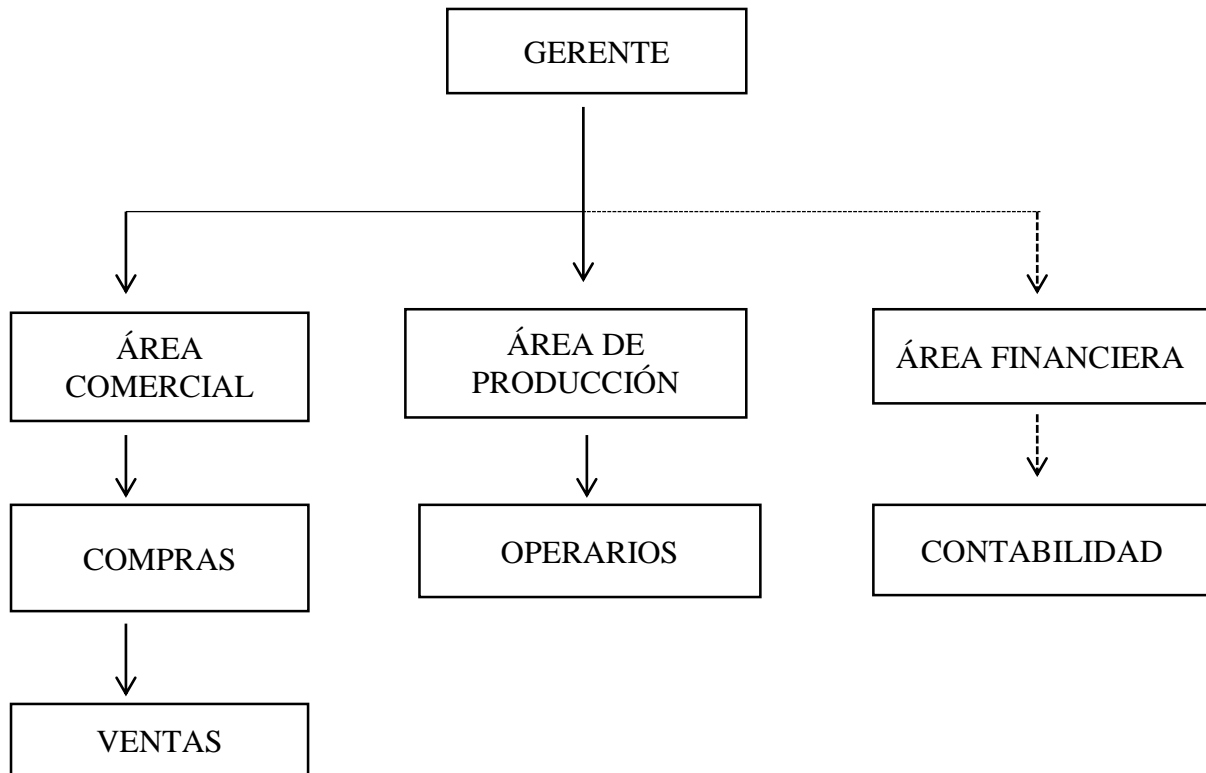
Los propósitos institucionales son lineamientos propuestos con la finalidad de mejorar los procesos productivos y administrativos con el fin de aumentar la cobertura de venta y por ende la producción.

6.4. Estructura Organizacional de la empresa

6.4.1. Orgánico estructural

Figura N° 26

Organigrama Estructural



Elaborado por: Las Autoras

Dentro del orgánico estructural se contará con un gerente administrador en el área administrativa una contadora, en el área comercial un vendedor y en Área de Producción tres operarios. Dando un total de seis personas que laborarán en la empresa.

6.4.2. Orgánico funcional

Dentro del orgánico funcional se hallan tres niveles jerárquicos y cuatro áreas señaladas.

Tabla N° 81

Orgánico funcional

<p>NIVEL EJECUTIVO</p>	<p>A este nivel le pertenece el administrador gerencial, propietario de la microempresa que ejerce funciones de dirección, control, planificación, coordinación por ser la máxima autoridad es el ejecutor; tiene como principal labor la administración de recursos humanos para lo cual autoriza el ingreso de talento humano, el plan anual de vacaciones, cursos, además administra recursos financieros y económicos, responsable de la elaboración del presupuesto y lo ejecuta. Por ser el dueño de la empresa es el representante legal ante todas las entidades y organismos gubernamentales como el SRI, IESS, GADS, además es autorizador de las ventas del producto y adquisiciones de materia prima, insumos, y pago nómina y fondos de terceros. Responsable del maneja la página de Historia Laboral</p> <hr/> <p>A este nivel le corresponde el área de producción conformado por tres operarios responsables elaboración de las gorras de tela, etiquetado, control de calidad , además para evitar el deterioro de la maquinaria y equipo se les asigna la custodia y el mantenimiento, aseo de las instalaciones, pues ellos deberán presentar un informe diario, mensual y anual de los productos terminados.</p>
<p>NIVEL OPERATIVO O DE PRODUCCION</p>	<p>a) Contabilidad.- Aquí labora una Contadora CPA. Responsable de la administración del presupuesto conjuntamente con el Administrador Gerencial elaboran los presupuestos de ventas, inversiones, costos y gastos anuales, registra las transacciones diarias en los respectivos libros con la finalidad de elaborar los estados financieros. En lo tributario realiza las declaraciones y pagos de impuestos y anexos que deben ser presentados al SRI, mensualmente y anualmente maneja la página de Historia Laboral, del instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS y por ultimo elabora actas, oficios</p>
<p>NIVEL DE APOYO</p>	


	<p>disposiciones y se encarga del correcto archivo de la documentación de soporte.</p> <p>b) Ventas.- En esta área labora un vendedor, responsable de las ventas del producto que son las gorras de tela de buena calidad al consumidor final y potencial mediante el punto de venta. Además es responsable de abastecer de materia prima, insumos y materiales para la elaboración del producto, además realiza las ventas por internet, promoción y publicidad a los medios masivos de prensa y radio y la buena imagen institucional del establecimiento económico.</p>
--	---

Elaborado por: Las Autoras

6.4.3. Manual de Funciones

Tabla N° 82


Manual de Funciones Gerente

Puesto: Gerente		
	Misión del puesto.- Coordinar, planificar, dirigir el trabajo de grupos de colaboradores y supervisar la realización de cada una de las actividades que forman parte del trabajo del equipo.	
<p>PERFIL</p> <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capacitación -Cursos en Administración de empresas. -Cursos de Relaciones Humanas <p>RELACIÓN FUNCIONAL</p> <p><u>Coordina con:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Contador ☞ Vendedor ☞ Operarios <p><u>Supervisa a:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Contador ☞ Vendedor ☞ Operarios 	<p>FUNCIONES :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejo del sistema del Ministerio de Relaciones Laborales - Buscar vínculos comerciales, - Coordinar, planificar – - Ejecución presupuestaria, - Selección, contratación y capacitación Talento Humano. - Administrar y controlar los recursos económicos y humanos. - Conceder permisos y vacaciones a los trabajadores. - Cumplir y hacer cumplir el Reglamento Interno. -Elabora el presupuesto con la contadora. <p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Representante legal en todas las actividades y trámites con el SRI, IESS, Municipio, Dirección de Salud, Bomberos. - Correcta administración de los recursos económicos de la empresa. 	
Elaborado	Revisado	Autorizado

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 83


Manual de Funciones Contador (a)

Puesto: Contador (a)		
	Misión del puesto.- Realizar y ejecutar competencias en el ámbito contable-financiero y normativo en lo que respecta a la microempresa	
<p>PERFIL</p> <p>REQUISITOS:</p> <p>-Ingeniero, Lic. Doctor en Contabilidad y Auditoría.</p> <p>- Cursos tributación, IESS, Legislación laboral 2 años experiencia</p> <p>RELACIÓN FUNCIONAL</p> <p><u>Coordina con:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Gerente ☞ Vendedor ☞ Operarios 	<p>FUNCIONES :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Recopilación de Información contable, -Archivo de la documentación de sustento contable. -Realizar transacciones diarias en los libros contables. -Elaboración de estados financieros, - Realizar pagos nómina -Pago a proveedores -Declaraciones impuestos y anexos. -Elaboración de Retenciones en la Fuente -Elabora el presupuesto con el Gerente -Manejo de Historia Laboral del IESS. -Realiza la constatación física de activos. <p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Agente de retención. -Manejo presupuestario y de la entrega de la información presupuestaria. 	
Elaborado	Revisado	Autorizado

Elaborado por: Las Autora

Tabla N° 84


Manual de Funciones Vendedor (a)

Puesto: Vendedor (a)		
	Misión del puesto.- Ofrecer al cliente un servicio eficiente y de calidad y calidez, sobre las ventas del producto y brindar asesoramiento sobre la adquisición de insumos	
<p>PERFIL</p> <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingeniero o tecnólogo en Marketing. - Cursos :Ventas, atención al cliente, marketing y mercadeo -Un año de experiencia <p>RELACIÓN FUNCIONAL</p> <p><u>Coordina con:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Gerente ☞ Contador ☞ Operarios 	<p>FUNCIONES :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Vender el producto que son las gorras de tela -Realizar publicidad y promoción del producto. -Registro de compras y ventas. - Elaborar un informe periódico sobre las ventas realizadas. <p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Abastecimiento de materia prima e insumos. -Publicidad y promoción , -Manejo del efectivo. 	
Elaborado	Revisado	Autorizado

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 85

Manual de Funciones Operario (a)

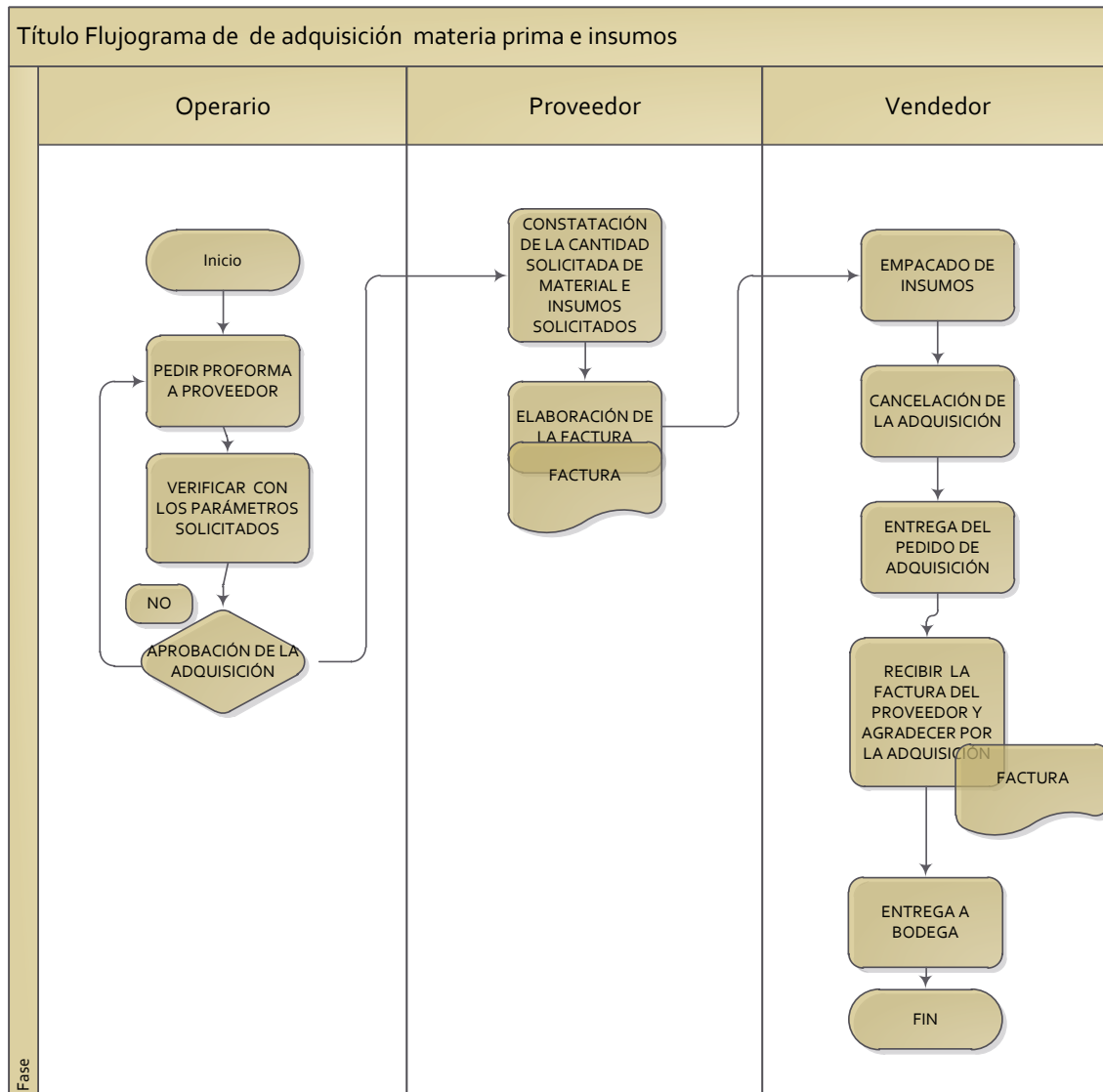
Puesto: Operario (a)		
	Misión del puesto.- Elaborar productos de buena calidad disponibilidad para la venta.	
<p>PERFIL</p> <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Bachiller Cursos de elaboración de elaboración de gorras -Un año de experiencia en actividades similares -Buenas prácticas manufactureras. <p>RELACIÓN FUNCIONAL</p> <p><u>Coordina con:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Gerente ☞ Vendedor 	<p>FUNCIONES :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elaboración del Producto que son las gorras. - Realizar procesos de producción -Planificar diariamente los pedidos de insumos -Controlar que el stock de la materia prima sea suficiente para la producción. -Mantenimiento de maquinaria y equipo. -Comprobar que el acabado del producto terminado sea de buena calidad. <p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Custodia de la maquinaria y equipo. -Mantenimiento Instalaciones 	
Elaborado	Revisado	Autorizado

Elaborado por: Las Autoras

6.4.4. Flujogramas de Procedimientos

Figura N° 27

Flujograma de procedimientos

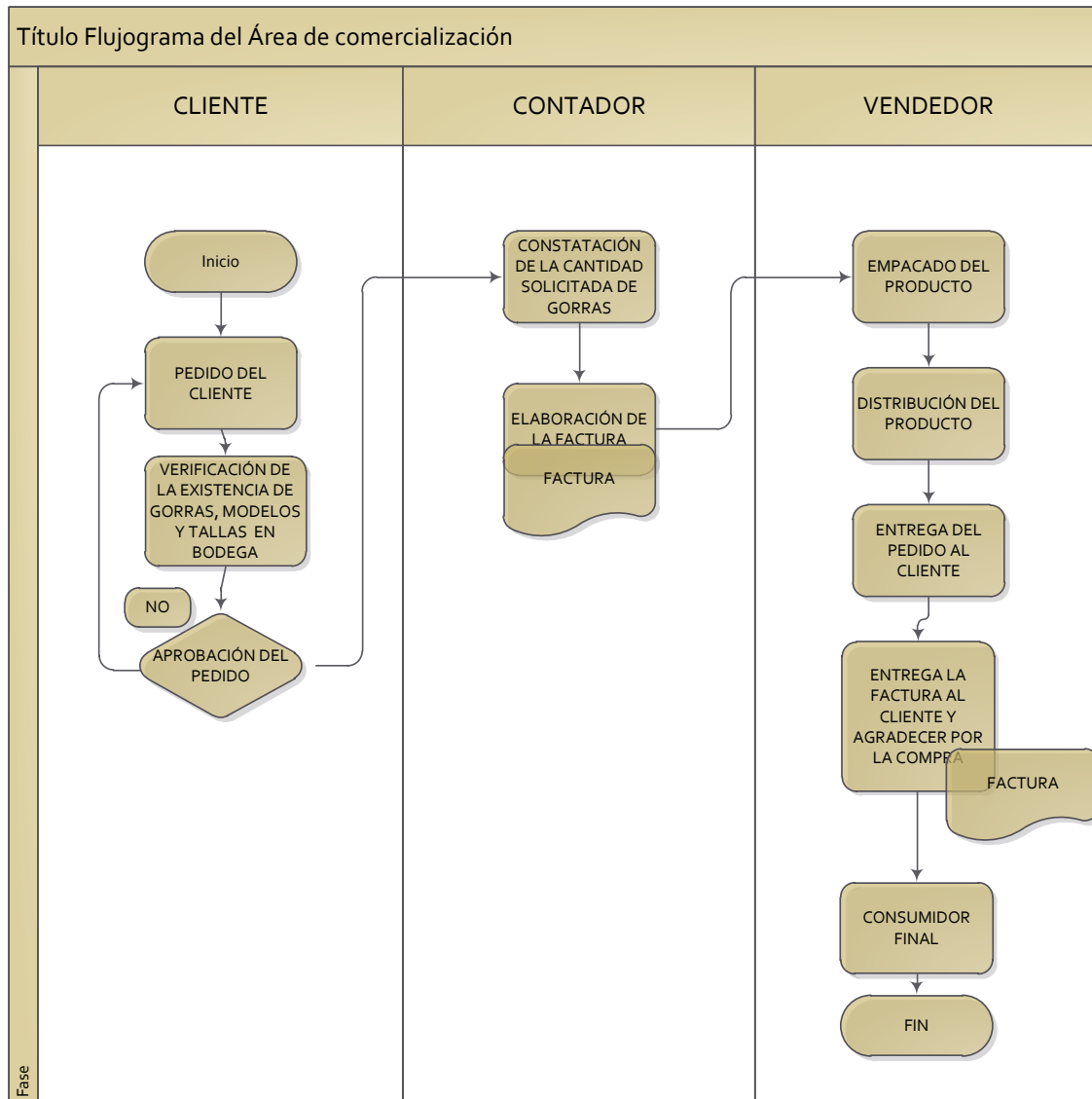


Elaborado por: Las Autoras

La metodología utilizada es de ANSI (American National Standard Institute).

Figura N° 28

Flujograma comercialización



Elaborado por: Las Autoras

La metodología utilizada es de ANSI (American National Standard Institute).

6.5. Constitución jurídica

6.5.1. Clase de Empresa

CONDICIÓN	CONFORMACIÓN
Sociedad de hecho	Es una sociedad de Hecho por que no está regida por la superintendencia de Compañías y tan solo necesita una minuta legalizada por un abogado y en una notaría, el RUC y PATENTE,

Elaborado por: Las autoras

6.5.2. Conformación jurídica de la empresa

REGISTRO	REQUISITOS
Registro Único de Contribuyentes RUC	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario RUC 01-A. • Original y copia de la cedula de ciudadanía. • Original de la papeleta de votación (último proceso electoral). • Copia de la planilla de agua. Luz o teléfono del domicilio y del lugar donde se realiza la actividad económica
Patente Municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Recibo del último pago del impuesto predial de la ubicación de la actividad económica. • Original y copia del RUC. • Original y copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación.
Permiso de los bomberos	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario RUC 01-A. • Original y copia de la cedula de ciudadanía. • Original de la papeleta de votación (último proceso electoral). • Copia de la planilla de agua. Luz o teléfono del domicilio y del lugar donde se realiza la actividad económica.
RUP (Registro único proveedores)	Formulario impreso de registro en el RUP por el portal www.compraspublicas.gob.ec , firmado por quien pretende ser proveedor.

	<p>Impreso del acuerdo de responsabilidad disponible también en el portal web www.compraspublicas.gob.ec, y firmado por quien pretende ser proveedor.</p> <p>Original y copia del Registro Único de Contribuyentes RUC Para ecuatorianos, copia de cédula de ciudadanía. Para extranjeros, una copia de la cédula o del pasaporte y de al visa vigente que le permita ejercer actividades comerciales.</p> <p>Para ecuatorianos, copia del certificado de votación vigente. Debe estar al día con tus obligaciones tributarias ante el SRI. No es necesario que presentes ningún certificado porque la verificación se hace por un sistema informático</p> <p>Si eres empleador, tendrá que estar al día con tus obligaciones con el IESS. La verificación es electrónica, no debe presentar certificados</p>
Número Patronal	<p>Número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Los requisitos son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratos de trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo. • Cédula de identidad del representante de la empresa. • Registro Único de Contribuyentes (RUC). • Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliar a cada uno de los trabajadores.

Elaborado por: Las Autoras

6.5.3. Normatividad aplicable a la empresa

Tabla N° 86

Obligaciones jurídicas

Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud Empleados	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 87

Obligaciones tributarias

Declaración Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Anexo Imp. Renta (Rel. Dependencia)	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Jurídicas
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Jul / Sep.	P. Naturales y Jurídicas
Retenciones en la Fuente - Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto al Valor Agregado - IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Transaccionales (IVA /ICE /IR)	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Anexo de Participe y Socios	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicos

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 88**Obligaciones patronales****Ministerio de Relaciones Laborales**

Presentar planilla pago 15% utilidades	Ministerio de Relaciones Laborales	de Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 13er. Sueldo	Ministerio de Relaciones Laborales	de Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 14to. Sueldo	Ministerio de Relaciones Laborales	de Anual	P. Naturales y Jurídicas

Talento Humano

Décimo Tercero Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Pagar 15% utilidades a empleados	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas

Instituto de Seguridad Social

Fondos de Reserva	IESS empleados	y Anual	P. Naturales y Jurídicas
Aporte Patronal	IESS	Mensual	P. Naturales y Jurídicas

Elaborado por: Las Autoras

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Análisis de impactos

Para el proyecto Estudio de Factibilidad para la creación de una micro empresa productora y comercializadora de gorras de tela en ciudad de Antonio Ante, se ha programado emplear una tabla de valoración de los impactos, siendo la siguiente:

Tabla N° 89

Rango de los niveles de impacto

Significado	Negativo alto	Negativo medio	Negativo bajo	No hay impacto	Positivo bajo	Positivo medio	Positiv o alto
Puntaje	-3	-2	-1	0	1	2	3

Elaborado por: Las Autoras

Los impactos que sobresalen y están sujetos de análisis son: social, económico, ético y ambiental.

La matriz está compuesta por su indicador con su relativa valoración dependiendo de su nivel, luego se realiza la siguiente operación para obtener el resultado del nivel de impacto.

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

Con esta tabla se procedió a aplicar en los siguientes impactos el puntaje de evaluación, siendo el siguiente:

7.2. Identificación de los impactos

7.2.1. Impacto social

Tabla N° 90

Matriz de impacto social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Decisiones democráticas con el talento humano						x		2
Atención personalizada a clientes potenciales							x	3
Trabajo en Equipo unidas las áreas						x		2
Buenas relaciones humanas						x		2
TOTAL								9

$$\begin{aligned} \text{Sumatoria total} &= \frac{9}{4} = 2,25 \quad \text{Medio positivo} = 2 \\ \text{Número de indicadores} &= 4 \end{aligned}$$

Análisis

Decisiones democráticas con el talento humano.- Para que el administrador gerencial tome decisiones se tomara en cuenta los consensos emanados del talento humano, para el desarrollo empresarial, pues los criterios y aportes del talento humano serán prioritario.

Atención personalizada a clientes potenciales.- La atención a todos los clientes será directa y personalizada.

Trabajo en equipo unidas las áreas.- El crecimiento empresarial depende del trabajo en equipo de todo el talento humano por lo que será un propósito institucional laborar unidos.

Buenas relaciones humanas.- Con el cliente interno para garantizar un buen ambiente de trabajo y con el externo para conseguir nuevos clientes.

7.2.2. Impacto Cultural

Tabla N° 91

Matriz de impacto cultural

IMPACTO CULTURAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
	Cultura de trabajo en equipo						x	
Aprendizaje de nuevas tecnologías						x		2
Acceso a la capacitación						x		2
Mejoramiento continuo de la tecnología						x		2
TOTAL								8

Sumatoria total = $\frac{8}{4} = 2$ Medio positivo = 2

Numero de Indicadores 4

Análisis

Cultura de trabajo en equipo.- Para minimizar esfuerzos y para el crecimiento empresarial se tendrá como cultura el trabajo en equipo.

Aprendizaje de nuevas tecnologías.- Para actualizar procesos y aumentar la producción será necesario el desarrollo de nuevas tecnologías.

Acceso a la capacitación.- Se realizará un plan anual de capacitación con la finalidad de actualizar conocimientos y destrezas.

Mejoramiento continuo de la tecnología.- El mejoramiento en los procesos con la capacitación constante del talento humano.

7.2.3. Impacto económico

Tabla N° 92

Matriz de impacto económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Incremento de las utilidades							x	3
Venta directa sin intermediarios						x		3
Fuentes de nuevas fuentes de empleo					x			1
Clientes satisfechos por producto novedoso						x		2
TOTAL								9

$$\frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{9}{4} = 2,25 \quad \text{Medio positivo} = 2$$

Análisis

Incremento de las utilidades- El incremento de las utilidades se realizará gracias al crecimiento empresarial en la producción y comercialización del producto.

Venta directa sin intermediarios.- A excepción de los clientes potenciales que son almacenes aliados en la comercialización, las ventas se las realizará directa al consumidor final.

Creación de nuevas fuentes de empleo.- Con la implantación de la micro empresa se crea aunque en menor escala nuevas fuentes de empleo.

Clientes satisfechos por producto novedoso.- Los clientes estarán satisfechos con nuevos modelos de gorros para satisfacer sus expectativa.

7.2.4. Impacto ético

Tabla N° 93

Matriz de impacto ético

IMPACTO ETICO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Educación con el ejemplo							x 3	
Pagos impuestos, tasas, contribuciones antes del plazo							x 3	
Transparencia en información administrativa y contable						x	2	
Relaciones con los clientes internos y externos sin discriminación							x 3	
TOTAL								11

Sumatoria total $= \frac{11}{4} = 2,75$ Alto positivo = 3
 Número de indicadores

Análisis

Educación con el ejemplo- Es necesario promover los valores y principios escritos para ponerlos en práctica con el ejemplo.

Pagos impuestos, tasas, contribuciones antes del plazo.-El pago de impuestos antes de los plazos establecidos contribuyen con engrandecimiento de país pues de estos rubros dependen muchos proyectos.

Transparencia en información administrativa y contable.- La información administrativa contable será pública, pues trabajadores, clientes y proveedores podrán verificar la transparencia en la información.

Relaciones con los clientes internos y externos sin discriminación.- Todos los clientes, talento humano y proveedores tendrán el mismo tratamiento sin ninguna discriminación física, racial, religiosa entre otras.

7.2.5. Impacto ambiental

Tabla N° 94

Matriz de impacto ambiental

IMPACTO AMBIENTAL									
INDICADORES								Σ	
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
Clasificación de los desechos sólidos		x						-2	
Mantenimiento de las instalaciones eléctricas					x			1	
Reciclaje de desperdicios de fábrica			x					-1	
Ruido de la maquinaria			x					-1	
TOTAL								-3	
<u>Sumatoria total</u>								-3	
	=	$\frac{-3}{4}$		=	-0.75	Bajo		=-1	
Número de indicadores		4				Negativo			

Análisis

Clasificación de los desechos sólidos.- Se tendrá como regla la clasificación de los desechos sólidos en biodegradables y no degradables para un tratamiento especial.

Mantenimiento de las instalaciones eléctricas.- Para que no exista desperdicio de energía eléctrica que afecta económicamente a la microempresa y riesgos de incendios, se realizará mantenimiento periódico de las instalaciones.

Reciclaje de desechos fábrica.- Ventajosamente la mayor parte los desechos sólidos que salen de la empresa son biodegradables, se clasificara en retazos de telas, hilos, plásticos entre otros.

Ruido de la maquinaria.- El ruido de las máquinas es inevitable para evitar molestias será necesario trabajar con orejeras.

7.3. Impactos generales

Tabla N° 95

Matriz de impactos generales

IMPACTO GENERAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
IMPACTO SOCIAL						x		2
IMPACTO ECONÓMICO						x		2
IMPACTO CULTURAL						x		2
IMPACTO ETICO							x	3
IMPACTO AMBIENTAL			x					-1
TOTAL								8
<u>Sumatoria total</u>								
	=	$\frac{8}{5}$	=	1,60	Medio positivo		=2	
Número de indicadores		5						

Conclusión

Como resultado del análisis de impactos, se obtiene que con la ejecución del proyecto este genere un impacto medio positivo; es decir, que con la puesta en marcha de la microempresa se beneficiará a la población; haciendo de esto un clima favorable para la organización debiendo mitigar impactos ambientales negativos.

Además se debe tomar en cuenta todos los demás aspectos relacionados que puedan generar inconvenientes o afectaciones a la población, si fuera el caso.

CONCLUSIONES

- En la Provincia de Imbabura, específicamente en el Cantón Antonio Ante por ser un mercado creciente en producción textil, y en vista de no existir una empresa dedicada a la producción y comercialización de gorras de tela se ha optado por emprender dicho proyecto.
- Como resultado se determina que existe oportunidades y aliados para crear una empresa de producción y comercialización de gorros ya que las condiciones geográficas y demográficas del cantón, son adecuadas para desarrollar este tipo de actividad económica ya que presenta un sinnúmero de factores que pueden beneficiar la para la implementación de la empresa.
- Con la información secundaria permitió ampliar el conocimiento en la implementación de este tipo de empresas previo a la ejecución de este Estudio de Factibilidad, sustentándonos en citas científicas para cada una de las fases del proyecto.
- Existe aceptación del producto de acuerdo con el entorno en el cual se ha de desarrollar el proyecto, determinamos que el cantón Antonio Ante por ser básicamente textil, cuenta con una población económicamente activa, la misma que puede adquirir dichas prendas de acuerdo a la temporada climatológica, precios, calidad, lo que determina que tendrá una acogida aceptable.
- Se concluye que la capacidad instalada cubre con una parte de la demanda que presenta el sector y hacer una perspectiva de los requerimientos que se han de emplear para dar un mejor servicio, esto nos permite tener datos para poder obtener los costos y gastos que presenta el proyecto.
- Los índices financieros permitieron determinar que el proyecto es factible de desarrollar, permite establecer los costos y hacer proyecciones de los ingresos y egresos, también nos permite hacer una proyección de costos y gastos que ha de generar el proyecto.

- Se determina la conformación organizacional para establecer responsabilidades de acuerdo a perfiles y competencias.
- Dentro del que el beneficio será directamente con el consumidor, en vista que tendremos prendas de alta calidad a un bajo costo, a la vez nuestros clientes podrán prevenir enfermedades a la piel con la adquisición de este producto.

RECOMENDACIONES

- En el estudio técnico es recomendable utilizar al máximo los recursos que ha de disponer la empresa, con la finalidad de poder ser más eficiente en sus procesos y obtener mayor rentabilidad.
- Es recomendable no formar colaboradores que se enfoque en una sola actividad, con la finalidad de poder establecer actividades homogéneas y no solo enfocarse a las actividades recomendadas en cada área, siempre y cuando asignando responsabilidades, derechos y obligaciones a cada colaborador por lo que es bueno realizar un plan de capacitación.
- Se considera importante tomar el precio del mercado para no crear un ambiente en el cual puede influir significativamente las decisiones de compra, la única diferencia que radica en el negocio es la forma de atención y la infraestructura que genere confianza. Al cliente potencial entregar a menor precio.
- Es de importancia analizar los estados financieros y poder analizar cuáles son los costos más significativos y poder analizar la reducción en caso de ser egresos, mientras que se han de emplear nuevas estrategias para poder incrementar los ingresos que han de generar la rentabilidad para la empresa. Aumentar la cobertura de producción para mejorar los ingresos.
- Se recomienda a la empresa coordinar con el Ministerio del Ambiente a fin de mitigar los problemas ambientales que se producen por ser una empresa textil con la implementación de un plan de manejo ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

Andia Valencia, W. (2011). La demanda Insatisfecha. En W. ANDIA VALENCIA, *La demanda insatisfecha en Proyectos de Inversión Pública* (pág. 150). Bogotá.

ANZOLA ROJAS, S. (2010). *Administración de pequeñas Empresas*. Colombia.

ARAUJO AREVALO, D. (2012). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: análisis, formulación y evaluación práctica*. MEXICO.

BACA URBINA, G. (2010). *EVALUACION DE PROYECTOS*.

Baca Urbina, G. (2013). *EVALUACION DE PROYECTOS*. MEXICO: MC. GRAW-HIL.

BACA URBINA, G. (2013). *EVALUACION DE PROYECTOS*. MEXICO: MC. GRAW-HIL.

BACA, G. (2010). *evaluación de proyectos*. MC GRAW HILL.

Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill Sexta Edición.

Bastos, A. (2010). *Promoción y Publicidad en el Punto de Venta*. España: Ideaspropias Editorial S.L.

BERNAL C. & Sierra, D. (2013). *Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI*. Colombia: Pearson edition.

Berumen, S. (2011, pág. 25). *Los Sistemas de Innovación en Europa*. España: Gráficas Dehon.

BRAVO Mercedes, V. (2013). *Contabilidad General*. Quito: Escobar impresores.

Bravo Valdivieso, M. (2010). *CONTABILIDAD GENERAL*.

BRAVO VALDIVIESO, M. (2010). *CONTABILIDAD GENERAL*.

- Bullón, R. (2011). *Comercialización del Turismo*. México.
- CASADO DÍAZ, A. B. (2010). *Introducción al Marketing*.
- Castillo, P. (2010). *Agenda Contable Laboral*. Quito.
- Cesar Augusto Bernal Torre/ Hernán Darío Sierra Arango. (2013). *Proceso Administrativo para las Organizaciones del siglo XXI*. Colombia: Quad/ Graphics.
- CORDOBA PADILLA, M. (2011). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Córdoba Padilla, Marcial. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México: Ecoe Ediciones.
- Córdoba, P. M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Córdoba, P. M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Correa F. (2011). *Administración*. Argentina: El Cid Editor.
- Dra. Soraya Rhea González. (2012). *Trabajo de Grado*. Ibarra Ecuador: Universidad Técnica del Norte Primera edición.
- FIERRO Ángel, M. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: Ecoediciones.
- FIERRO MARTINEZ, A. M. (2011). *CONTABILIDAD GENERAL*. ECOE EICIONES.
- Fonseca, C. G. (2011). *Para su aplicacion a la empresa*.
- Forsyth, P. (2010). *Las herramientas mas novedosas del marketing*. Quito: Ediecuatorial.

Gil Estalio, M. d., & Giner de la Fuente, F. (2010). *COMO CREAR Y HACER FUNCIONAR UNA EMPRESA*.

GIL ESTALIO, M. D., & GINER DE LA FUENTE, F. (2010). *COMO CREAR Y HACER FUNCIONAR UNA EMPRESA*.

Gordón J, A. (2010). *Fundamentos de inversiones: Teoría y práctica*.

Griffin, R. W., Treviño Rosales, M. E., & Arriola Miranda, M. A. (2011). *Administración*. México, D. F.: Cengage Learning Editores.

Hernandez y Rodriguez, S., & Alafox de Anda, G. (2012). *ADMINISTRACION: teoria, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. MEXICO D.F: MCGRAW-HILL Publishing Co.

HERNANDEZ Y RODRIGUEZ, S., & PALAFOX DE ANDA, G. (2012). *ADMINISTRACION: teoria, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. MEXICO D.F: MCGRAW-HILL Publishing Co.

Jones, C. W. (2015). *segmentación del mercado*.

Jorge, E. C., & Fischer de la Vega, L. E. (2011). *mercadotecnia*.

Klother, P., & Armstrong, G. (2013). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. MEXICO: PEARSON.

KLOTHER, P., & ARMSTRONG, G. (2013). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. MEXICO: PEARSON.

Kotler, P. (2010). *EL MARKETING SEGUN KOTLER*. EEUU: PAIDOS IBERICA.

Lamb, C., Hair, j., & Carl, m. D. (2011). *MARKETING*. MEXICO.

LAMB, C., HAIR, J., & CARL, M. D. (2011). *MARKETING. MEXICO.*

Lerma y Kirchner, A. E. (2012). Planeación. En Alfaomega, *Planeación estratégica por áreas funcionales.*

Lerma y Kirchner, A., & Juárez Bárcena, S. (2012). *Planeación Estratégica por Áreas Funcionales.* México, D.F.: Alfaomega.

Masse, P. (2010). *La elección de las inversiones, criterios y métodos.* Barcelona, España: Azteca, 2ª edición.

Meza O, J. d. (2010). *EVALUACION DE PROYECTO.*

Meza Orozco, J. (2012). *Evaluación financiera de proyectos.* Ecoe ediciones .

MEZA OROZCO, J. D. (2010). *EVALUACION FINANCIERA DE PROYECTOS.* BOGOTA: Ecoe Ediciones.

MEZA Orozco, J. D. (2010). *Evaluación Financiera de proyectos.* Bogotá: Eco ediciones.

Meza Orozco, J. d. (2011). *EVALUACION FINANCIERA DE PROYECTOS.* BOGOTA: Ecoe Ediciones.

Moyano, B. y. (2011). Clases de empresas. En S. B. Jose Moyano Fuentes, *Administración de empresas.* Pearson Educación S.A.

Munuera Alemán, J. L., & Rodríguez Escudero, A. I. (2012). *Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección.* Madrid, España: ESIC Ediciones, 3ª edición.

Murcia, j. (2010). *PROYECTOS, FORMULACION Y CRITERIOS DE EVALUACION.*

Nassir Sapag, C. (2011). *Proyectos de inversion: formulacion y evaluacion .* pearson.

Ortiz, H. A. (2011). Flujo de Caja. En *Análisis financiero aplicado*. 14 edición.

Padilla, M. C. (2011). *Formulacion y evaluacion de proyectos*. Bogota: Segunda edicion D.C.

PONTON ZAMBRANO, P. (2013). Microeconomía. Quito: Jurídica del Ecuador.

R.Carlos. (2011). *PRESUPUESTO EMPRESARIAL*. COLOMBIA: ECOEDICIONES.

Rincón Soto, C. (2011). *Presupuestos empresariales*. Ecoe Ediciones.

SÁNCHEZ Zapata, P. (2011). *Contabilidad General con Base en las NIIF*. Madrid: MC GrawHill.

Santesmases Mestre, M. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia*. Larousse-grupo editorial patria.

SAPAG CHAIN, N. (2011). *PROYECTOS DE INVERSION, FORMULACION Y EVALUACION*. CHILE: PERSON EDUCACION.

Vivallo, p. (2011). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*.

VIVALLO, P. (2011). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*.

ZAPATA SANCHEZ, P. E. (2011). *CONTABILIDAD GENERAL*. MEXICO.

Zapata Sánchez, P. E. (2011). *CONTABILIDAD GENERAL*. MEXICO.

ZAPATA, P. (2011).

LINKOGRAFÍA

Emprendices . (20 de Agosto de 2012). Recuperado el 13 de Mayo de 2014, de Comunidad de Emprendedores : <http://www.emprendices.co/las-metas-empresariales/>

Ariza B, E. (21 de 03 de 2011). *Slideshare*. Recuperado el 11 de 11 de 2012, de <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>

E-CONOMIC.ES. (2013). www.e-economic.es/. Recuperado el 4 de SEPTIEMBRE de 2013, de <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-empresa>

<http://ciberconta.unizar.es/LECCION/>. (25 de 12 de 2015).
<http://ciberconta.unizar.es/LECCION/marketing/100.HTM>.

<http://definicion.de/oferta/2012>. (25 de 11 de 2012).

Ramírez Almaguer, V. M. (01 de 03 de 2011). *eumed*. Recuperado el 11 de 11 de 2012, de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

www.deconceptos.com. (2011). *Definiciones*. Sitio Web: Sitio Web.

ANEXOS

ANEXO 1**FICHA DE OBSERVACIÓN**

Nombre del Producto:	Fecha:
Dirección:	Hora:
Local Comercial:	
Descripción del Producto:	
Comodidad	
Materia prima de calidad	
Excelente confección	
Diferentes modelos	
Características del producto	
Visera corta	
Tallas estándar	
Modelos unisex	
Calidad	
Variedad	

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

ENTREVISTA

Propietario _____

Nombre Comercial _____

1. ¿En su establecimiento vende gorras de tela?

SI ()

NO ()

2. ¿Qué cantidad de gorras vende semanalmente?

3. ¿Cuál es su producción promedio mensualmente?

4. ¿Cómo comercializa su producto?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !

ANEXO 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

ENCUESTA

Sexo: F () M ()

Edad: _____

Ocupación _____

1. ¿Con qué frecuencia utiliza gorra de tela?

1. Rara vez

2. A veces

3. Frecuentemente

4. Siempre

2. ¿Ha comprado usted gorras de tela en Atuntaqui?

SI ()

NO ()

3. ¿En qué tipo de tela le gustaría que se confeccionen las gorras?

1. Tela Pana

2. Jean

3. Gabardina

4. Cuerina

4. ¿Con qué objetivo compra gorras de tela

Para cuidado de cuero cabelludo. ()

Para verse bien. ()

Para combinar con su vestimenta. ()

Para cuidado personal. ()

5. ¿Con qué frecuencia adquiere las Gorras?

Mensual ()

Bimensual ()

Trimestral ()

Anual ()

6. ¿Le gustaría que la Gorra que ud compre lleve un logotipo?

SI ()

NO ()

7. ¿Dónde adquiere las Gorras?

Mercados o ferias ()

Centros Comerciales ()

Compra por Catálogo ()

Otros ()

8. ¿Cuánto gasta en promedio por una gorra?

De 3,00 a 5,00 dólares ()

De 6,00 a 10,00 dólares ()

De 10,00 a 15 dólares ()

De 16 en adelante ()

9. ¿Al momento de adquirir la gorra que aspectos considera importantes para usted?

Precio ()

Atención ()

Moda ()

Calidad ()

10. ¿En qué época del año utiliza Gorra?

Verano ()

Invierno ()

Fines de Semana ()

Todos los Días ()

11. ¿A través de qué medios le gustaría que le den a conocer las Gorras?

Correo electrónico ()

Hojas volantas ()

Redes Sociales ()

Revistas ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !

ANEXO 4

Calle Pio Amazonas y Alejandro Andrade Atuntaqui Ecuador /
593-6-2907400 / hugo_villalba985@yahoo.com

PRO-FORMA
100000005

RUC. No. 1002780813001

Cliente: SRA NORMA CECILIA ALBUJA NARVAEZ (000089)

Dirección: ATUNTAQUI

Atención:
RUC/CI 1003231030

Ubicación: ATUNTAQUI
Teléfonos:

Fecha Emisión: 19/01/2016

Vencimiento: 24/01/2016

Vendedor: OFICINA

Forma de Pago EFECTIVO

Código	Descripción	Cant.	Precio	Dcto.	I.V.A	Total
G0001	MICROFIBRA GABARDINA POLIESTER	60.00	12.50		12.00	750.00

Monto en Letras Dolares:
Ochocientos Cuarenta Con 00/100 Cts.
Observaciones:

Correo Cliente :

Sub-Total		750.00
Sub Total IVA	12.00%	750.00
Descuento:		0.00
IVA	12.00%	90.00
Valor Total		840.00



POR LA EMPRESA

POR DEL CLIENTE



RUC:1002067179001

PROFORMA

CLIENTE:	MALES TAPIA SANDRA ELIZABETH		
CEDULA :	1003209309	TELEFONO:	0998374628
DIRECCION:	BARRIO LA JOYA		
FECHA:	19/03/2016		

CANTIDAD	ARTICULO	MODELO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	MAQUINA INDUSTRIAL CERRADORA DE GORRAS SUN STAR CON SISTEMA DE LUBRICACION COMPLETAMENTE AUTOMATICO DE FACIL MANEJO Y PARA TODO TIPO DE MATERIAL	KM-2300MG	1600,00	1600,00
2	MAQUINA INDUSTRIAL RECTA SINGER CON LUBRICACION AUTOMATICA DE ALTO RENDIMIENTO Y BAJA EMISION DE RUIDO IDEAL PARA TODO TIPO DE MATERIAL	191D-30	550,00	1100,00
2	MAQUINA INDUSTRIAL OVERLOCK BAOYU 4 HILOS SISTEMA DIRECT DRIVE CON POSICIONADOR DE AGUJA LUBRICACION AUTOMATICA DE ALTO RENDIMIENTO 8000 PUNTADAS POR MINUTO CON AHORRO DE ENERGIA DEL 71% Y CERO EMISION DE RUIDO	BML-6800D4	790,00	1580,00
1	CORTADORA INDUSTRIAL BAOYU DE MANEJO SIMPLE POR SU BAJO CENTRO DE GRAVEDAD Y SU OPTIMA RELACION POTENCIA Y PESO CON SISTEMA DE ENFRIAMIENTO A BASE DE AIRE POR SUCCION EN LA PARTE TRASERA DE LA MAQUINA	SZD-8	530,00	530,00
TOTAL				4810,00

SUMAN : CUATRO MIL OCHOCIENTOS DIEZ DOLARES.

NOTA : ESTOS PRECIOS ESTAN SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO.


SI LA FORMA DE PAGO ES CON CHEQUE FAVOR GIRAR EL MISMO A NOMBRE DE SANTIAGO SEVILLANO REPRESENTANTE DE SINGER MULTIMAQUINAS GRS DISTRIBUIDOR SINGER


SANTIAGO SEVILLANO
GERENTE



DIRECCION: BOLIVAR 1002 Y COLON ESQUINA

TELEFONO: 06 2925493

MAINCO			
MAQUINAS INDUSTRIALES DE CONFECCION			
DIREC: PANAMERICANA NORTE E IMBABURA		FACTURA PROFORMA	
TEL.: (593 6) 2530 743 - FAX: (593 6) 2530 558		Nro. 2023	
E-mail: grupomainco@andinet.net		RUC 1002675963001	
ATUNTAQUI - IMBABURA - ECUADOR		17/03/2016	
CLIENTE: NORMA ALBUJA			
DIRECCION:		TEL.:	2900311
CIUDAD: SAN ROQUE		CEL:	
De nuestras consideraciones:			
Es muy grato llevar a consideración de Uds. la cotización de las máquinas que se describen a continuación:			
		V. Unitario	Valor Total
2	Máquina Industrial Overlock, Marca GEMSY Modelo GEM747FH	621,43	1.242,85
2	Máquina Industrial Recta, Marca GEMSY Modelo GEM8900H	414,29	828,58
1	Máquina Industrial Cortadora 5", Marca GEMSY Modelo GEM85	386,61	386,61
FORMA DE PAGO: CONTADO			
TIEMPO DE ENTREGA: Inmediato si existe en stock o máximo de 30 a 35 días laborales a partir del pedido con el 50% al pedido y 50% a la entrega de las mismas		SUBTOTAL 2.458,04	
GARANTIA: 1 año con servicio técnico y repuestos en el caso de máquinas industriales y 6 meses de servicio técnico en máquinas domésticas, cortadoras, bordadoras domésticas, planchas, cosedoras de costales, estampadoras y sopletes.		0,12 294,96	
No se dará garantía por las siguientes razones: * Daños causados por maltrato o uso indebido de la maquinaria. * Desgaste natural de los productos debido a su uso. * Averías ocasionadas por sobrecargas eléctricas. * Si la máquina es destinada a usos distintos para los que ha sido fabricada. * Si la máquina es reparada por el cliente o por personal no autorizado por MAINCO. La presente garantía cubre servicio técnico a domicilio sobre maquinaria con mueble y motor ya que debido a su tamaño no pueden ser llevadas a nuestros talleres. Máquinas domésticas, cortadoras, bordadoras domésticas, planchas, etc., serán enviadas por el cliente a los talleres para su reparación. El servicio técnico a domicilio para máquinas con muebles será cubierto dentro del perímetro de la provincia de Imbabura. Fuera de este perímetro el cliente trasladará el cabezal de la máquina a nuestros talleres. Los servicios de reparación por la garantía no tendrán costo alguno. MAINCO se compromete a capacitar al personal en los talleres del mismo. Asesoramiento y enseñanza del manejo de las máquinas durante el tiempo requerido. En cada máquina se adjunta todos los accesorios y herramientas para su normal funcionamiento. VALIDEZ: De la oferta 30 días		TOTAL 2.753,00	
Por la gentil acogida que se digna dar a esta oferta, le agradezco y me suscribo de Ud.			
Muy atentamente,			
 Paulo Cesar Aquino C. Gerente G.			



Shikary
Su punto tecnológico

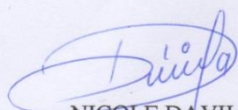
RUC: 1804816823001

PROFORMA

NOMBRE: MALES TAPIA SANDRA ELIZABETH
CEDULA: 1003209309
DIRECCION: PEDRO ALARCON
FECHA: 05/02/2016

DESCRIPCIÓN	Q.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora HP Táctil	2	800.00	1,600.00
Impresora Multifunción	2	395.00	790.00
Equipo de computación			2,390.00
Escritorios	3	180.00	540.00
Archivador vertical	2	120.00	240.00
Sillas Giratorias	3	35.00	105.00
sillas normales	3	25.00	75.00
Vitrinas	2	110.00	220.00
Estanterias	3	60.00	180.00
Muebles de oficina			1,360.00
Calculadoras	2.00	75.00	150.00
Teléfonos - Fax	2.00	160.00	320.00
Dispensador de Agua	1.00	210.00	210.00
Suministros			680.00
TOTAL			4,430.00

NOTA: ESTOS PRECIOS ESTAN SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO


NICOLE DAVILA

JEFA DE VENTAS



Shikary
The power of life
C: 1804816823001

Dir: Quito entre Bolivar Y Sucre
Telf: (06) 3049702
Otavalo - Ecuador

PROFORMA

NOMBRE:	MALES TAPIA SANDRA ELIZABETH
CEDULA:	1003209309
DIRECCION	PEDRO ALARCON
FECHA:	05/02/2016

Presupuesto de Remodelación

DESCRIPCIÓN	M2	VALOR TOTAL
Infraestructura - Adecuación Bien Inmueble	120	3500.00
Revestimiento de pisos	30	1500
Colocación de puerta	1	50
Colocación de ventana	1	50
Gypsun - lámparas	60	1100
Pintura total	120	800

Nota: Si necesitare realizar algún trabajo fuera de la proforma se le cobrará al finalizar la obra, el pago para dicho trabajo es el 50% al inicio y el 50% al culminar.



HOMETIO

 INMOBILIARIA

 COMPAÑIA CONSTRUCTORA

 & INMOBILIARIA

 RUC: 1091736884001

 MALIZA NOE

 GERENTE

ANEXO 5

Figura # 1



Figura # 2



ANEXO 6

Reglamento Interno

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO LA PEQUEÑA EMPRESA “KAPPE”

El establecimiento económico “KAPPE” legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Antonio Ante, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma suplementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su establecimiento con el carácter de obligatorio para todos los empleados y trabajadores que laboran de la pequeña empresa.

CAPITULO I

GENERALIDADES

ARTÍCULO 1.- La microempresa KAPPE., Esta domiciliado en la ciudad de Antonio Ante, provincia de Imbabura y su actividad es la fabricación y comercialización de gorras.

En el actual Reglamento Interno de Trabajo a la microempresa KAPPE., se la podrá denominar simple e indistintamente como la “micro empresa”; y, a los trabajadores, todo el personal de empleados y trabajadores al servicio de la microempresa KAPPE, que desempeñen sus labores en cualquier área de la micro empresa, se los podrá denominar simple e indistintamente como los “Trabajadores o empleados”, y de manera singular como el “Trabajador o empleado”.

ARTÍCULO 2.- Obligatoriedad: Es obligación de la Microempresa KAPPE procurar por todos los medios, con la colaboración de talento humano, la prosperidad de la misma y su permanencia como fuente de empleo. Todo trabajador de la micro empresa está sujeto a la

observación de este Reglamento y obligado a su acato, su violación establecerá las sanciones determinadas en él y en la Ley. El desconocimiento de su contenido no es causa que se pueda invocar ni motivo que excuse su acatamiento por parte de ningún trabajador o empleado.

ARTÍCULO 3.- Autoridad y Políticas: Al Administrador Gerencial: Le pertenece ejecutar los derechos que el Código de Trabajo otorga a los patronos, toda vez que actúa como representante legal de la micro empresa el cual pondrá en conocimiento del talento humano políticas, valores y principios internos que regulan y controlan las actividades del establecimiento económico. El cumplimiento de las políticas, principios y valores internos de la micro empresa es obligatorio por parte del Talento Humano.

ARTÍCULO 4.- Variación en la modalidad de prestación de tareas y actividades.- Todo el Talento Humano está consciente de que son contratados para producción y comercialización de gorras, en consecuencia pueden laborar en cualquier área y de acuerdo a sus conocimientos, experiencia, destrezas y habilidades donde les determine el administrador gerencial y según las variaciones de las circunstancias de prestación de las tareas y actividades que dispusiere el administrador gerencial, de acuerdo con las necesidades de la micro empresa, dentro de la pertinente ocupación por la que el trabajador o empleado es contratado, sin que este hecho implique reducción de remuneración o categoría, o que pueda interpretarse como que se exige al talento humano ejecutar una labor distinta a la pactada o como despido intempestivo.

Lo dispuesto en el actual artículo, tiene por objeto preparar al talento humano para que éstos obtengan experiencia y se capaciten en las diferentes actividades que les corresponda, a objeto de poder substituir a compañeros de otras áreas cuando por algún suceso, éstos no pudieren ejecutar su trabajo. Cuando se presente una vacante, primero se buscará la sustitución de entre los trabajadores y empleados presentes, siempre que el candidato interno se ajuste al perfil determinado por la empresa para el cargo vacante.

ARTÍCULO 5.- Determinación del trabajo: Las funciones, tareas o actividades que se implanten a un trabajador o empleado, serán de especial criterio del administrador gerencial, para lo cual, se apoyará en la valoración de la capacidad, habilidad, adiestramiento, conocimientos técnicos y a la experiencia que en cada caso demuestre el talento humano.

CAPÍTULO II

CONTRATOS DE TRABAJO

ARTÍCULO 6.- Todo contrato de trabajo se realizara por escrito, y luego de su suscripción deberá ser inscrito ante en el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta días a partir de la fecha de suscripción.

ARTÍCULO 7.- Requisitos de Ingreso: Los interesados en ingresar en calidad de trabajadores o empleados a la microempresa, corresponderán cumplir con los siguientes requisitos y presentar la siguiente documentación:

- a) Ser una persona honesta y proba en el desempeño de las diligencias y tareas tanto en lo laboral como en lo personal.
- b) Ser mayor de edad de 18 años, acreditado esto con la presentación de la respectiva cédula de ciudadanía en vigencia y certificado de votación.
- c) Certificado de antecedentes personales, pasado judicial (internet).
- d) Acreditar conocimientos suficientes dentro del tipo de trabajo o función que va a desempeñar, esto es con la presentación de títulos, certificados, diplomas obtenidos.
- e) Certificado concedido por su último empleador de ser el caso.

f) Someterse a las pruebas técnicas y psicológicas y entrevistas determinadas por el administrador gerencial de la empresa.

g) Una fotografía tamaño carné.

h) Si es extranjero deberá presentar la cédula de Ciudadanía o la documentación legal que lo autorice para trabajar legalmente en el país.

i) Certificado de salud actualizado y abalizado por una institución pública.

j) Todos los demás documentos pedidos por el área de administración o contabilidad.

ARTÍCULO 8.- Documentos e información: El talento humano deberá comunicar con absoluta claridad y exactitud sus datos de filiación, dirección domiciliaria, señas particulares, cargas familiares y sociales, lugares de trabajo anteriores, motivos y fechas de salida. Suministrar información o documentación falsa, falsificada, o alterada, para ingresar a la empresa, dará lugar a la terminación unilateral e inmediata del contrato, conforme a la Ley y al actual Reglamento Interno.

CAPITULO III

CONDICIONES DEL TRABAJO

ARTÍCULO 9.- Duración de la Jornada: Todo el talento humano dará acatamiento al horario de trabajo, que es 8 horas diarias 40 horas a la semana de lunes a viernes, el resto de horas trabajadas deben sujetarse a lo que establece la ley, es decir descanso compensado y pago de horas con el recargo de ley que corresponde. La entrada a laborar será a las 08h00 y la salida a la 17h00, con una hora de descanso para el almuerzo desde las 13h00 a las 14h00.

Todo el talento humano se compromete a laborar aceptando las modificaciones que se presentaren por alguna causa imprevista.

Queda entendido que el horario señalado corresponde al tiempo efectivo de iniciación y finalización de labores, por lo tanto, los trabajadores y empleados deberán estar puntualmente en sus puestos de trabajo, listos para iniciar sus labores a la hora señalada. Cualquier tiempo adicional que no fuere obligatoriamente justificado al administrador gerencial, será calificado como falta leve y sujeto a una amonestación escrita.

ARTÍCULO 10.- Prueba de las faltas de puntualidad: Las faltas repetidas de puntualidad, por más de tres ocasiones, establecidas en los correspondientes registros de control, dentro de un mismo mes de labor, serán consideradas como prueba en la solicitud de Visto Bueno ante la autoridad competente.

ARTÍCULO 11.- De las horas suplementarias y/o extraordinarias: La micro empresa reconocerá horas suplementarias y/o extraordinarias para aquellos trabajadores o empleados, que de acuerdo con las necesidades del establecimiento económico, realicen tareas productivas , administrativas u operativas fuera de la jornada ordinaria de trabajo, en fines de semana o feriados.

ARTÍCULO 12.- Autorización: Ningún talento humano del establecimiento podrá realizar trabajos en horas suplementarias y/o extraordinarias sin la autorización expresa del administrador gerencial. Cualquier trabajo suplementario o extraordinario efectuado sin la autorización correspondiente, no será registrado, salvo el caso de peligro inminente para la vida de los trabajadores o para la integridad de los bienes de la empresa, lo que deberá comunicarse consecutivamente, pero de manera urgente, para su aprobación.

ARTÍCULO 13.- Permisos de trabajo: El Talento humano no podrá salir del lugar de trabajo durante horas hábiles sin permiso del administrador gerencial. Los permisos serán concedidos por enfermedad, calamidad doméstica y en los casos permitidos por la Ley o a criterio del superior, previo aviso al administrador.

ARTÍCULO 14.- Permisos: Los permisos serán:

a) Internos: Son los concedidos para trasladarse a otra área de la micro empresa que no sea su sitio de trabajo.

b) Externos: Son los que se autorizan para abandonar las instalaciones del establecimiento o ausentarse de sus labores.

c) Con sueldo: en los siguientes casos:

c.1. Por enfermedad no profesional o común debidamente justificada y atendida por un profesional de la salud, el contrato se suspende durante ella y empleador está obligado a recibirlo nuevamente cuando recobre su salud, siempre y cuando la enfermedad no excediere de un año.

En este caso el trabajador tendrá derecho al 50% de la remuneración durante los tres primeros días, que será pagado por el empleador; a partir del tercer día, el IESS le pagará el subsidio en relación con su remuneración, de acuerdo a la legislación vigente.

c.2. Sufragio;

c.3. Notificación o diligencia judicial;

c.4. Fallecimiento de un familiar según lo determinado en el Código de Trabajo vigente.

c.5. Servicio Militar;

c.6. Con autorización expresa del administrador gerencial.

c.7. Por calamidad doméstica y/o fuerza mayor

c.8. Por maternidad durante un período de 12 semanas percibirá el 25% de su remuneración y la diferencia será pagada por el IESS según las disposiciones legales pertinentes.

c.9 Por paternidad durante un periodo de 10 días por el nacimiento de su hija o hijo cuando el nacimiento sea por parto normal, en los casos de nacimientos múltiples o por cesárea se prolongará por 5 días más.

c.9. Por enfermedad profesional y accidente de trabajo, entendiéndose enfermedad profesional a la afección aguda o crónica causada de una manera directa por el ejercicio de la profesión o labor que realiza el talento humano y que le produce incapacidad y se denomina accidente de trabajo al suceso imprevisto y repentino que causa al trabajador o empleado una lesión corporal o una perturbación funcional.

En estos casos, si el accidente o la enfermedad producen una incapacidad temporal, el contrato se suspende hasta que el trabajador pueda reintegrarse a sus labores; pero si la incapacidad se prolonga por más de un año se entenderá que la incapacidad es permanente y el contrato terminará.

Durante el tiempo de la incapacidad temporal o en el caso de la incapacidad definitiva, el trabajador tiene derecho a percibir las indemnizaciones y prestaciones legales correspondientes por parte del IESS si se cumple con las disposiciones legales pertinentes, caso contrario será el empleador quien se haga cargo del pago respectivo.

d) Sin sueldo: en los siguientes casos:

d.1. Asuntos personales; y,

d.2. Otros.

ARTICULO 15.- Justificaciones: Se considerarán causas justas de atraso o falta exclusivamente, las siguientes: la enfermedad del talento humano, debidamente comprobada por medio del respectivo certificado médico expedido por un facultativo del IESS; o por un profesional de la salud y validado por la mencionada institución, calamidad doméstica; y, fuerza mayor, también comprobada por la micro empresa como alcance a las normas del artículo 54 del Código de Trabajo.

El Trabajador que faltare sin permiso previo, deberá avisar telefónicamente o por medio de terceras personas, dentro de las 24 horas siguientes al administrador gerencial indicando el motivo o la razón de la falta. Al reintegrarse a sus funciones o labores, deberá presentar el justificativo pertinente por escrito y de manera inmediata.

ARTÍCULO 16.- De los avisos de Enfermedad: Para los casos de enfermedad no profesional, el talento humano que estuviere imposibilitado de asistir a su trabajo, dará aviso por escrito al administrador gerencial lo determine, dentro de los tres primeros días de la enfermedad.

ARTÍCULO 17.- Peticiones y reclamos: Toda petición, reclamo o información individual será formulada directamente por el talento humano interesado al administrador gerencial.

CAPITULO IV

REMUNERACION

ARTICULO 18.- De las remuneraciones: Las remuneraciones se fijarán en razón de la naturaleza del trabajo y de conformidad al conocimiento, experiencia, especialización y preparación profesional y/ técnica y en ningún caso será inferior al mínimo legal establecido en la ley.

La remuneración mensual unificada que percibe el talento humano es aquella que en cada caso particular, se estipula en el respectivo Contrato de Trabajo y comisiones sectoriales anualmente establecidas por el Ministerio de Relaciones Laborales.

Las remuneraciones de los trabajadores serán pagadas en el lugar de trabajo o depositadas directamente en la cuenta corriente o de ahorro que éstos determinen o señalen., debiéndose dejar constancia de dicho pago en roles de pago y recibos individuales, lo que servirá como prueba plena de la liquidación y pago de estas obligaciones.

De las remuneraciones se deducirán las sumas correspondientes a los aportes al IESS, beneficios de empresa y otros dispuestos por Ley.

Todo el talento humano está obligado, al momento de recibir su liquidación de pago, comprobar la exactitud del mismo y confrontar la veracidad de los cálculos realizados por contabilidad.

ARTÍCULO 19.- Descuento de Préstamos: La micro empresa no está obligada a conceder préstamos ni anticipos a sus trabajadores. Pero cuando lo hiciere, tales valores serán descontados de sus remuneraciones, en cuotas o en la forma que previamente se acordare. En todo caso está prohibida de cobrar interés alguno por los préstamos concedidos al trabajador.

ARTÍCULO 20.- Descuentos en caso de liquidación de haberes: Cuando el talento humano finalice su contrato de trabajo, por cualquier motivo o circunstancia, o cuando deba recibir el pago de alguna liquidación por cualquier otro concepto, se le liquidarán sus haberes y antes de recibir el valor correspondiente, se le descontará los valores que adeudare, por concepto de préstamos, anticipos, créditos conferidos o cualquier otra obligación que el establecimiento tuviere a su favor.

CAPITULO V

DERECHOS Y BENEFICIOS

ARTÍCULO 21.- Vacaciones: Todo el talento humano tendrá derecho de gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios por más de cinco años en el establecimiento, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes, de acuerdo al artículo 69 del Código de Trabajo.-

ARTÍCULO 22.- liquidación de vacaciones:

Si el talento humano deja de pertenecer al establecimiento por cualquier causa, se le pagará la parte proporcional de los días de vacaciones a que tenga derecho, siempre que cumpla con los requisitos legales.

ARTÍCULO 23.- Vacaciones diferidas: Por caso de fuerza mayor no se podrá conceder vacaciones por el lapso de un año, para acumularlas a las del siguiente, amparándose en lo establecido en el artículo 74 y siguientes del Código del Trabajo.-

CAPITULO VI

OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

ARTÍCULO 24.- Obligaciones del Talento Humano: Son obligaciones del talento humano de la micro empresa sean estables o a prueba, a más de las determinadas en el artículo 45 y demás disposiciones del Código del Trabajo o cualquier otra disposición legal, las siguientes:

1. Cumplir con las disposiciones del Código del Trabajo y leer cuidadosamente el presente Reglamento Interno de Trabajo y dar fiel cumplimiento a todas y cada una de las disposiciones que en él se detallan.

2. Si existe alguna duda sobre la legalidad de cualquier acción, el empleado debe buscar la guía del administrador gerencial o contabilidad.
3. Observar siempre buena conducta respetando las normas y disciplina.
4. Ejecutar su trabajo en los términos de! contrato y bajo la dirección del administrador gerencial o responsable de área, a cuya autoridad está sometido en todo lo concerniente al trabajo.
5. Avisar al administrador, con la debida anticipación, cuando no va a poder concurrir al trabajo, para que pueda ser reemplazado temporalmente y evitar así alteración en la producción o actividades de la micro empresa.
6. Permanecer durante la jornada de trabajo en el lugar donde está asignado o autorizado.
7. Cuidar los equipos y utilizar en forma racional y austera los recursos que le entrega la micro empresa para realizar su trabajo, sin destinarlos para actividades distintas o de carácter personal y mantener aseado su lugar de trabajo.
8. Fomentar la armonía, fraternidad, respeto y guardar discreción con los compañeros de trabajo, en las relaciones inter personales y la ejecución de sus labores o funciones.
9. Guardar absoluta reserva acerca de los detalles del giro del negocio que desarrolla la micro empresa, por lo que, deberá mantener estricta confidencialidad del caso en los asuntos técnicos, contables, fórmulas, estrategias de comercialización o de cualquier otra naturaleza, que tuvieren conocimiento, en razón de la labor que desempeñan. El incumplimiento de lo aquí dispuesto constituye Falta Grave y por tanto, sancionado con la separación inmediata del responsable, previo el trámite de Visto Bueno.

10. Comunicar contabilidad, los cambios de domicilio tan pronto como se efectúen; así mismo deben comunicar todos sus asuntos personales que puedan afectar su desempeño en el trabajo, guardando la empresa la reserva del caso sobre dicha información.
11. Cuidar de su propia seguridad y la de sus compañeros de trabajo, debiendo cumplir exactamente las normas de seguridad de la empresa y Leyes conexas.
12. Prestar toda colaboración posible en caso de siniestros o de riesgo inminente que afecten o amenacen a las personas o cosas de la micro empresa.
13. Contribuir al prestigio y buen nombre del establecimiento dentro y fuera de ella.
14. Utilizar las herramientas y/o equipos de trabajo asignados de manera adecuada, responsable y estrictamente para el desarrollo de las tareas o actividades asignadas por el establecimiento.
15. Atender a clientes con el trato más cortés, esmerado y amable.
16. Cumplir con las obligaciones que no están especificadas en este Reglamento y que forman parte de su descripción de trabajo.

CAPITULO VII

PROHIBICIONES A LOS TRABAJADORES

ARTÍCULO 25.- A más de lo establecido en el artículo 46 y demás disposiciones del Código del Trabajo y otras normas legales, la micro empresa prohíbe expresamente al talento humano, lo siguiente:

1. Negarse a trabajar en las labores, tareas, actividades o funciones u horarios a que estuvieren establecidos.

2. Ingerir, introducir o conservar bebidas alcohólicas, sustancia alucinógenas, psicotrópicas o narcóticas durante las jornadas de trabajo y horas laborables.
3. Presentarse a sus labores en estado de embriaguez y/o bajo el efecto de sustancias narcóticas o psicotrópicas.
4. Participar en actividades, políticas o religiosas dentro de las dependencias del establecimiento.
5. Escribir leyendas ofensivas a la dignidad de la empresa o de sus empleados o de cualquiera de los trabajadores del mismo establecimiento.
6. Realizar o ejecutar en el interior de los lugares de trabajo, cualquier clase de juegos de suerte, cadenas de dinero, préstamos, ventas, o de otra naturaleza financiera o mercantil.
7. Hacer colectas en los lugares de trabajo salvo que hubiere permiso previo del administrador gerencial del establecimiento.
8. Cometer actos reñidos inmorales contra normas éticas o participar en riñas, escándalos dentro de los predios de la empresa.
9. Ofender de palabra u obra al administrador gerencial, responsables de área, clientes o terceros que se encontraren en sus instalaciones. En caso de que un trabajador o empleado faltare de palabra u obra a cualquier persona que se encontrare en las instalaciones de la empresa, el administrador gerencial podrá solicitar el Visto Bueno ante el Ministerio de Relaciones Laborales.
10. Hacer afirmaciones falsas sobre el establecimiento o sus actividades.

11. Ofender, agredir, coaccionar o violentar a los compañeros de trabajo, superiores, clientes, dentro del establecimiento. Faltar el respeto al talento humano de sexo opuesto o realizar insinuaciones que indujeran a pensar en acoso sexual, o abuso de poder, en cualquiera de sus formas u objetivos.
12. Revelar secretos o hacer divulgaciones que ocasionaren o puedan ocasionar perjuicio del establecimiento.
13. Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de labor, de sus superiores, clientes en las instalaciones, áreas de trabajo, o en general los bienes.
14. Introducir y portar armas de cualquier clase dentro de los predios del establecimiento, con excepción aquellos implementos de trabajo debidamente autorizados por la administración.
15. Salir del lugar de trabajo, durante la jornada de trabajo, sin permiso.
16. Llevar a casa documentos confidenciales el establecimiento por cualquier medio físico, magnético o electrónico sin autorización expresa del administrador gerencial
17. Negarse a recibir notificaciones o comunicaciones escritas o firmar la recepción conforme en las copias o duplicado de las mismas. Ante la negativa, se hará la entrega ante la presencia de al menos otro trabajador quien suscribirá el duplicado o copia de la comunicación de que se trate
18. Utilizar la red telefónica o las computadoras del establecimiento para asuntos o trabajos particulares o personales.
19. Presentarse en forma antihigiénica o extravagante a cumplir sus labores.
20. Utilizar inadecuadamente los uniformes entregados.

21. Ningún talento humano debe desarrollar empleos o actividades fuera del establecimiento que interfieran con el buen desempeño de sus labores como trabajador o empleado.

22. Ningún empleado debe tener intereses financieros en empresas competidoras al establecimiento.

23. En general, realizar cualquier acto u omisión que directa o indirectamente influya desfavorablemente en la buena realización de sus propias labores y en la de sus compañeros, o que demuestre falta de disciplina o de respeto a sus superiores.

CAPÍTULO VIII

DE LAS OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL EMPLEADOR

ARTICULO 26.- Obligaciones del empleador.- Son obligaciones del empleador

1.- Pagar las cantidades que correspondan al talento humano en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones del Código de Trabajo y comisiones sectoriales vigentes;

2.- Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad.

3.- Indemnizar al talento humano por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el artículo 38 del Código de Trabajo vigente.

4.- Llevar un registro del talento Humano en el que conste el nombre, edad, sexo, género procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzca.

5.- Proporcionar oportunamente al talento humano materia prima, insumos, útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;

6.- Conceder al talento humano el tiempo necesario para el ejercicio del sufragio en las elecciones populares establecidas por la ley, siempre que dicho tiempo no exceda de cuatro horas, así como el necesario para ser atendidos por los facultativos de la Dirección del Seguro General de Salud Individual y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o para satisfacer requerimientos o notificaciones judiciales. Tales permisos se concederán sin reducción de las remuneraciones.

7.- Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;

8.- Tratar al talento humano con la debida consideración, no infiriéndolos maltratos de palabra o de acción;

9.- Conferir gratuitamente al talento humano, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo o su remuneración.

Cuando el talento humano se separe definitivamente, el empleador estará obligado a conferirle un certificado que acredite:

a) El tiempo de servicio; y,

b) La clase o clases de trabajo.

10.- Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, sin que le sea lícito retener esos útiles e instrumentos a título de indemnización, garantía o cualquier otro motivo;

11.- Pagar al talento humano la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador;

CAPITULO IX

SANCIONES Y MULTAS

ARTÍCULO 27.- Infracciones al Reglamento Interno: Toda infracción a las estipulaciones y a las disposiciones de este Reglamento Interno serán sancionados con:

- a) Amonestación por falta leve, se realizará por escrito, y se consignará una copia al file personal del Talento Humano;
- b) Multas económicas hasta por el 10% de la remuneración diaria del trabajador infractor, dependiendo de la gravedad de la falta.
- c) Solicitud de visto bueno por falta grave.

ARTÍCULO 28.- Son Faltas Leves: Se suponen faltas leves las que sin causar pérdida económica al establecimiento por daño en su imagen institucional, afecten directamente el normal desarrollo del establecimiento a más de las contempladas en el Código del trabajo y el presente reglamento.

ARTÍCULO 29.- Son Faltas Graves: Se considerará falta grave a aquella que lesione los intereses económicos del establecimiento económico, su desarrollo productivo o comercial y las relaciones internas dentro de las buenas costumbres y respeto, a más de las contempladas en el Código del Trabajo y el presente reglamento.

CAPITULO X

TERMINACIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO

ARTÍCULO 30.- Causales de la terminación: Serán causas justificadas, por las que la empresa puede poner término al contrato de trabajo, además de las señaladas en el presente Reglamento Interno, las siguientes:

1. La conclusión del trabajo o servicio que dieron origen al contrato.
2. Las Faltas Graves establecidas en el presente Reglamento, como por ejemplo, injurias o conducta inmoral grave debidamente comprobada.
3. La no concurrencia del talento humano a sus labores durante tres días en un mismo mes de labores; así mismo, la falta injustificada o sin aviso previo al trabajo de parte del trabajador que tuviere a su cargo una actividad o máquina, cuyo abandono o paralización signifique una perturbación al proceso.

Las faltas a que se refiere este artículo deberán ser legalmente comprobadas y en estos casos, la terminación del contrato de trabajo, se realizará vía Visto Bueno ante el Inspector Provincial de Trabajo.

CAPITULO XI

DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 29.- Notificación directa: Ningún talento humano podrá considerarse despedido, sino cuando hubiere sido notificado directamente y por escrito por el administrador gerencial.

ARTÍCULO 30.- Entrega de inventario: Al momento de ser notificado con su separación y antes de recibir su liquidación de conformidad con el Código del Trabajo, el talento humano

deberá entregar al responsable de área , por inventario, todo el material, equipos, herramientas que hubiere recibido y que hubieren estado bajo su responsabilidad o que estén a su cargo.

ARTÍCULO 31.- Todo el talento humano tiene derecho a que se les escuche sus quejas y reclamos. Si la solución dada por el responsable del área no cubre sus aspiraciones, tendrá que pasar al estudio, análisis y resolución del Administrador Gerencial quien dará el veredicto final.

ARTÍCULO 32.- La micro empresa se reserva el derecho de aumentar, cambiar o suprimir alguna o varias de las cláusulas que componen el presente Reglamento Interno de Trabajo y hacer aprobar los cambios al Administrador Gerencial.

ARTÍCULO 33.- Vigencia: El presente Reglamento Interno entrará en vigencia desde la fecha de su aprobación por parte en la Ministerio de Relaciones Laborales de la Provincia de Imbabura y será exhibido en un lugar visible de la empresa, sin perjuicio de entregarle un ejemplar del mismo a cada talento humano.

CÓDIGO DE ÉTICA

El presente Código de ética fue elaborado por el administrador gerencial con asesoramiento de responsables de unidad de la Microempresa y es de cumplimiento obligatorio. Asimismo, la microempresa “KAPPE” que sus proveedores y clientes conozcan y cumplan con el presente Código de Ética.

En este Código se establecen principios generales de fácil aplicación para situaciones que pueden presentarse diariamente en el ejercicio de la actividad comercial, tendientes en su mayoría a fomentar la responsabilidad hacia una operatoria ética y responsable con clientes y proveedores, evitando caer en situaciones que puedan ser entendidas como actos de corrupción u privilegios, a cambio de lograr operaciones u obtener algún tipo de beneficio.

El talento humano debe ser consciente que pertenecen al establecimiento y que con su comportamiento influyen y, en su caso afectan la imagen, prestigio y buen nombre de la organización.

II. Normas Generales

1. Sobre este Código.

La finalidad de éste Código y de la microempresa es fortalecer una relación entre administrador gerencial, talento humano y clientes y proveedores basada en la confiabilidad y transparencia.

2. Alcance.

El presente Código posee normas de cumplimiento obligatorio para el comportamiento de todo el talento humano así también se extiende a los familiares directos de los mismos.

A su vez, este Código comprende normas y principios que regulan la relación y comportamiento del administrador gerencial talento humano del micro empresa con proveedores y clientes de la misma, así como las relaciones de los mismos con partidos políticos, empleados y funcionarios públicos.

La microempresa KAPPE aspira que sus clientes, proveedores cumplan con las normas principios y disposiciones de este Código.

3. Rechazo de la corrupción y actos de soborno.

3.1. Prohíbe explícitamente y rechaza en todas sus formas el desarrollo de prácticas inmorales y anti éticas de corrupción tanto del talento humano como en la relación de los mismos con proveedores y clientes del establecimiento.

3.2. La microempresa indaga, rechaza y sanciona todo acto de soborno y de corrupción para lo cual ha introducido un mecanismo de denuncias tendiente a descubrir, investigar y, en su caso, sancionar tales hechos de soborno, cohecho y corrupción.

3.3. Todos los tipos de corrupción, cohecho y malversación de fondos están prohibidos.

4. Confidencialidad.

4.1. Tanto durante la relación laboral como una vez finalizada la misma, el talento humano deberá respetar las siguientes restricciones en cuanto a la información que obtengan y tecnología que desarrollen con motivo de su relación laboral con el establecimiento.

a) Deberán mantener el más estricto secreto y la más estricta confidencialidad respecto de toda la Información Confidencial perteneciente al establecimiento y no deberán divulgarla, ya sea directa o indirectamente a terceros ajenos, ni utilizarla, copiarla, publicarla o retirarla del establecimiento, salvo que dicha divulgación sea necesaria para cumplir con sus obligaciones mientras se desempeñen como empleado o trabajador.

b) A los fines del presente, se considera Información Confidencial cualquier información o idea desarrollada de cualquier manera, ya sea tangible o intangible, de la que hubieran tenido conocimiento, relacionada de alguna manera con el establecimiento o con sus clientes, sus proveedores.

4.2. Cuidado de la papelería e Información Confidencial

Para preservar la información del establecimiento deberá cumplir con las siguientes disposiciones:

Guardar los papeles o archivos dentro de las cajoneras o muebles y cerrarlos con llave.

No dejar papeles con información de en los espacios comunes como salas de reuniones, cocina, recepción, entre otros.

Mantener las computadoras y archivos físicos confidenciales con claves y cerrar los documentos electrónicos después de trabajar con ellos.

Triturar los papeles confidenciales después de usarlos.

No dejar documentos en las impresoras ni fotocopiadoras.

No leer ni hablar de información de la microempresa en reuniones ajenas al establecimiento.

Apagar sus computadoras antes de retirarse de su puesto de trabajo.

Todos los archivos que se adjunten a los emails deberán estar protegidos de forma tal que no puedan manipularse por terceros.

5. Regalos.

5.1. El talento humano de la micro empresa no podrán recibir o entregar a determinados clientes o proveedores regalos de valor simbólico, siempre que ello sea costumbre en el mercado y que no cause ni aparente causar un compromiso para el establecimiento o que el receptor se sienta obligado.

5.2. En caso que por razones ajenas a la voluntad del empleado, éste se vea obligado a recibir un regalo de valor mayor al simbólico, deberá avisar al administrador gerencial entregar el obsequio recibido a la oficina de contabilidad a fin que se proceda a su sorteo entre talento humano del establecimiento.

6. Relaciones de Negocios.

Ni el establecimiento económico, ni el talento humano ni sus familiares directos, recibirán dinero, préstamos, regalos, favores, comodidades especiales, beneficios o uso de propiedades o instalaciones de cualquier asociado o cliente de la micro empresa y/o funcionarios y/o empleados públicos, cuando superen el valor simbólico de \$ 80,00.

Ni la microempresa ni el talento humano ni sus parientes solicitarán ni aceptarán regalos ni otros privilegios personales por parte de proveedores, clientes, funcionarios o empleados públicos. Se puede aceptar material publicitario y otros artículos de escaso valor comercial, siempre que los mismos se otorguen a título voluntario y que pueda garantizarse que su entrega no influye sobre las decisiones del talento humano involucrado.

El talento humano podrá aceptar invitaciones a actividades recreativas o comidas de parte de los clientes o proveedores en el caso que la invitación sea voluntaria y obedezca a un fin comercial que lo justifique, debiendo informar al administrador gerencial sobre la frecuencia y el motivo de las invitaciones.

No está permitido que el talento humano solicite o acepte pagos, créditos ni ningún otro tipo de prestaciones en provecho propio ni de sus familiares directos por parte de proveedores, clientes, funcionarios o empleados públicos.

A fin de asegurar que para la elección de los proveedores no se consideren más criterios que el precio, la calidad y las prestaciones, el talento humano, ni sus familiares directos podrán solicitar ni aceptar en nombre propio o en nombre del establecimiento ayuda de proveedores o clientes en favor de celebraciones con fines benéficos o equiparables. A su vez, no está permitido que proveedores, clientes, funcionarios o empleados públicos patrocinen actividades internas del microempresas, tales como por ejemplo celebraciones del talento humano.

En el trato con proveedores y clientes de la microempresa el talento humano deberá renunciar a negocios privados o a transacciones financieras contrarias a los intereses del establecimiento económico que pueda en alguna manera pueda influir directa o indirectamente en las decisiones del administrador gerencial.

7. Relaciones entre trabajadores y empleados.

7.1. Las relaciones que pudieran entablarse entre el talento humano, de cualquier tipo que fuera de amistad, matrimonio o noviazgo en ningún de estos casos podrán interferir en su desempeño dentro de la microempresa, ni entorpecer o ser causa de modificación alguna de sus tareas, funciones o actividades habituales.

7.2. El talento humano deberá actuar con responsabilidad y honradez, respetando la personalidad y la dignidad de todas las personas. El respeto mutuo, la tolerancia, el clima de confianza y el ambiente de trabajo deben ser positivo.

7.3. Recomendamos hablar de los problemas que se susciten en el puesto de trabajo a fin de lograr una solución conjunta, este modo de actuar es indispensable para contribuir a un buen ambiente de trabajo caracterizado por la franqueza, tolerancia y rectitud y sobre todo la solidaridad.

8. Utilización de los correos electrónicos

8.1. La dirección de correo electrónico provista por la microempresa y el talento humano debe ser utilizada estrictamente para temas laborales. El uso de la mencionada dirección de correo electrónico para la recepción, transmisión o archivo de material ofensivo, discriminatorio u obsceno, será considerado una grave violación a al presente Código de Ética. Bajo ninguna circunstancia se podrá reenviar un e-mail conteniendo material ofensivo, discriminatorio u obsceno.

8.2. Está prohibido compartir usuarios y contraseñas de acceso a los sistemas de información y direcciones de correo electrónico suministradas por la micro empresas. Dichos usuarios y contraseñas son privados, confidenciales e intransferibles.

8.3. Los directivos y empleados están obligados a observar las normas y directrices sobre el uso, acceso y la seguridad de software, tecnologías informáticas, correo electrónico, internet e intranet.

8.5. Los recursos y activos de la microempresa sirve para que el talento humano realice de su trabajo, son de propiedad exclusiva del establecimiento económico. El Talento Humano deberá utilizar dichos recursos y activos responsablemente y cuidarlos como si fueran propios, como así también devolverlos a su lugar cuando hayan terminado de usarlos.

9. Responsabilidad del Talento Humano durante la jornada laboral.

9.1. La microempresa KAPPE. Aspira que su talento humano se dedique en su totalidad a laboral a las tareas o funciones para las cuales fueron contratados. Cualquier tarea o acto que excepcionalmente deba realizar el talento humano ajeno a su tarea habitual debe estar previamente autorizada por escrito por el administrador gerencial.

9.2. Será responsabilidad del talento humano contar con dicha autorización previo a la realización de la tarea o acto de que se trate no deberán realizar en ningún caso trabajos particulares dentro de la micro empresa, así como tampoco podrán sacar del establecimiento bajo ningún pretexto, materiales, elementos o herramientas, aunque fueran sobrantes sin valor.

10. Normas de conductas frente a terceros.

El talento Humano tratará a los demás con respecto, manteniendo en todo momento un trato correcto y amable. Los principios de rectitud y respeto mutuo se deben observar en todo momento.

11. Actividades Competencia.

11.1. El talento humano están obligados a notificar a la micro empresa existencia de relaciones todo tipo de actividad y vínculo que pueda implicar un conflicto de intereses con el establecimiento. Esta obligación también alcanza a los familiares directos del talento humano

11.2. Ni el talento humano ni sus familiares podrán adquirir participaciones directas o indirectas en empresas que mantengan relación comercial con la micro empresa, sin autorización previa.

12. Responsabilidad Social. Igualdad de trato. Cumplimiento de normativa laboral, previsional y de seguridad social.

12.1. La Empresa respeta y respalda los derechos humanos y trata siempre por igual a sus trabajadores y empleados, sin distinciones de sexo, raza, religión, edad, entre otros., respetando y aplicando en todo momento los principios generales del trabajo, como así también la legislación laboral, de seguridad e higiene en el trabajo, sindical, previsional y de seguridad social.

12.2. Se prohíbe en forma expresa prácticas inapropiadas, tales como acoso sexual, acoso y persecución laboral, discriminación, violencia en el trabajo y el abuso de sustancias tóxicas.

13. Protección del Medioambiente:

13.1. La Empresa despliega y fomenta una conducta de protección del ambiente y de conservación del entorno natural.

13.2. Se encuentra prohibido fumar dentro del establecimiento de la Empresa. Esta prohibición rige tanto para el talento humano así como para los clientes y proveedores.

14. Comportamiento con Competidores.

14.1. La micro empresa cumple también con la legislación mercantil vigente, las leyes antimonopolio, la normativa relativa a la formación de precios en libre competencia, leyes reguladoras de la competencia y de protección del consumidor.

14.2. La microempresa KAPPE pregona la competencia leal con sus competidores.

15. Hechos denunciables:

El siguiente listado muestra alguno de los hechos que podrían denunciarse utilizando esta herramienta: malversación de activos; alteración de información financiera y registros contables, corrupción, delito informático, lavado de dinero, conflictos de interés, acoso sexual, violación de leyes vigentes, violación de la normativa de la Empresa, discriminación, extorsión.

16. Hechos no denunciables a través de esta herramienta:

El siguiente listado muestra alguno de los hechos que no podrían denunciarse utilizando esta herramienta: pedido de aumento salarial, dudas o consultas sobre el Código de Ética, mejoras de prácticas o procesos de un sector, ayuda médica o policial, problemas personales con el talento de la Empresa, relaciones entre compañeros de trabajo, reclamos de clientes relacionados con operaciones de compraventa de rodados o repuestos y/o prestación de servicios.

La Empresa se reserva el derecho de modificar este Código e interpretar sus normas conforme su único y exclusivo criterio.