



TECNOLOGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE  
SERIGRAFÍA TEXTIL,  
UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO.

Proyecto de Trabajo de Graduación que se presenta como requisito para optar por el título  
de Tecnólogo en Diseño Gráfico

Autor: Chiguano Ruiz Marco Antonio

Director de Tesis: Ing. Luis Pillajo

**Quito: Abril 2014**

### **DECLARATORIA**

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las idea doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Chiguano Ruiz Marco Antonio  
C.I. 1724269897

### **CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL**

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante CHIGUANO RUIZ MARCO ANTONIO, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de diseño gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en diseño gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE SERIGRAFIA EN EL NORTE DE LA CIUDAD SECTOR COMITÉ DEL PUEBLO", el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del proyecto descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del proyecto; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del proyecto a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los dieciséis días del mes de abril del dos mil catorce

f) \_\_\_\_\_  
C.C. N° 17242698987  
**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_  
Instituto Superior Tecnológico Cordillera  
**CESIONARIO**

## AGRADECIMIENTO

A mis padres por el apoyo incondicional, por estar siempre a mi lado dándome esas fuerzas y esas ganas de seguir adelante, a mi madre por su apoyo moral y económico, a mi familia a mis amigos que han por extenderme la mano en esos momentos difíciles, a mis profesores por saber guiarme en este trayecto e inculcar en mí esas ganas de triunfar y seguir siempre adelante, a mi tutor por la ayuda y la guía con todos sus conocimientos.

## DEDICATORIA

Quiero dedicar a mi madre, pilar fundamental en mi vida, guiándome y cuidando de mí en los instantes en que todo parecía caer, a mis hermanas porque siempre han sido mi inspiración para nunca desmayar y seguir siempre a cumplir mis metas, a mi padre por su apoyo moral y por sus consejos, a mis amigos de curso, que siempre estuvieron para compartir buenos y malos momentos en fin este triunfo se lo dedico a todos aquellos que forman parte de mi vida.

## Contenido

1.01 Introducción.....	1
Reseña histórica .....	1
1.01.01    Justificación e importancia .....	2
CAPÍTULO 2: Análisis situacional.....	3
2.01 Ambiente externo.....	3
2.01.01 Factor económico.....	3
2.01.01.01 INFLACIÓN.....	3
2.01.01.02 Tasa de interés. ....	4
2.01.01.03 Tasa activa. ....	5
2.01.01.04 Tasa pasiva.....	6
2.01.01.05 Pib. ....	7
2.01.02 Desempleo .....	8
2.01.02.01 Factor social.....	10
2.01.03 Factor legal .....	10
2.01.04 Factor Tecnológico .....	15
2.02 Entorno local .....	16
2.02.01 Clientes. ....	16
2.02.01 Proveedores.....	16
2.02.02 Competidores. ....	17
2.03 Análisis interno.....	17
2.03.01 Propuesta estratégica.....	17
2.03.01.01 Misión .....	17
2.03.01.02 Visión.....	18
2.03.01.03 Objetivos.....	18
2.03.01.03.01 Objetivo General.....	18
2.03.01.03.02 Objetivos Específicos .....	18
2.03.01.04 Principios y/o valores.....	18
Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito	

2.03.02 Gestión administrativo .....	20
2.03.03 Gestión operativa .....	21
2.03.04 Gestión comercial .....	21
2.04 Análisis FODA .....	23
CAPÍTULO 3: Estudio de mercado .....	24
3.01 Análisis del consumidor.....	24
3.01.01 Determinación de la población y muestra,.....	24
3.01.01.02 Investigación descriptiva .....	24
3.01.01.02.01 Diseño de sección transversal .....	25
3.01.01.02.02 Investigación causal .....	25
3.01.02.01 Procedimiento de recolección de datos.....	25
3.01.02.01.01 Características de la encuesta.....	26
3.02.01 Oferta histórica .....	41
3.02.02 Oferta actual.....	41
3.02.03 Oferta Proyectada.....	41
3.04.01 Demanda histórica .....	42
3.04.02 Demanda actual.....	43
3.04.02.01 Demanda potencial actual .....	43
3.04.02.02 Demanda efectiva actual .....	44
3.04.03 Demanda proyectada.....	44
3.04.03.01 Demanda potencial proyectada .....	44
3.04.03.02 Demanda efectiva proyectada .....	45
3.05 Balance Oferta-Demanda.....	46
4.02.01 Macro-localización .....	50
4.02.02.01 Área del Sector.....	54
4.03 Ingeniería del Proyecto .....	56
4.03.01 Diagrama de Procesos.....	56
4.03.02 Flujo de procesos .....	57
4.03.03 Estructura organizacional.....	59
4.03.03.01 Descripción de la estructura organizacional .....	59

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

4.05 Cronograma del proyecto.....	70
CAPÍTULO 5: Estudio financiero .....	72
5.01 Ingresos del proyecto .....	72
5.01.01 Ingresos operacionales .....	72
5.01.02 Ingresos no operacionales .....	73
5.01.03 Matriz de ingresos operacionales y no operacionales .....	74
5.01.04 Ingresos totales proyectados .....	74
5.02.01 Costos Operativos .....	75
5.2.1 Costo Directo .....	76
5.2.2 Costos Indirectos.....	76
5.2.3 Gastos Administrativos.....	77
5.03.01 Gastos administrativos .....	77
5.04 Costos fijos y variables .....	78
5.04.01 Costos Fijos.....	78
5.04.02 Costos Variables .....	79
5.05 Evaluación financiera .....	79
5.2.4 Costo de Ventas .....	79
5.2.1 Inversión Fija .....	80
5.2.1.1 Activos Fijos .....	80
5.2.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos .....	81
CAPÍTULO 6: ANALISIS DE IMPACTOS .....	82
6.01 Impacto Ambiental .....	82
6.02 Impacto Económico .....	82
6.03 Impacto Productivo.....	82
6.04 Impacto Social .....	82
7.01 Conclusiones .....	84
7.02 Recomendaciones .....	85

## Índice de Tablas

Tabla 1	Inflación.....	3
Tabla 2	Tasa Activa .....	5
Tabla 3	Tasa Pasiva.....	6
Tabla 4	PIB anual.....	8
Tabla 6	Proveedores.....	17
Tabla 7	Análisis FODA.....	23
Tabla N° 8	Encuesta.....	30
Tabla N° 9	Encuesta.....	31
Tabla N° 10	Encuesta.....	32
Tabla N° 12	Encuesta.....	33
Tabla N° 12	Encuesta.....	34
Tabla N° 13	Encuesta.....	35
Tabla N° 15	Encuesta.....	36
Tabla N° 16	Encuesta.....	37
Tabla N° 17	Encuesta.....	38
Tabla N° 17	Encuesta.....	39
Tabla N° 18	Demanda Histórica.....	42
Tabla N° 19	Demanda Potencial.....	44
Tabla N° 20	Demanda efectiva.....	45
Tabla N° 21	Balance oferta demanda.....	45
Tabla N° 22	Tamaño proyecto .....	47
Tabla N° 23	Balance oferta demanda.....	48
Tabla N°24	micro localización.....	53
TablaN°25	Cronograma del proyecto.....	70
TablaN°26	Ingresos operacionales.....	72
TablaN°27	Ingresos no operacionales.....	73
TablaN°28	Total ingresos.....	74
TablaN°29	Ingresos proyectados.....	74
TablaN°30	Costos .....	75
TablaN°31	Directo.....	76
TablaN°32	Indirectos.....	76
TablaN°33	Gastos Administrativos .....	77
TablaN°34	Costos Fijos .....	78
TablaN°35	Costos Variables.....	79
TablaN°36	Costos de ventas .....	79
TablaN°37	Activos fijos .....	80
TablaN°38	Activos nominales .....	80
TablaN°39	Tabla de amortización.....	81

## Índice de gráficos

Grafico 1 Inflación Anual.....	4
Grafico 2 Tasa Activa .....	5
Grafico 3 Tasa Pasiva.....	6
Grafico 4 PIB anual.....	8
Grafico 5 tasa de desempleo.....	9
Grafico 6 Gestión Administrativo.....	20
Grafico 7 Gestión operativa.....	21
Grafico 8 Gestión comercial.....	22
Grafico N°9 Encuesta.....	30
Grafico N°10 Encuesta.....	31
Grafico N°11 Encuesta.....	32
Grafico N°13 Encuesta.....	33
Grafico N°13 Encuesta.....	34
Grafico N°14 Encuesta.....	35
Grafico N°16 Encuesta.....	36
Grafico N°17 Encuesta.....	37
Grafico N°18 Encuesta.....	38
Grafico N°18 Encuesta.....	39
Grafico N°19 Demanda Histórica .....	42
Grafico N°20 Demanda Potencial .....	45
Grafico N°21 Demanda efectiva .....	46
Grafico N°22 Macro localización.....	52
Grafico N°23 Macro localización.....	55
Grafico N°24 Diagrama de procesos.....	57
Grafico N°25 Flujo de procesos.....	58
Grafico N°26 Estructura Organizacional.....	59
Grafico N°27 Distribución de planta.....	63
Grafico N°28 LOGO.....	65
Grafico N°29 LOGO CMYK.....	65
Grafico N°30 logo texturas.....	66
Grafico N°31 Hoja membretada.....	67
Grafico N°32 Carpeta.....	68
Grafico N°33 Sobre.....	68
Grafico N°34 Tarjeta .....	69
Grafico N° 35 Material POP .....	69

### **Resumen ejecutivo**

El proyecto está dirigido a la creación de una microempresa de serigrafía textil en el norte de Quito sector Comité del Pueblo, direccionado a brindar el servicio de impresión serigrafica y a ofrecer productos con un terminado novedoso, atractivo y de primera calidad, dirigido a una temática específicamente juvenil que nos diferencia de la competencia, producto que será accesible y sobre todo busca satisfacer la necesidad de los habitantes del sector ya que se observa que las personas migran a otros lugares a buscar este tipo de productos y servicio.

La empresa cuenta con una gran conciencia social con el medio ambiente, controlando la misma al momento de utilizar de manera responsable los insumos y químicos de serigrafía, siendo tratados de la mejor manera para reducir el impacto negativo, así como los materiales textiles sobrantes serán reciclados para dar un buen uso de los mismos.

La microempresa buscara que los clientes sientan el servicio y producto como único, además buscaremos expandirnos y lograr cubrir el mercado nacional, y ser líderes utilizando el conocimiento de nuestro personal. El proyecto se lo llevara a cabo con la mitad de financiamiento propio y mediante financiamiento de instituciones privadas externas a la empresa; como son préstamos bancarios, financiamiento económico que nos servirá para poder obtener los equipamientos, herramientas e insumos necesarios para la operación de la empresa así como para mejorar la tecnología de la empresa y así mejorar la producción y calidad del servicio y producto terminado.

Buscando llegar a niveles altos de rentabilidad para poder reinvertir y así mejorar cada vez la producción y mantener al cliente satisfecho y hacerle sentir que siempre ganara algo. En conclusión se espera cubrir el mercado del sector con proyección a llegar a un mercado más extenso.

### **Abstract**

The project is aimed at creating a small business in the textile screen printing industry north of Quito People's Committee , addressed to provide service and offer silk-screen print products with a finished novel , attractive and top quality , specifically directed to a thematic youth sets us apart from the competition, which will be accessible product and especially seeks to meet the need of the people in the industry and it is seen that people migrate to other places to find this type of product and service.

The company has a strong social conscience with the environment , controlling the same when used responsibly inputs and chemicals for screen printing , being treated the best way to reduce the negative impact and leftover fabrics be recycled to make good use of them.

Microenterprise seek customers feel the service and product as unique, also seek to expand and achieve cover the domestic market, and leaders using the knowledge of our staff. The project will take out half of own financing and external financing through the company private institutions; such as bank loans, economic funding will help us to get the equipment , tools and supplies needed for the operation of the company and to improve the company's technology and improve production and quality of service and finished product .

Looking to reach high levels of profitability to reinvest and improve each time production and keep the customer satisfied and make you always win something. In conclusion the market is expected to cover the sector projected to reach a larger market.

## Introducción

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía en el sector norte de Quito busca solucionar y mejorar la economía familiar y del país mediante la creación de fuentes de empleo, el proyecto está dirigido a la prestación de servicio de serigrafía publicitaria y a ofrecer productos con este terminado, aportando con la comunidad del Comité del Pueblo para que puedan acceder a un lugar en el que puedan encontrar este tipo de servicio y producto. El estudio se lo realizo para verificar la factibilidad que pueda tener dicho proyecto y así comprobar si el mismo es viable.

TEMA: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad de Quito

## CAPÍTULO 1

### 1.01 Introducción

Se planea establecer un taller de serigrafía textil en el norte de Quito sector Comité del Pueblo que se dedique a realizar productos impresos en serigrafía con nuevos diseños, ya que se ha observado que las migran a otros lados de la ciudad para buscar los productos y servicios , con esto se busca satisfacer las necesidades de las personas del sector, y específicamente al grupo juvenil, ya que nos centraremos en realizar camisetas, calentadores, gorras, etc., con un toque de estilo fresco para que los jóvenes se sientan identificados y atraídos por el producto final.

### Reseña histórica

La técnica de serigrafía deviene de la pintura y de sus aplicaciones en la impresión de libros y documentos. La impresión sobre playeras es relativamente reciente, asociada a las modificaciones en las formas de vestir que consideran una vestimenta más informal.

Si bien el consumo de este tipo de prendas correspondió originalmente a la juventud, y para lo cual se realizaban estampados de personas, dibujos, diagramas y otros que atrajeran a los jóvenes; ahora se trata de una prenda utilizada por todos los grupos de edad.

Considerando la información de los censos de manufactura del INEGI para 1988 y 1993 se observa un proceso de concentración en el giro a favor de las micros y pequeñas empresas a cambio de la reducción en la participación en el mercado de medianas empresas.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

Esta tendencia se ratifica con información entre 1992 y 1995 derivada de la encuesta nacional de empleo, salarios, tecnología y capacitación en el sector manufacturero.

Lo anterior ratifica la presencia de espacios en crecimiento para las micros y pequeñas empresas.

### **1.01.01 Justificación e importancia**

La producción de línea de ropa juvenil impresa en técnica de serigrafía constituye una opción rentable de negocio, este tipo de vestimenta se encuentra en una etapa de crecimiento ya que por las condiciones de la actualidad, los jóvenes son cada vez más atraídos por cosas novedosas y nuevas en su tendencia, así que con nuestros productos textiles; tales como camisetas gorras y jeans estampados cumpliremos con esta necesidad.

Por tal motivo se ha escogido este tema de investigación para impulsar el desarrollo de negocio. La justificación se basa en se dé la factibilidad de crear un plan de negocios para el diseño, producción y comercialización del servicio y producto más adecuado tomando en cuenta todas las herramientas del negocio, adaptándoles así a los resultados del estudio mediante el cual se pueda satisfacer de una manera eficaz las necesidades del mercado objetivo, ofertando así un mejor servicio, valor agregado y calidad.

## CAPÍTULO 2: Análisis situacional

### 2.01 Ambiente externo

En el análisis externo se determina que la competencia en el sector es muy baja y se puede aprovechar de esto para crear un buen punto de mercado que satisfaga al grupo juvenil que hay en el sector.

#### 2.01.01 Factor económico

En uno de los factores que representa un gran riesgo ya que se piensa en mejorar la mecánica de impresión en textiles y añadir la tecnología existente al taller para mejorar la producción, para esto necesitaremos buscar instituciones privadas tales como bancos o cooperativas que apoyen el proyecto y se pueda obtener un préstamo para ejecutar el mismo.

##### 2.01.01.01 INFLACIÓN.

Es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo. (Inflación: [www.econlink.com.ar](http://www.econlink.com.ar))

Cuadro N° 2

AÑO	PORCENTAJE
2008	9.85%
2009	3.50%
2010	3.46%
2011	5.50%
2012	4.94%
2013	4.10%

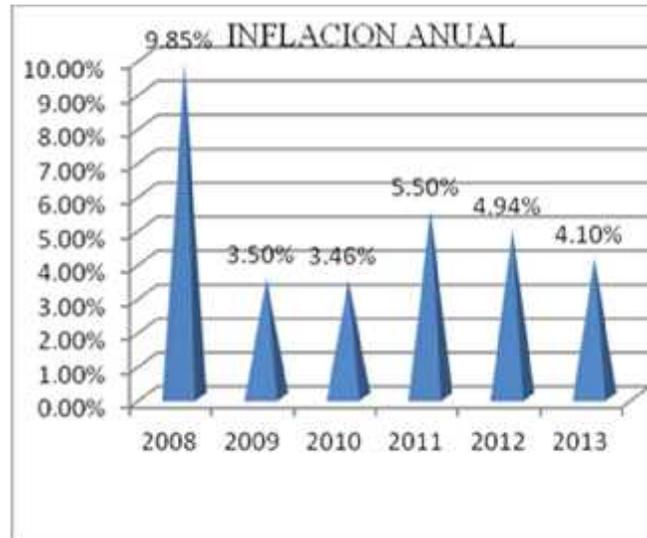
Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla1

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

Gráfico N° 1

Realizado: Marco Chiguano



Análisis: la inflación se le considera como una amenaza, ya que los precios de la materia prima para brindar el producto, dará como resultado un alza del mismo.

#### 2.01.01.02 Tasa de interés.

La tasa de interés se define como aquel precio que se paga por el uso del dinero, durante un determinado período de tiempo. Dicho precio se refiere a un porcentaje de la operación de dinero que se realiza. (Tasas de Interés)

Esto influye para el momento de hacer un préstamo bancario para poder realizar el proyecto, ya que si la tasa de interés es muy alta será mucho más difícil poder acceder a unos de estos créditos.

**2.01.01.03 Tasa activa.**

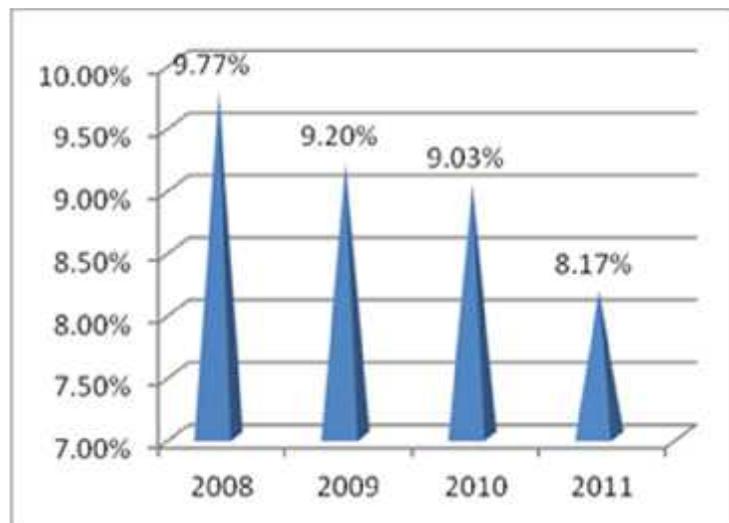
Cuadro N° 2

AÑO	PORCENTAJE
2008	9.77%
2009	9.20%
2010	9.03%
2011	8.17%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Realizado: Marco Chiguano

Gráfico N° 2



Fuente: Banco Central del Ecuador

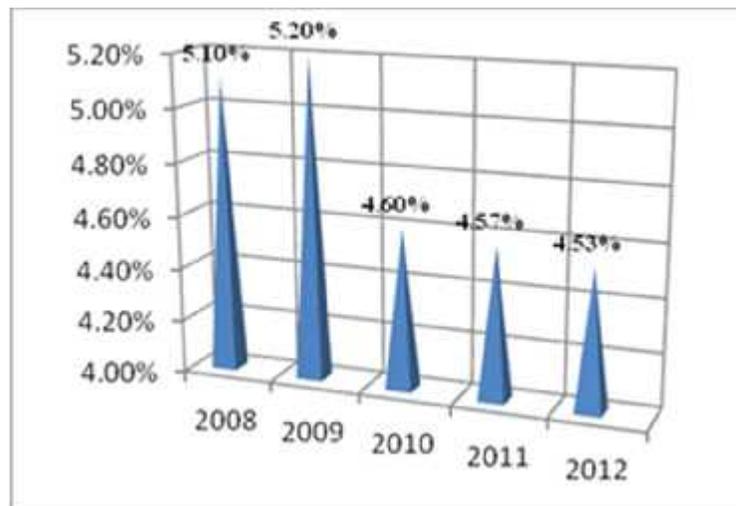
**2.01.01.04 Tasa pasiva.**

Cuadro N° 3

AÑO	PORCENTAJE
2008	5.10%
2009	5.20%
2010	4.60%
2011	4.57%
2012	4.53%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico N° 3



Fuente: Banco Central del Ecuador

**ANÁLISIS:** Para la empresa las tasas de interés resultaron en una Amenaza, ya que al momento de acceder a un crédito, el monto del interés es muy alto en las entidades financieras del Ecuador.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

### **2.01.01.05 Pib.**

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (CENTRAL)

En macroeconomía, el producto interno bruto (PIB), conocido también como producto bruto interno (PBI) y producto interior bruto es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de un país durante un período determinado de tiempo. En relación a políticas públicas el 2013 no presenta ninguna novedad, el gobierno mantiene consistentemente su modelo económico que se caracteriza por tener como actor principal al Estado y al gasto público como el dinamizador de la economía; sin embargo, luego de que en 2011 se presentara el segundo mayor crecimiento luego de la dolarización, cuando la economía creció en 7,98%, tal parece que el modelo comienza a flaquear y las proyecciones de crecimiento en 2013 y 2014 no superan el 4%. En el cuadro superior se presenta el nuevo cálculo de la evolución del PIB ecuatoriano con año base 2007 realizado por el BCE, algo que se tiene que destacar es que en la era post dolarización el crecimiento promedio entre 2000 y 2006 fue de 4,3%, el mismo que entre 2007 y 2012, a pesar de que en el último periodo los recursos a disposición del gobierno de turno fueron 2,7 veces superiores. Entre 2000 y 2006 el gasto público total ascendió a US\$47.883 millones; mientras que entre 2007 y 2012, llegó a US\$129.277 millones. Así las cosas, a 2012 el estado se gasta el 36% de todo lo que produce el país, según el cálculo con los datos con año base 2007, que hizo que el PIB se incremente modificando los indicadores. Si tomamos los datos previos del BCE con año base 2000, en 2011 el estado gastaba el 46,3% del PIB, casi el doble del 23,6% que fue en 2006. Al final, con uno u otro cálculo el peso del estado en la economía es el mayor de América Latina según datos de la CEPAL; asimismo, con 13,3% del PIB en gasto de capital, Ecuador es el país con mayor inversión pública PIB de la región. (CENTRAL)

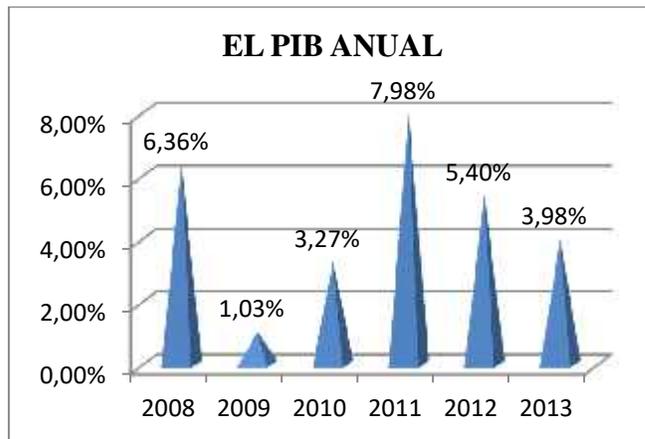
Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

**Cuadro N° 4**

**EL PIB ANUAL**

AÑOS	PORCENTAJE
2008	6,36%
2009	1,03%
2010	3,27%
2011	7,98%
2012	5,40%
2013	3,98%

**Grafico N° 4**



**ANÁLISIS.** De acuerdo a los datos podemos darnos cuenta de que la empresa tiene una oportunidad ya que contribuye al país con el crecimiento.

**2.01.02 Desempleo**

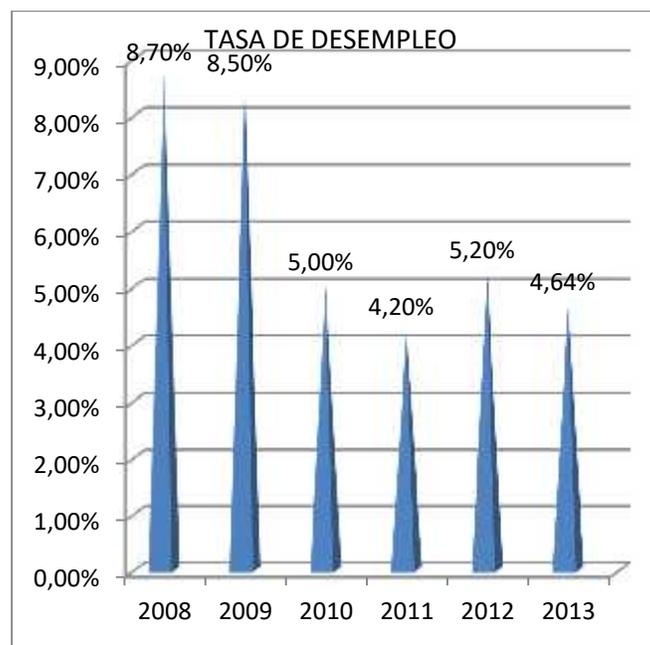
Es aquel sujeto que forma parte de la población activa (se encuentra en edad de trabajar) y que busca empleo sin conseguirlo. Esta situación se traduce en la imposibilidad de trabajar pese a la voluntad de la persona. (DESEMPLEO, 2013)

**Cuadro N° 5**

TASA DE DESEMPLEO	
AÑO	PORCENTAJE
2008	8,70%
2009	8,50%
2010	5,00%
2011	4,20%
2012	5,20%
2013	4,64%

Realizado por: Marco Chiguano

**Grafico N° 5**



**Fuente. BANCO CENTRAL**

**Analisis.** El desempleo en nuestro país de acuerdo a los datos se puede observar que ha bajado el desempleo en los últimos años, pero aun hay un alto nivel de desempleo por lo

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

tanto aquí puede contribuir dando fuentes de trabajo ya que sera un crecimiento para em pais.

#### **2.01.02.01 Factor social.**

Los seres humanos crecen en una sociedad en particular que da forma a sus creencias, valores y normas fundamentales. Absorven casi inconcientemente una vision del mundo que define su relacion consigo mismos y con otros.

**ANÁLISIS:** Lamentablemente los malos hábitos de la sociedad, contribuyen en una amenaza para la empresa, ya que a pesar de que los empleados sean buenos, esos malos hábitos la pueden contaminar.

#### **2.01.03 Factor legal**

La forma de organización es una de las primeras decisiones legales que tiene que tomar el empresario. Hay varios tipos de organización en el aspecto legal:

- Propietario Único: es la forma más común de organización de un pequeño negocio, estas empresas son negocios que no están organizadas como sociedades o corporaciones.
- Sociedades: es cuando varias personas tienen propiedad de la empresa, hay dos tipos de sociedad la anónima y la limitada.
- Corporaciones: son entidades legales separadas de sus propietarios, los cuales se denominan accionistas.
- Negocio Conjunto: es un acuerdo legal entre dos partes para operar con un propósito específico y durante un periodo limitado de tiempo.

## **REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL PARA PERSONAS NATURALES OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD Y PERSONAS JURÍDICAS**

- Formulario de declaración de patente municipal debidamente lleno y suscrito por el representante legal.
- Copia de cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.
- Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica (en el caso de las empresas nuevas).
- Copia del nombramiento del representante legal.

### **Personas natural:**

- Formulario de solicitud y declaración de patente.
- Formulario de patente municipal.
- Certificado de no adeudar al Municipio.
- Copias de CI y certificado de votación del propietario o responsable de la actividad económica.
- Copia del RUC
- Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- Copia de la declaración del impuesto al valor agregado.
- Copia del permiso de cuerpo de Bomberos

### **Requisitos para la obtención de uso de suelo.**

El uso de suelo es un documento obligatorio para poder tener un establecimiento abierto al público. El permiso de uso de suelo es un requisito indispensable para empezar un negocio ya que sin este permiso no se puede continuar con los siguientes trámites para la constitución del mismo

### **Licencia de uso de suelo.**

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

1. Solicitud firmada por el propietario (Formato único de solicitud).
  - El croquis de localización o inmueble objeto de trámite.
  - Uso actual del suelo y el pretendido y en su caso.
  - La superficie construida o por construir.
  - Clave catastral.
2. Documento que acredite la propiedad o posesión del predio o inmueble, inscrito en el registro público de la propiedad (copia simple y original para cotejo).
3. Tratándose de usos que generan impacto regional, será necesario presentar dictamen favorable de impacto regional que emite la secretaría de desarrollo urbano y vivienda.
4. Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral.
5. Poder notarial del representante legal.

#### **Tiempo de Respuesta.**

10 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

#### **REQUISITOS PARA LA OBTENCION DEL RUC DE UNA PERSONA NATURAL OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD.**

- Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
  - planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
  - Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción

### **REQUISITOS PARA LA OBTENCION DE LA LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO.**

Toda persona que va ejercer actividad económica dentro de una zona establecida deberá sacar su permiso de funcionamiento el mismo que es otorgado por el municipio de la zona donde se va a generar tal actividad

**Requisitos** Trámite: Llenar el formulario

Para personas naturales:

- Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación

Para personas jurídicas

- Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia del último pago del impuesto de patente.
- Copia de RUC.
- ICUS (Informe de Compatibilidad de Uso de Suelos)
- Categoría 1 (bajo impacto).

### **OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO OTROGADA POR EL MUNICIPIO DE QUITO.**

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Artesanos: Calificación artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
  - Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
  - En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
  - Dimensiones y fotografía de la fachada del local
  - (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
  - Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

### **REQUISITOS PARA LA OBTENCION DEL PERMISO DE BOMBERO PARA PERSONAS NATURALES OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD.**

- 1 Presentar la solicitud del permiso del municipio.
- 2.- Copia de factura de comprar de extintores o de recarga al nombre del propietario.
- 3.- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridad contra incendio.
- 4.- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

#### **TIPO A.**

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

#### Requisitos

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC

**ART.23:** Todo propietario de locales, apartamentos u oficinas será el responsable de las medidas mínimas de seguridad en su propiedad y está obligada a exigir el debido cuidado a los usuarios, arrendatarios, u otros por cuanto esto garantizara la seguridad general del resto del edificio

**ART.49:** Los edificios de oficinas deberán cumplir las normas especiales de protección contra incendios que se expresa a continuación (SRI, 2012)

**LEY DE MERCADO.** Se creó esta ley para beneficiar al pequeño poder económico y así no se fomente una competencia desleal.

**ANÁLISIS:** Para la empresa la ley de mercado es una oportunidad, ya que se va poder adquirir productos como materia prima al mismo precio en que lo puede hacer un gran empresa al por mayor.

#### 2.01.04 Factor Tecnológico

Las organizaciones necesitan adaptarse e incorporar tecnología proveniente del ambiente en general para no perder su competitividad, Esta direccionado a la tecnología la cual avanza imparablemente, ya que a cada momento los productos tecnológicos van siendo mejorados.

**ANÁLISIS:** Para la empresa debilidad ya que aún no cuenta con esta tecnología ni con el factor económico para obtener la misma.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

## **2.02 Entorno local**

### **2.02.01 Clientes.**

Un componente importante de las organizaciones son aquellas personas y grupos con ciertas características específicas, hacia las cuales la organización se enfoca y coordina sus esfuerzos productivos y comerciales que compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

Los clientes serán

### **2.02.01 Proveedores.**

Es la persona, empresa, organizaciones que nos abastecen de productos necesarias para las actividades diarias de la empresa.

Es de suma importancia identificar a los proveedores del negocio. Por lo general los proveedores se clasifican en:

- Productores
- Mayoristas o intermediarios mercantiles
- Intermediarios funcionales

Ya que se identificó a los proveedores, el siguiente paso es obtener el costo de los artículos, determinar sus programas de entrega, condiciones de crédito y cantidades mínimas para pedidos.

Cuadro N° 5

Materiales primarios	40%
Productos textiles	40%

### **2.02.02 Competidores.**

La empresa se va a diferenciar de las del resto porque además de prestar servicio y brindar un producto asesoramos en cuanto a las diferentes técnicas de impresión, con precios asequibles y justificados que dan al final un producto o servicio con terminado de calidad.

Por otra parte todos los puntos fuertes se tiene el conocimiento de nuevas tendencias adaptadas a los nuevos movimientos juveniles, ya que los involucrados en este proyecto son personas que conocen del pensar juvenil y tienen en mente buscar una gran cobertura de mercado ya que queremos llegar a todo el mercado nacional.

Muchos de nuestros competidores son más conocidos que nosotros porque llevan mucho más tiempo y nosotros estamos en una fase de creación de la microempresa y estamos incorporando otro tipo de tendencias para ampliar nuestro mercado y hacer que los clientes se sientan únicos al llevar nuestros productos.

### **2.03 Análisis interno**

#### **2.03.01 Propuesta estratégica.**

##### **2.03.01.01 Misión**

GAMA es una empresa dedicada a la impresión serigrafica en textiles dejando como producto final, camisetas, gorras, pantalones chompas, etc. La concepción de nuestro servicio y productos parte de la idea de contribuir positivamente en el desarrollo de las actividades de nuestros clientes, mediante la mejora de su rendimiento y optimización de procesos. Por eso ponemos todo nuestro empeño en obtener productos y servicios de una

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

calidad superior, con precios competitivos en el mercado. La satisfacción de nuestros clientes es nuestro éxito como empresa.

### **2.03.01.02 Visión**

GAMA es una empresa q desea convertirse en un periodo de 5 años en la empresa líder en la comercialización de productos textiles con impresión en serigrafía con diseños innovadores, ampliando nuestra cartera de clientes en base a la calidad de nuestros productos y un servicio comprometido en cubrir completamente las expectativas del cliente, es convertirnos en referente nacionales de productos textiles con diseños impresos, buscar la mejora continua con el objetivo de adaptarnos de manera óptima a las necesidades cambiantes de nuestros clientes. Consolidar en el marco de la responsabilidad social corporativa el compromiso con nuestros profesionales, como máximo valor de la empresa. Reforzar nuestro vínculo con el bien cultural y ambiental.

### **2.03.01.03 Objetivos**

#### **2.03.01.03.01 Objetivo General**

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía en textiles ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito.

#### **2.03.01.03.02 Objetivos Específicos**

- Analizar el mercado al que va dirigido el producto.
- Determinar la aceptación del producto en la ciudad de Quito.
- Estructurar un plan de negocios para la fabricación y comercialización del producto en la ciudad de Quito.

#### **2.03.01.04 Principios y/o valores**

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

#### Seguridad.

Dado el alto nivel de importancia otorgado por las empresas y familias a los estándares de seguridad, contamos con una cultura organizacional que es capaz de sostener procesos seguros, tanto para las personas como para los activos y bienes de la empresa.

#### Calidad.

Este sea el principal valor agregado de nuestro producto y servicio, es parte de los procesos y en las actitudes del personal. Próximamente se creará un Departamento de Control de Calidad.

#### Honestidad.

Nuestro personal es reconocido por la honestidad en su proceder, sobre todo en el tema de los negocios y manejo de los materiales e insumos.

#### Trabajo en Equipo.

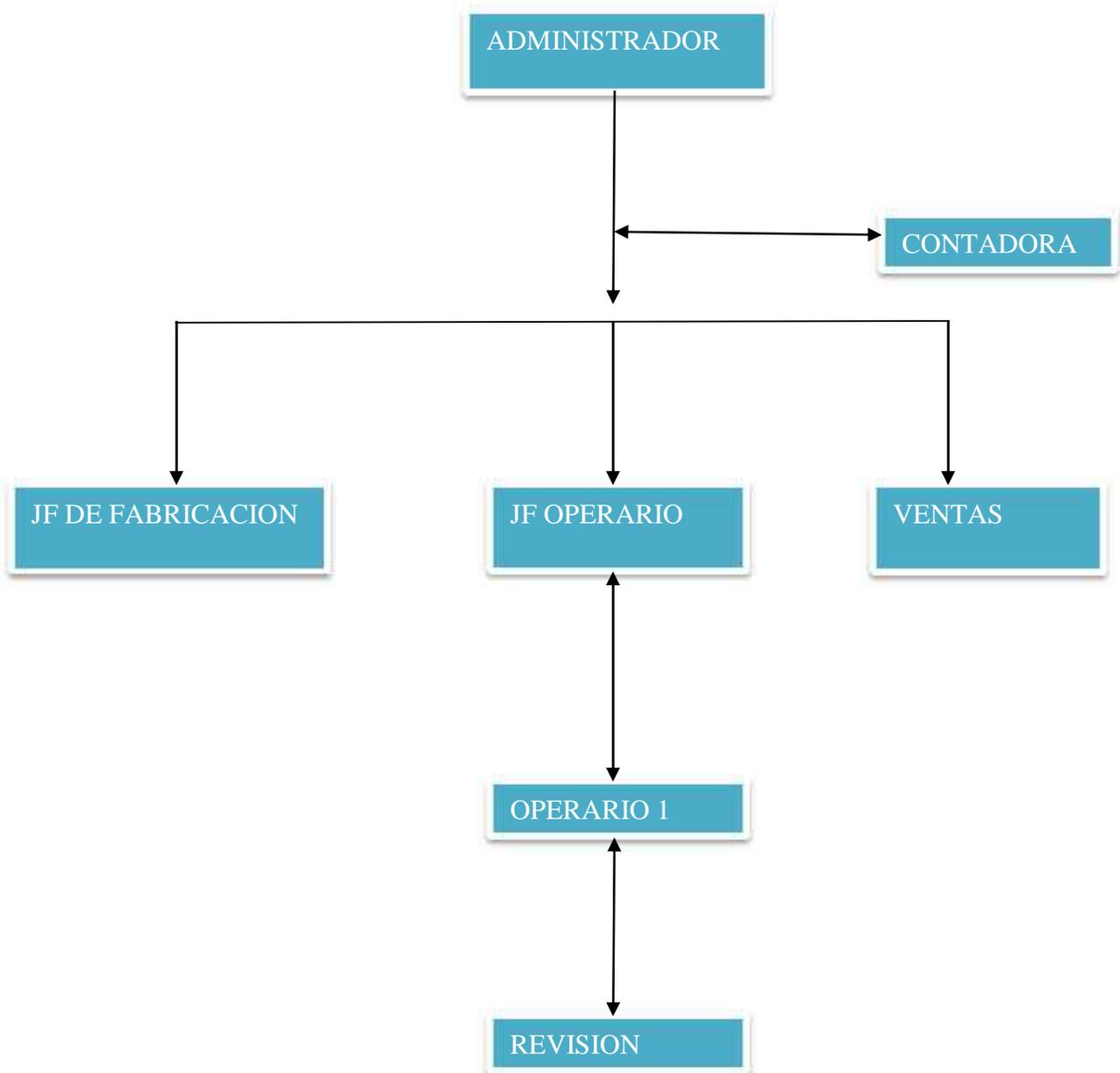
Pilar de vital importancia para el correcto y armónico funcionamiento de las diferentes unidades de una empresa. Así se mantienen un enfoque en la búsqueda de soluciones conjuntas, bajo el concepto del “Ganar – Ganar”.

#### Responsabilidad.

La empresa será reconocida por la responsabilidad en el cumplimiento de los compromisos asumidos con los clientes, tales como la calidad, oportunidad en la entrega y asumiendo las garantías en caso de que esta se presente.

### 2.03.02 Gestión administrativo

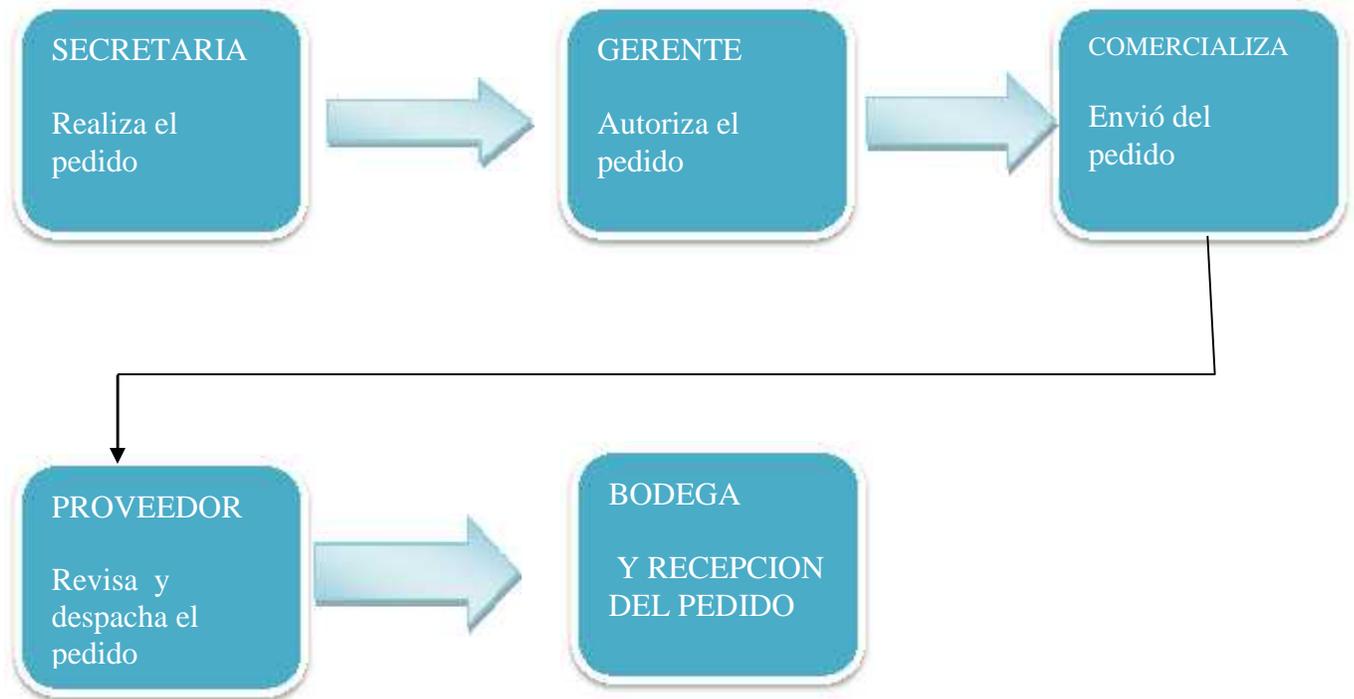
Gráfico N° 6



Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

Grafico N° 7

### 2.03.03 Gestión operativa



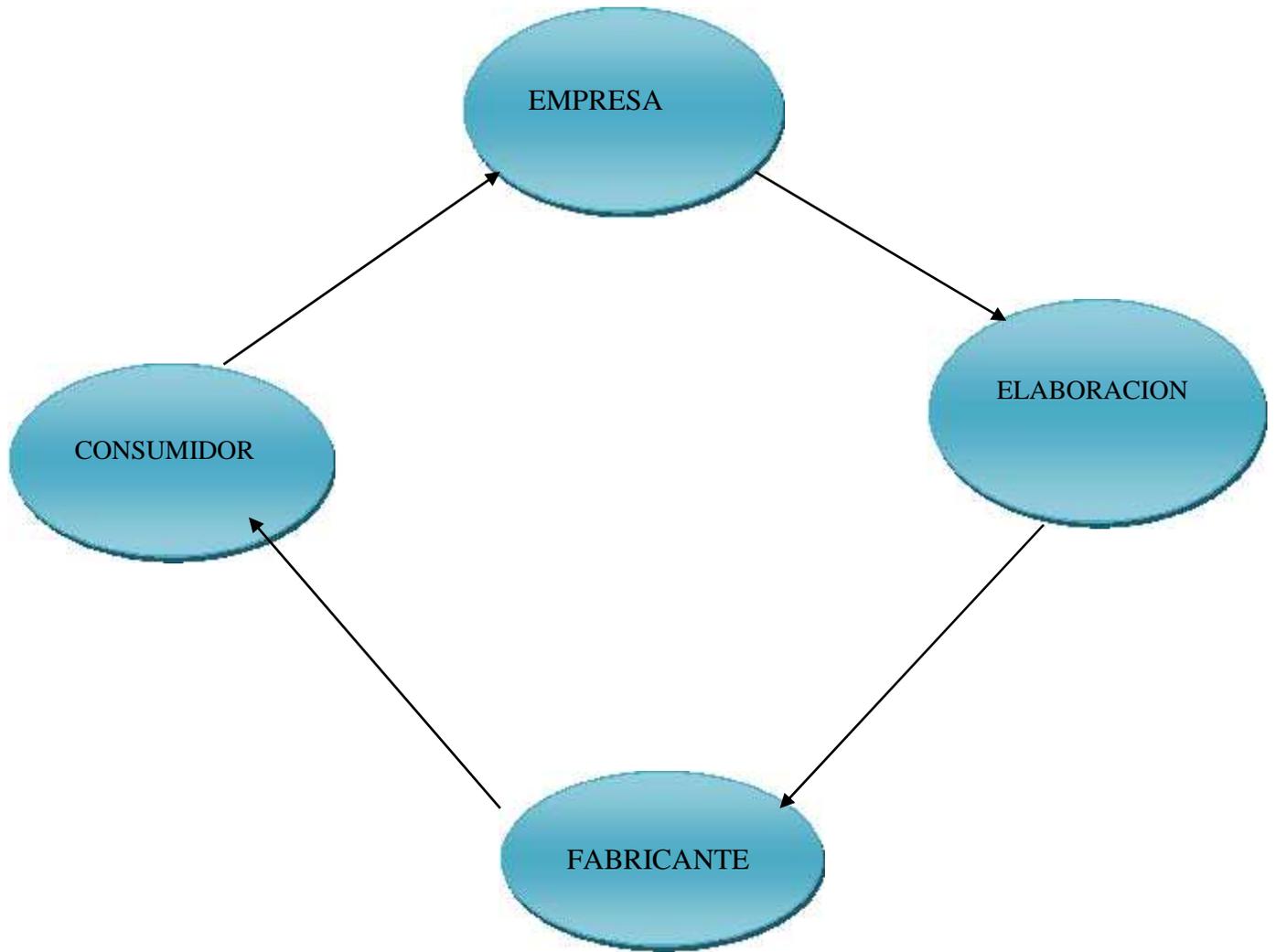
### 2.03.04 Gestión comercial

Con respecto a la comercialización de los productos la empresa presenta varias actividades de distribución en sus entregas de los productos, con los clientes siempre se ha caracterizado por ser los más cordiales, con el lapso del tiempo se ha visto que existe un posicionamiento de los productos que fabrica GAMA SERIGREFIA TEXTIL ofreciendo diferentes modelos y colores de acuerdo a las necesidades de los clientes, los cuales se han visto sustentados en las entregas de garantías y empaques que avalan que el producto llegue en perfectas condiciones.

Una característica propia de las empresas para dar a conocer su producto en este caso es una el canal de distribución es directo con el fabricante y consumidor.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

Gráfico N° 8



Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

## 2.04 Análisis FODA

Tabla N° 7

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de mejora continua</li> <li>• Sistema de Calidad</li> <li>• Cadena definida de producción</li> <li>• Existe potencial y conocimientos en el personal</li> <li>• Personal competente y experimentado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altos costos de producción</li> <li>• Falta de mantenimiento de la maquinaria</li> <li>• Falencias en el Sistema de Control de Calidad</li> <li>• La impresión artesanal demora en los tiempos de producción</li> <li>• Falta de actualización de nuevos métodos</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos diseños con estilos juveniles</li> <li>• Potencialidad para el mercado local</li> <li>• Aceptación en el Mercado</li> <li>• Alta demanda del servicio</li> <li>• El grupo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios bajos de la competencia</li> <li>• Políticas estatales</li> <li>• Mejores estrategias de comercialización</li> <li>• Costos de materia prima</li> <li>• Transporte de materia prima y producto terminado</li> <li>• La competencia cuenta con nuevas tecnología</li> </ul>

### **CAPÍTULO 3: Estudio de mercado**

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

#### **3.01 Análisis del consumidor**

##### **3.01.01 Determinación de la población y muestra,**

Una vez seleccionando la población, se necesita la investigación de monitoreo de desempeño. El monitoreo de desempeño es un elemento esencial para controlar los programas de marketing de acuerdo con los planes. La desviación del plan puede ser el resultado de la ejecución inapropiada del programa de marketing o los cambios no previstos en los factores situacionales. En consecuencia, el monitoreo eficaz del desempeño incluye la minoría, tanto de las variables de la mezcla de mercado como las variables situacionales, además de otras medidas de desempeño, tales como las ventas, participación de mercado y utilidades.

##### **3.01.01.02 Investigación descriptiva**

La característica y el propósito de la investigación descriptiva son sustancialmente diferentes de los de la investigación exploratoria. Una investigación descriptiva eficaz se caracteriza por una enunciación clara del problema de decisión, objetivos específicos de investigación y necesidades de información detallada. Se caracteriza también por un diseño de investigación cuidadosamente planeado y estructurado.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

### **3.01.01.02.01 Diseño de sección transversal**

Por lo general la investigación descriptiva hace uso de un diseño de investigación de sección transversal, es decir, tomando una muestra de los elementos de la población en un punto en el tiempo. Con frecuencia, esto se llama de diseño de investigación y con el cual las personas están más familiarizadas. El diseño de encuesta es útil en la descripción de las características de los consumidores y en la determinación de frecuencia de los fenómenos de marketing.

### **3.01.01.02.02 Investigación causal**

La investigación causal es apropiada dados los siguientes objetivos de investigación:

Comprender cuales son las variables y su naturaleza en función de los factores causales y el efecto que se va a predecir. La investigación causal debe diseñarse de tal manera que la evidencia relacionada con casualidad sea clara.

En conclusión en este proyecto se utilizará el método de investigación concluyente enfocado a la investigación descriptiva, ya que se aplicarán encuestas a posibles clientes que se seleccionará, además se realizará una investigación exploratoria utilizando el enfoque de observación personal, que consiste en observar los fenómenos de interés por parte del investigador. (Taylor, 2003)

### **3.01.02.01 Procedimiento de recolección de datos**

Al desarrollar el procedimiento de recolección de datos, el investigador deberá establecer un vínculo eficaz entre las necesidades de información y las preguntas que se formularán. Como se determinó anteriormente se utilizará el método de investigación descriptivo, por lo que se aplicará cuestionarios a personas que conforman el mercado meta para obtener información básica para la realización de este proyecto.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

### 3.01.02.01.01 Características de la encuesta

Un cuestionario es un plan formalizado para recolectar datos de encuestados, la función del cuestionario es la medición. Por lo general un cuestionario cuenta con cinco secciones principales que son:

- Datos de identificación (nombre, teléfono ,dirección )
- Solicitud de cooperación por parte del entrevistador
- Instrucciones
- Información solicitada
- Datos de clasificación (características del encuestado)

### DISEÑO DE LA MUESTRA

Describe el dato preciso de la población de la cual va a extraerse la muestra; así como también establecer los métodos usados para seleccionar la muestra y por último determinar el tamaño de la misma.

### 3.01.01.02 Definir la población

Se tomó en cuenta a Mujeres 5.468 Hombres 5.205 clase baja, clase media, media alta. Un total de la población 10.663

### 3.01.01.02.01 Identificación del marco muestra

Con el fin de localizar al mercado meta se realizará las encuestas en el sector de norte de la ciudad de Quito Comité del Pueblo tiene la siguiente información:

Población de la ciudad de Quito del sector norte Comité del Pueblo clase media, media alta, clases baja que se estima son 10.663

### FÓRMULA

$$N = \frac{N}{(N-1)E^2+1}$$

### NOMENCLATURA UTILIZADA:

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

$n$  = Tamaño de la muestra

$Z$  = Nivel de confianza

$E$  = Error permitido

$N$  = Universo

DONDE:

$E = 0.05$

$Z = 95\% = 1.96$

$N = 10.663$

$N = 10.663$

---

27.65

$n = 385$

### **03.02.05.05 Seleccionar la muestra**

Según las estadísticas aportadas por el INEC se realizó el proceso dando como resultado 385 encuestas para aplicar a posibles clientes potenciales.

### **3.2.6 RECOPIACIÓN DE DATOS**

En este punto se recopilará los resultados obtenidos en las encuestas.

### **3.02.07 Procesamiento de los datos**

Una vez registrados los datos se procesan y organizan con el fin de que sea más fácil su análisis.

### **3.20.08 Análisis de los datos**

“El proceso de análisis se inicia después de recopilar los datos, durante la etapa de análisis se lleva a cabo varios procedimientos interrelacionados con el objetivo de resumir, ordenar y transformar la información, para la conversión de los datos se requiere que éstos se editen y codifiquen”.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

A continuación se presenta el modelo de encuesta aplicado en esta investigación.

### 3.1.2 Técnicas de obtención de información

**Objetivo:** recolectar información referente a conocer la factibilidad y aceptación para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el norte de Quito.

Nombre:

Edad:

Sexo: Masculino  Femenino

**1.- ¿Conoce los estampados en textiles (camisetas, pantalones jean, gorras)?**

SI  NO

**2.- ¿Con qué frecuencia adquieres una prenda estampada?**

Una vez al mes  Cada dos meses  Cada 6 meses

**3.- ¿Qué tipo de prendas estampadas le gustaría adquirir?**

Camisetas  Jeans  Gorras  Otros

**4.- ¿Qué clase de temática le gustaría que lleven las prendas estampadas?**

Clásica  Juvenil  Culturas urbanas  Animes

Otros

**5.- ¿Cuántas personas en tu familia usan prendas estampadas?**

Solo yo  2 personas  3 personas  más  (escribe tu respuesta)

**6.- ¿Cuánto invierte Ud. En prendas estampadas al año?**

\$100  \$200  más  (especifique)

**7.- ¿Tiene usted un lugar en el que pueda adquirir prendas estampadas**

SI  NO

**8.- ¿Dónde le gustaría adquirir esta vestimenta?**

Un local  Por internet

**9.- ¿Hay en su barrio un lugar en el que puede obtener el servicio de estampado publicitario o personalizado?**

SI  NO

**10.- ¿Le gustaría tener un lugar en el que pueda obtener el servicio de estampado?**

SI  NO

### **3.01.03 Análisis de la Información**

#### PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de esta investigación serán dirigidos a los directivos de la empresa en un formato sencillo, para que de esta manera se puedan tomar decisiones más acertadas en cuanto al servicio de serigrafía textil y productos con estampados para la empresa “Gama” en la ciudad de Quito.

#### RESULTADOS

A continuación se mostrarán en porcentajes los resultados arrojados de las 385 encuestas realizadas.

#### **3.01.01.04 Análisis del Estudio**

Luego de haber recopilado la información necesaria en las encuestas a la población según la muestra antes calculada hemos obtenido los siguientes resultados:

**1.- ¿Conoce los estampados en textiles (camisetas, pantalones jean, gorras)?**

SI	NO
94%	6%

Tabla # 8

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

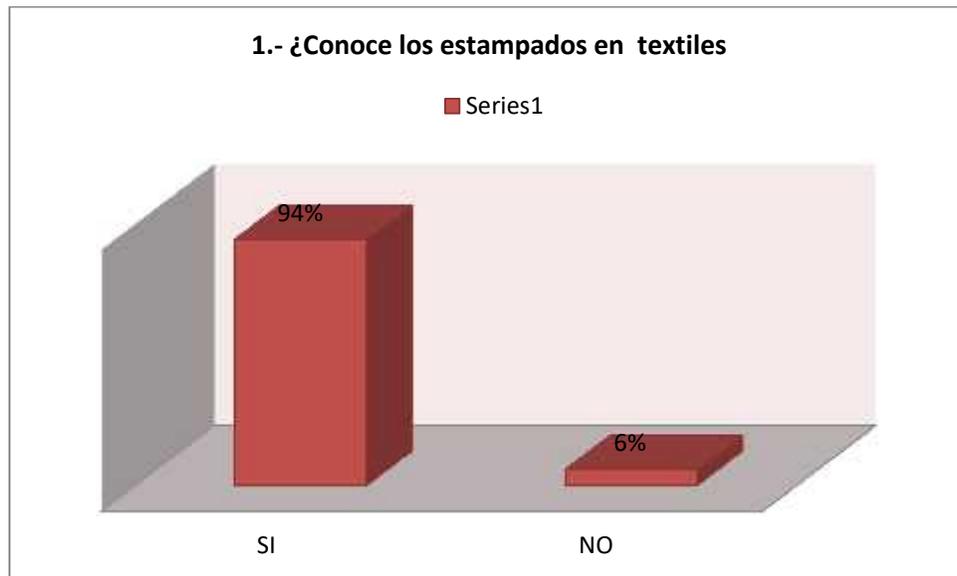


Grafico # 9

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

**Análisis:**

El 94% de personas tienen conocimiento de lo que son prendas estampadas así que será más fácil el convencer sin necesidad de primero hacer conocer el producto, ya que tan solo el 6% no tiene conocimiento de este producto

2.- ¿Con qué frecuencia adquieres una prenda estampada?

Una vez al mes	cada 2 meses	cada 6 meses
33,50%	14,00%	27,50%

Tabla #9

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

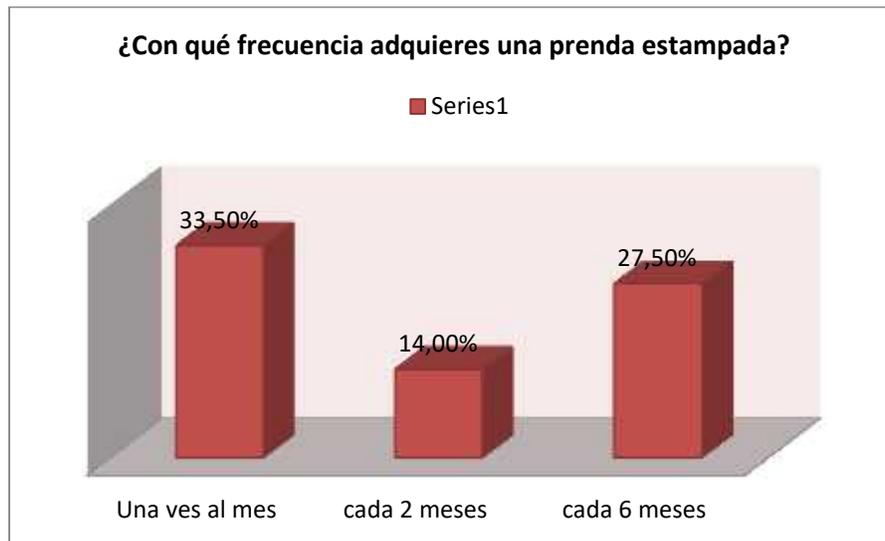


Grafico # 10

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

**Análisis:**

Como podemos observar el 35,50% uno de los más altos adquiere una prenda estampada por lo menos una vez al mes seguido por un 27% que adquieren la prenda cada 6 meses y un 14% que la adquieren cada 2 meses, los datos son muy favorables porque la población siempre siente la necesidad de adquirirla.

### 3.- ¿Qué tipo de prendas estampadas le gustaría adquirir?

Camisetas	Jeans	Gorras	Otros
41,75%	33,50%	22,00%	2,75%

Tabla # 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

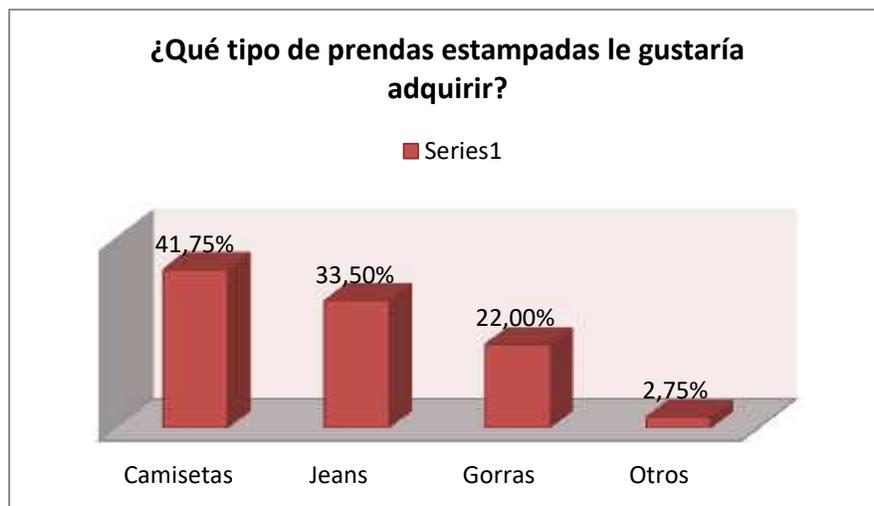


Grafico # 11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

#### Análisis:

Las camisetas son la prenda que más aceptación tiene en el mercado con un 41,75% casi la mitad del mercado seguido por jeans un 33,50% y las gorras con 22% y otras prendas con tan solo 2,75%, así que nos dedicaremos a los 2 primeros productos.

4.- ¿Qué clase de temática le gustaría que lleven las prendas estampadas?

Clásica	Juvenil	Cult. Urbanas	Anime	Otras
8,00%	46,50%	24,25%	18,75%	2,50%

Tabla # 11

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

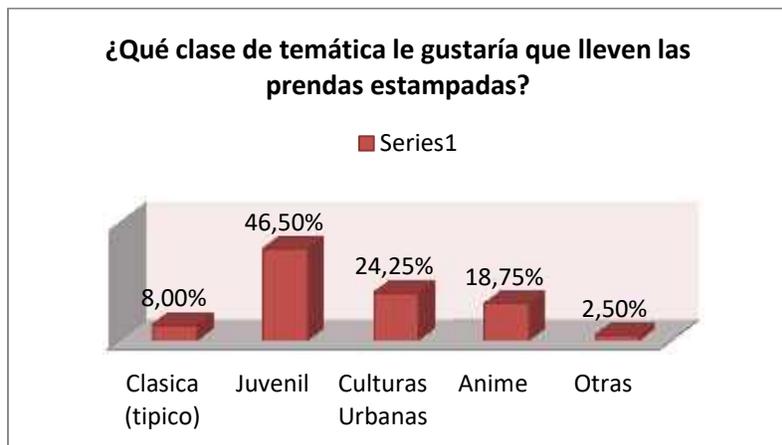


Grafico # 12

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

**Análisis:**

Las tendencias con mayor acogida son con un 46,50% la juvenil y con un 24,35% de culturas Urbanas (Rock, Hip Hop) y mediante esta nos basaremos para hacer los diseños que van a llevar las camisetas, los que le siguen son anime con un 18,75% y lo típico clásico con un 8%.

**5.- ¿Cuántas personas en tu familia usan prendas estampadas?**

1 persona	2 personas	3 personas	mas de 5
25,25%	21,00%	34,25%	19,50%

Tabla # 12

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

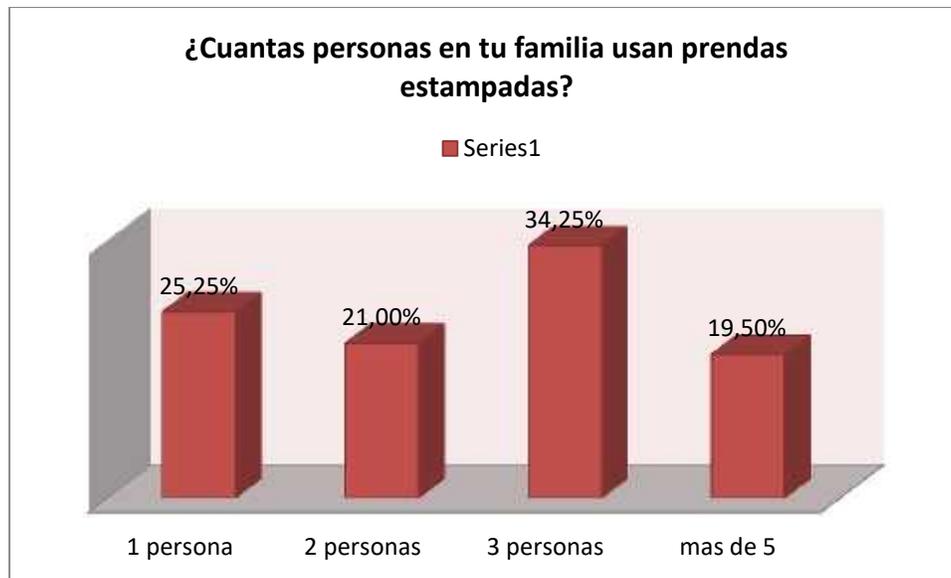


Grafico # 13

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

**Análisis:**

Como podemos ver tenemos una alta aceptación dentro de las familias al momento de elegir una prenda estampada ya que los más importantes tienen un alto porcentaje, con un 34,25% 3 personas y 19,50% más de 5 personas dentro de una familia. Mediante este podemos basarnos para saber que hay personas que les gusta y siempre usan al menos una prenda.

6.- ¿Cuánto invierte Ud. En prendas estampadas al año?

Diez	Quince	Veinte
42,50%	10,75%	46,75%

Tabla #13

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

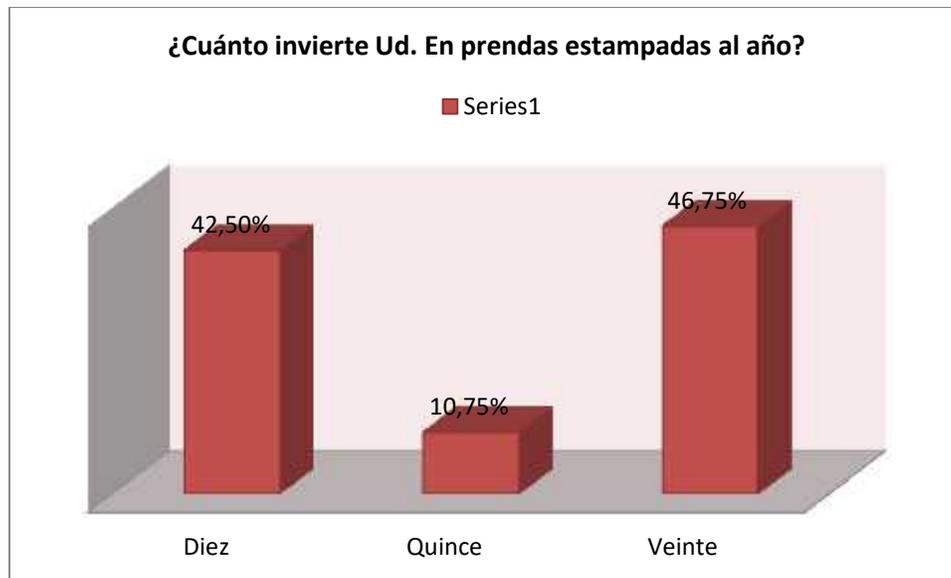


Grafico # 14

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

**Análisis:**

A un 46,75% de las personas están convencidas de que pagarían 20\$ por una prenda de buena calidad y diseño, seguido de un 42% que tan solo pagarían 10\$ por la prenda y por ultimo un 10,75% que pagaría 15\$.

7.- ¿Tiene usted un lugar en el que pueda adquirir prendas estampadas?

SI	NO
42,79%	156,22%

Tabla # 14

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

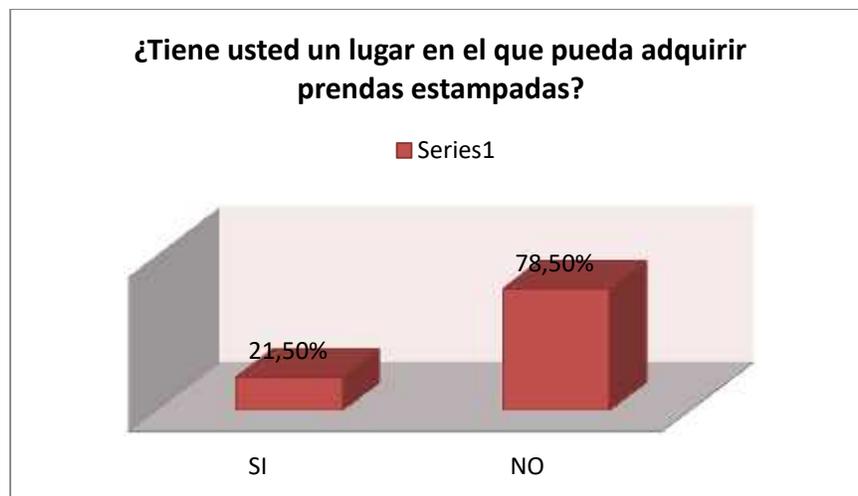


Grafico # 15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

**Análisis:**

El 78,50% de personas indicaron que no tienen un lugar estable en el que puedan adquirir estas prendas, y un 21,50% indico que migran a otros lugares en busca de estos productos.

8.- ¿Dónde le gustaría adquirir esta vestimenta?

Local	Internet
78,50%	21,50%

Tabla # 15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

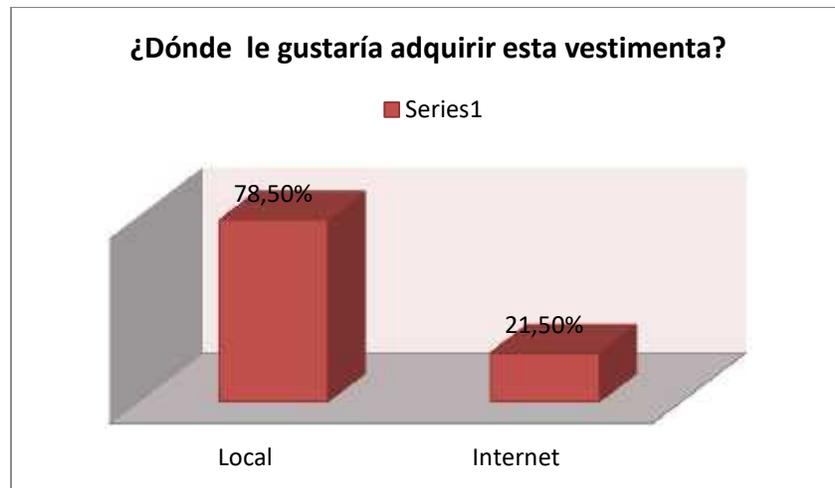


Tabla # 16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

**Análisis:**

Un 78,50% de las personas ven la necesidad de tener un local al cual acudir y obtener estas prendas y un 21,50% de las personas propusieron que sería mejor la venta por internet, así que para un futuro se estudiara la opción de agregar un catálogo virtual en internet para poder ofrecer estos productos.

**9.- ¿Hay en su barrio un lugar en el que puede obtener el servicio de estampado publicitario o personalizado?**

SI	NO
3,25%	96,75%

Tabla # 16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

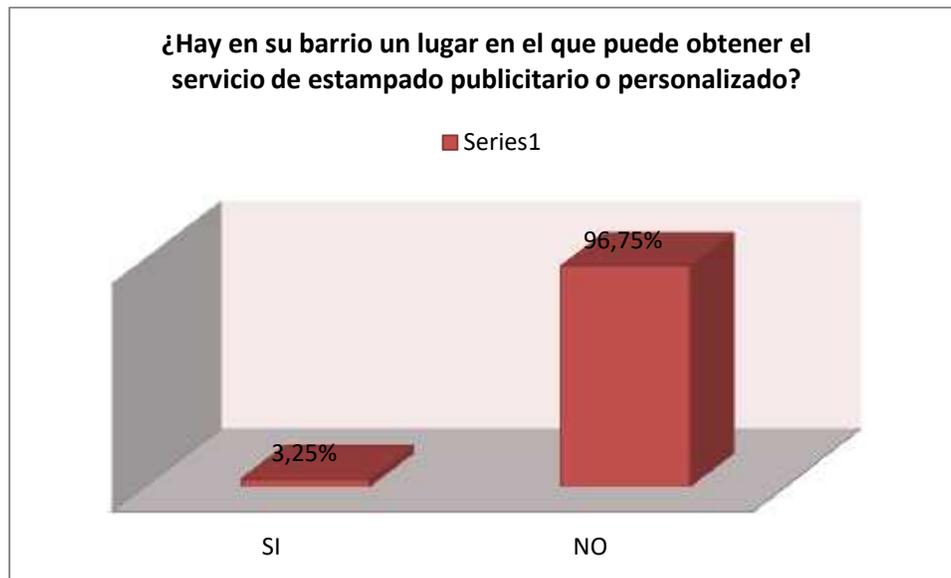


Grafico # 17

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

**Análisis:**

El 96,75% de personas muestran que en su barrio no hay un lugar especializado en la emisión de estos productos estampados seguido de un 3,25% que dicen si encontrar un lugar con estas características en su lugar de residencia.

**10.- ¿Le gustaría tener un lugar en el que pueda obtener el servicio de estampado?**

SI	NO
95,75%	4,25%

Tabla # 17

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

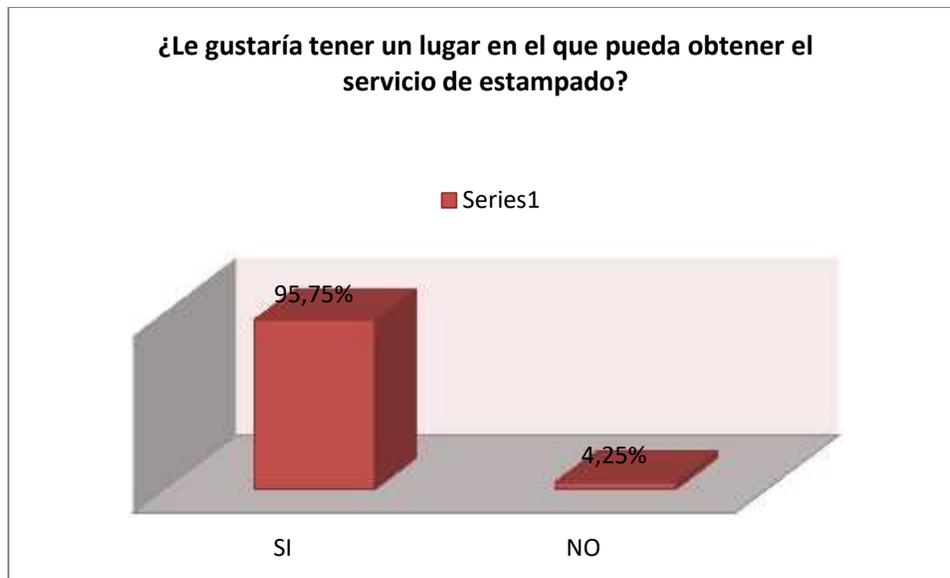


Grafico # 18

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

**Análisis:**

La respuesta es positiva con un 95,75% de personas que les gustaría encontrar un lugar con el servicio de estampado seguido por un 4,25% que no les gustaría esta opción.

La encuesta realizada nos ha dado varios resultados entre los cuales se la aceptación de este servicio y producto, el costo de nuestros productos y nos permitió dar un concepto de la palabra servicio que nos permita saber que desean nuestros clientes.

Uno de los aspectos fundamentales obtenidos como resultado de la encuesta para nuestro proyecto es saber que el 95,75% de la población ha respondido que acepta en su sector un

taller de serigrafía textil, por tanto se ve factible implementar nuestro proyecto en el lugar seleccionado

### **3.02 OFERTA.**

#### **CONCEPTO.**

En un sentido general, la "oferta" es una fuerza del mercado (la otra es la "demanda") que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

El propósito del análisis de la oferta es medir las cantidades y las condiciones en que una economía quiere y no puede poner a disposición un bien y servicio al mercado.

En el caso de la investigación de la oferta está dada por todas aquellas empresa que se dedican a comercializar productos similares a los de la empresa y comercializadores que ofrecen el servicio de serigrafía y productos con esta técnica de impresión sobre textiles en el sector de la ciudad de Quito.

La oferta de éste estudio se clasifica según el número de las empresas que ofrecen el mismo servicio y producto en el mercado. Ya que el servicio y producto es muy solicitado y también hay varias personas que requieren de los mismos; el producto y servicio es homogéneo, no existen grandes barreras de entrada y existe una información transparente que llega a todos los productores y a todos los clientes del producto. La presencia de un número elevado de oferentes hace que la cantidad del producto producido por cada empresa sea demasiado pequeña para influir en el precio del mercado. Por lo que si una empresa aumenta el precio del producto los clientes dejaran de comprar en beneficio de las demás, por lo tanto una empresa de serigrafía y textiles fuerte o grande en el sector donde se encuentra ubicada la empresa PrintSerigrafi para que sus acciones tengan un efecto sobre la oferta total.

### **3.02.01 Oferta histórica**

Según el análisis de la investigación se determinó que en el sector no existe ninguna actividad económica referente a servicios de reparación y mantenimiento de electrodomésticos, por tanto el servicio no tiene ningún dato que permita determinar oferta alguna en el sector.

### **3.02.02 Oferta actual**

En la actualidad no existe interesado alguno en ingresar al mercado de servicios de reparación, a partir de la viabilidad del presente proyecto habrá una oferta de servicios en el sector.

### **3.02.03 Oferta Proyectada**

Según la viabilidad del presente proyecto y con su éxito después de su implementación, es posible que alguna persona interesada en el mercado de servicios de impresión serigrafica trate de ingresar al mismo, por tanto este valor es de 0.

En el caso de no ejecutarse el proyecto no podría existir una oferta proyectada, este valor seguiría siendo 0 y seguirá siendo un mercado potencial para la prestación de estos servicios.

### **3.03 Productos sustitutos**

Es todo producto o servicio que satisface las necesidades de un consumidor cuando hay escases o falta de producción de otro primario que deseaba obtenerlo.

Según el análisis de la investigación del presente proyecto, nuestro servicio y producto no tiene un servicio o producto sustituto que satisfaga las necesidades de la población por las siguientes razones:

- El servicio es intangible y único por cada uno que se realice por tanto no puede haber otro servicio de las mismas características.
- El servicio da a su usuario el derecho de adquirirlo mas no de propiedad por tanto, nadie podrá ofrecer otro servicio igual o parecido al que se otorgó.
- En el sector no existe competencia que brinde productos con las características que nosotros entregaremos

Por tanto el proyecto no presenta una oferta histórica, actual o proyectada de un producto que sustituya el servicio que se brindará.

### 3.04 Demanda

#### 3.04.01 Demanda histórica

En el sector de estudio del presente proyecto según datos recopilados del último censo del INEC en el 2010, se ha registrado el siguiente crecimiento en su población:

DEMANDA HISTORICA	
AÑO	POBLACION
Año 2008	26514
Año 2009	27677
Año 2010	28890
Año 2011	30103
Año 2012	31368
Año 2013	32633



Según el análisis realizado se ha constatado que el sector del Comité del Pueblo ha presentado un crecimiento en los últimos 5 años esto represente una oportunidad para la empresa ya el incremento de la población representa el incremento de la demanda de servicios a utilizarse.

### 3.04.02 Demanda actual

#### 3.04.02.01 Demanda potencial actual

Según el último censo del Inec el sector tiene una población de 28890 al año 2010 y presenta un crecimiento anual del 4.20%, esto nos da a entender que en el año 2014 tiempo en el cual se está realizando el estudio de implementación del presente proyecto existe 32685 habitantes en el sector del Comité del Pueblo, este valor representa para la empresa la demanda potencial actual.

### 3.04.02.02 Demanda efectiva actual

Una vez determinada la demanda potencial del proyecto debemos aclarar que nuestros servicios están dirigidos a hogares más no a cada uno de los habitantes del sector.

Según el INEC cada uno de los hogares del sector de estudio están conformados por 5 integrantes promedio, por tanto esta información hace que nuestra demanda efectiva actual sea:

$$\text{Demanda} = \frac{32685}{5}$$

$$\text{Demanda} = 6537$$

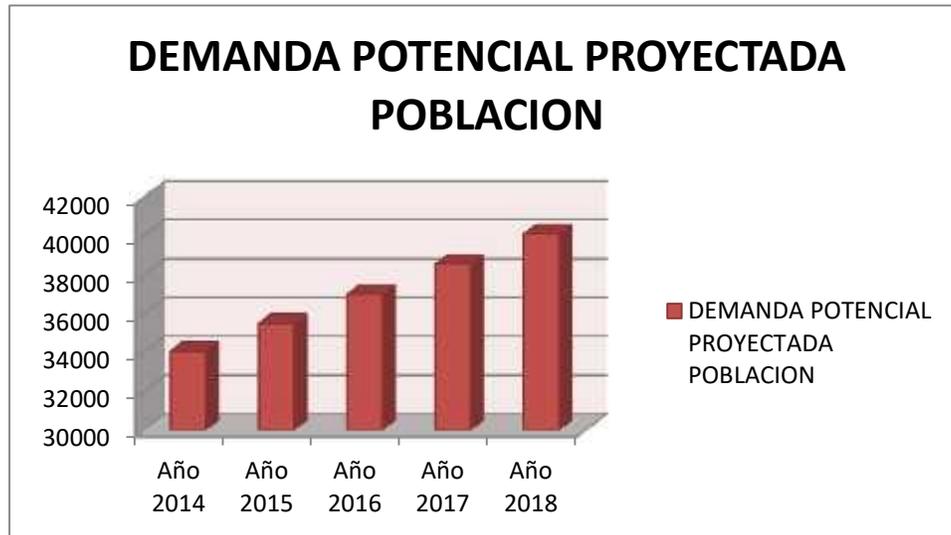
La demanda efectiva para nuestro proyecto es de 6537 hogares, los mismos disponen de electrodomésticos para poder brindar nuestros servicios.

### 3.04.03 Demanda proyectada

#### 3.04.03.01 Demanda potencial proyectada

Según datos recopilados del INEC el sector del Comité del Pueblo tiene un crecimiento poblacional del 4.20% dicho porcentaje nos permite proyectar nuestra demanda potencial de la siguiente manera:

DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA	
AÑO	POBLACION
Año 2014	34058
Año 2015	35488
Año 2016	36979
Año 2017	38532
Año 2018	40085



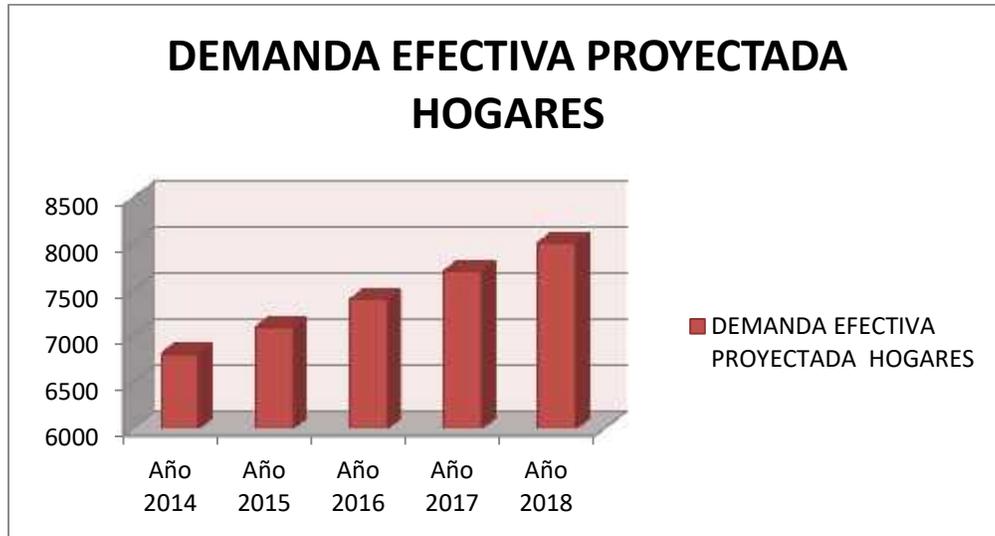
Este crecimiento represente un beneficio para la empresa ya que el porcentaje de población estar en constante crecimiento brindado a la empresa más oportunidades de incrementar sus servicios cada año.

### 3.04.03.02 Demanda efectiva proyectada

Una vez obtenida nuestra demanda potencial proyectada y con el promedio de integrantes que conforman cada hogar proyectamos nuestra demanda efectiva de la siguiente manera:

<b>DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA</b>	
<b>AÑO</b>	<b>HOGARES</b>
Año 2014	6812
Año 2015	7098
Año 2016	7396
Año 2017	7706
Año 2018	8016

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito



El análisis nos permite proyectar la cantidad de hogares que habrán hasta el 2017, los mismos que podrán llegar hacer uso de nuestro servicio.

### 3.05 Balance Oferta-Demanda

<b>BALANCE OFERTA DEMANDA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DEMANDA</b>
			<b>INSATISFECHA</b>
2014	0	5596	5596
2015	0	5578	5578
2016	0	5496	5496
2017	0	5331	5331
2018	0	5166	5166

En el análisis antes indicado la oferta es 0 ya que en el sector no hay otro comercio con la misma actividad y tampoco habrá si el proyecto no se implementa.

La demanda insatisfecha que existe en el sector nos indica la cantidad de hogares que no han sido atendidos y se encuentran insatisfechos, por tanto es factible implementar el proyecto.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

## CAPITULO 4

### ESTUDIO TÉCNICO

Para poder realizar un proyecto de inversión, se tiene que seguir una serie de pasos y un protocolo. Principalmente se tienen que hacer estudios de variables que inciden en la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

Para que el proyecto sea un éxito, tiene que implementarse el estudio técnico.

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados.

#### 4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO

A continuación realizaremos un análisis de los componentes que debe tener el proyecto para poder atender toda la demanda antes analizada:

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

Componente	Unidad	Cantidad	Unidad de valoración en sitio/por cliente	Capacidad instalada (año)
<b>Infraestructura</b>	Local	80m	3	909
<b>Equipamiento</b>	Herramientas	25	4	1216
	Equipo oficina	4	6	1824
<b>Personal</b>	Técnico	1	4	1216
<b>Media de prestación de servicios</b>	Servicio de Serigrafía	1	1	303
	Serigrafía publicitaria	1	1	303
	Venta de productos estampados	1	1	303
	Fabricación de matrices	1	1	303
	Revelado de matriz	1	1	303

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

#### 4.01.01 Capacidad instalada

Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la Capacidad Instalada depende del conjunto de bienes de Capital que la Industria posee, determinando por lo tanto un límite a la Oferta que existe en un momento dado.

Normalmente la capacidad instalada no se usa en su totalidad: hay algunos Bienes que se emplean sólo en forma limitada puesto que ellos tienen un potencial superior al de otros bienes de Capital que intervienen en forma conjunta en la producción de un Bien determinado.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

Cuando hay situaciones de Recesión o de crisis el porcentaje de la capacidad instalada utilizado tiende a disminuir, aumentando la capacidad ociosa o no utilizada. Este último término se usa equivocadamente para hacer referencia a los Recursos Naturales que las empresas, por razones de Costos o por causas de la estrechez del Mercado, no están en condiciones de explotar en un momento dado: así hay tierras que no conviene utilizar porque sus rendimientos son muy pobres y producirían Bienes a un Costo mayor que el que puede aceptar el Mercado; hay Recursos hidroeléctricos que no tiene sentido desarrollar por cuanto la capacidad de generación eléctrica ya instalada es suficiente para atender la Demanda, etc.

Es un error frecuente pensar que la producción puede siempre utilizar por completo todos los Recursos Naturales y de Capital disponibles: la utilización o no de un Factor Productivo depende, en última instancia, de consideraciones económicas y no puramente técnicas, por lo cual no tiene sentido incorporar a la producción aquellos elementos que darían por resultado un Precio más alto que el del Mercado. (Ecofinanzas, 2013)

#### **4.01.01.02 Capacidad de producción**

Podemos determinar tres capacidades de producción:

##### **4.01.01.02.01 Capacidad normal viable**

En esta podemos hacer referencia a la capacidad que se logra en las condiciones más óptimas y normales de trabajo, tomando en cuenta, además del equipo instalado y condiciones técnicas de la planta, otros factores tales como paros, mantenimiento, cambio de herramienta, fatigas del personal y demoras en la producción, etc.

##### **4.01.01.02.01.01 Capacidad nominal**

Es la capacidad de producción que tiene la maquinaria o el equipo, es decir cuánto puede producir si opera a toda su capacidad.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

Generalmente no se opera al 100%, pero si operara al 100%, el número de unidades que produciría en un día, en un mes, etc., esa sería su capacidad nominal.

#### **4.01.01.02.01.01.01 Capacidad real**

Constituyen las producciones obtenidas realmente sobre la base de un programa de producción, estas pueden ser mayores o menores que los programas en un periodo y se utiliza para determinar la eficiencia del proceso o de la operación.

**Entre los factores que tienen relación con el tamaño se encuentran:**

- Mercado
- Proceso Técnico
- Localización
- Financiamiento

#### **Mercado**

El mercado está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta.

Todos los integrantes del mercado deberían reunir tres características: deseo, renta y posibilidad de acceder al producto. Desde la óptica de la administración de la comercialización el concepto de mercado está muy imbricado al de demanda y del consumidor, para un correcto entendimiento se deben estudiar los tres términos en conjunto. El marketing pretende aumentar tanto la cuota de mercado como el tamaño del mercado de un determinado producto, entre otros objetivos. Que la magnitud de la demanda sea igual al tamaño mínimo del proyecto. Por ser la demanda igual al tamaño mínimo, deberá tomarse en consideración la demanda futura. Si las perspectivas son halagadoras para el corto plazo, valdrá la pena continuar con el proyecto con capacidad inferior, con la que se tendrá demanda insatisfecha. Que la demanda sea muy pequeña con relación al

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

tamaño mínimo. En este caso la cantidad de la demanda hace que el proyecto sea imposible de ponerlo en marcha, ya que la producción no se vendería.

### **El proceso Técnico**

Con la elección del proceso técnico se determina también el tamaño del proyecto. Algunas veces el proyecto exige una escala mínima de producción para ser económica.

### **Localización**

El tamaño se ve afectado por la localización cuando el lugar elegido para ejecutar el proyecto no dispone de la cantidad de insumos suficientes, ni accesos idóneos, etc.

### **Financiamiento**

Este es uno de los puntos más importantes al momento de implementar un proyecto, ya que la inversión del proyecto puede ser afectada por la capacidad financiera, ya que muchas veces se dan un límite máximo de inversión por la capacidad financiera del inversionista. (BACALLA)

## **4.02 Localización**

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto.

### **4.02.01 Macro-localización**

Se ha realizado el estudio de varios factores en sectores aledaños al del proyecto para determinar si el sector escogido es el idóneo para poder iniciar las actividades económicas.

A continuación se detalla los factores investigados dando una valoración de 0 al más bajo y 1 al más alto:

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

MACROLOCALIZACIÓN						
SECTOR	SEGURIDAD	MOVILIDAD	SERVICIOS BÁSICOS	RELACIÓN PROVEEDORES	RELACIÓN CLIENTTES	TOTAL
El Inca	0,50	0,50	0,75	0,50	0,75	3
La Luz	0,75	0,25	0,75	0,50	0,25	2,50
Comité Del Pueblo	0,50	0,75	0,75	0,75	0,75	3,50

Fuente: Municipio de Quito  
Elaborado por: Marco Chiguano

### Análisis:

Macro sector Comité del pueblo el nivel de seguridad es medio ya que en este lugar según la policía nacional se encuentran asentados un gran porcentaje pandillas, pero la población mediante trabajo conjunto con la policía nacional esta logrado erradicar estos malos puntos que influyen de una manera negativa en el desarrollo comercial del sector, la movilidad en este sector es medio alto ya que aunque no se encuentra en el centro de la ciudad de Quito el sistema de transporte es óptimo y está completamente implementado pero el trafico existente la mayor parte del día es un limitante para poder ingresar al sector, los servicios básicos se encuentran con normal funcionamiento y se puede acceder a todos los servicios básicos, la relación con nuestros proveedores es buena ya que no se encuentran muy lejos y muchas veces están situados en el mismo sector norte de la ciudad de Quito y es muy fácil poder llegar hacia ellos y viceversa, con relación a los clientes, existe un gran porcentaje de población con la cual podemos contar para brindar nuestros servicios.

Macro sector La luz tiene un nivel elevado de seguridad ya que la población es organizada y cuentan con vigilancia policial en todos los rincones, el transporte tiene un porcentaje medios ya que el sistema de transporte publico cuenta con varias líneas de recorrido pero

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

solo rodean este sector, tan solo unas líneas de buses acceden y las vías de acceso se encuentran en buen estado, cuenta con todos los servicios básicos sin ninguna suspensión, la relación con nuestros clientes se encuentra media ya que es distante de la parte comercial de la ciudad de Quito, la población se encuentra en crecimiento por tanto podemos atender a los hogares de este sector.

Macro sector El Inca tiene un nivel medio de seguridad por ser un sector grande y no existen novedades con respecto a este factor ya que la policía nacional por ser una zona más central tiene más unidades en la misma, la accesibilidad a este sector se encuentra muy buena ya que es un lugar de mucha incidencia y comercio y cuenta con muchos servicios de transporte público, por encontrarse en una zona muy acudida de la ciudad de Quito el sector tiene todos los servicios básicos así que en este tema no hay problema, la población es grande y las personas también acuden a este lugar

El macro sector de la empresa está ubicado en El comité del pueblo y según el análisis realizado este sector tiene las características más idóneas para poder instalar nuestra empresa..



Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

#### 4.2.2 Micro -localización

Después de haber determinado el macrosector donde se encontrará ubicada la empresa hemos extraído sectores específicos para saber una ubicación exacta donde se ubicaran las instalaciones de nuestra empresa.

A continuación realizamos el estudio de factores que nos ayudarán a determinar el lugar deseado, dando la misma valoración utilizada para encontrar el macrosector:

MICROLOCALIZACIÓN							
SECTOR	ACCESIBILIDAD	SEGURIDAD	MOVILIDAD	SERVICIOS BÁSICOS	CRECIMIENTO	DEMANDA	TOTAL
LA BOTA	0,50	0,25	0,50	0,75	0,50	0,50	3,00
QUINTANA	0,50	0,50	0,50	0,75	0,75	0,75	3,75
COMITÉ DEL PUEBLO Zona 6 PRINCIPAL	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	1,00	4,75

Fuente: Municipio de Quito  
Elaborado por: Marco Chiguano

El sector de Comité del pueblo zona 6 (Principal) cuenta con un nivel de accesibilidad elevado ya que el sector es muy transitado y cuenta con sistema de transporte para movilizarse, el nivel de seguridad es elevado ya que es un sector organizado y tranquilo no existe mucha violencia, cuenta con todos los servicios básicos sin ninguna suspensión y el nivel de crecimiento es del 4.20% el cual nos indica que la demanda se encuentra en crecimiento y podemos brindar nuestros servicios a este sector.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

El sector de Cara paño tiene un nivel de accesibilidad medio ya que el tráfico de transporte es elevado y lleva mucho tiempo ingresar al sector el nivel de seguridad es muy medio ya que el sector se encuentra en un nivel de inseguridad por la presencia de organizaciones delictivas pero la seguridad por parte de la policía nacional está aumentando, cuenta con todos los servicios básicos sin ninguna suspensión y tiene un nivel de crecimiento de la población elevado el cual nos indica que contamos con hogares para poder brindar nuestro servicio.

El sector de la Mitad del Mundo cuenta con un nivel de accesibilidad medio ya que se encuentra muy distante de la ciudad pero los caminos no se encuentran en buen estado y el tráfico es ligero, el nivel de seguridad se encuentra en un nivel bajo ya que cuenta con muchos lugares de entretenimiento y varios grupos violentos, cuenta con todos los servicios básicos y con un nivel de crecimiento que permita a la población usar nuestro servicio.

Por todo el análisis realizado llegamos a una conclusión que el micro sector idóneo para poder instalar nuestra empresa es La zona principal del Comité Del Pueblo, esto tomando en cuenta que el factor seguridad es muy importante para el cuidado de todos nuestros recursos tanto humanos como materiales es factible colocar nuestra empresa en el sector indicado.

#### **4.02.02.01 Área del Sector**

Después de haber analizado el macrosector y el microsector se llegó a la conclusión que el área donde se pretende instalar la microempresa es la zona principal del Comité del Pueblo.



Matriz de Localización óptima

factores relevantes	Ponderación	Vía al Comité del Pueblo norte de Quito		Enrique Garcés calles		Calderón	
		calidad	total	calidad	total	calidad	total
Cercanía al Mercado	20%	9	1,8	9	1,8	8	1,6
Vías de acceso	20%	8	1,2	8	1,2	7	1,05
Competencia	0%	0	0	0	0	0	0
Renta	15%	5	0,75	7	1,05	9	1,35
Transporte	20%	9	1,8	6	1,2	7	1,4
Seguridad	15%	7	0,7	6	0,6	6	0,6
Servicio Básicos	10%	10	1	7	0,7	8	0,8
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>7,85</b>		<b>7,15</b>		<b>7,4</b>

### 4.03 Ingeniería del Proyecto

#### 4.03.01 Diagrama de Procesos

En el siguiente diagrama procedemos a indicar cuales son todos los procesos que debe realizar el equipo de la microempresa para poder ofrecer un excelente servicio de estampado, el cual conlleva esfuerzo y dedicación de todos los miembros para que los clientes se sientan satisfechos de haberlo usado.



#### 4.03.02 Flujo de procesos

Una vez indicados los procesos que conlleva la operación de prestación de servicios y productos, detallamos como se deben seguir desde el primer contacto del cliente para solicitar nuestro servicio o producto hasta llegar a la completa satisfacción de haberlo usado.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

#### 4.03.03 Estructura organizacional

La microempresa para iniciar sus actividades y para el correcto funcionamiento de todos sus procesos deberá contar con el siguiente personal y estructura organizacional:

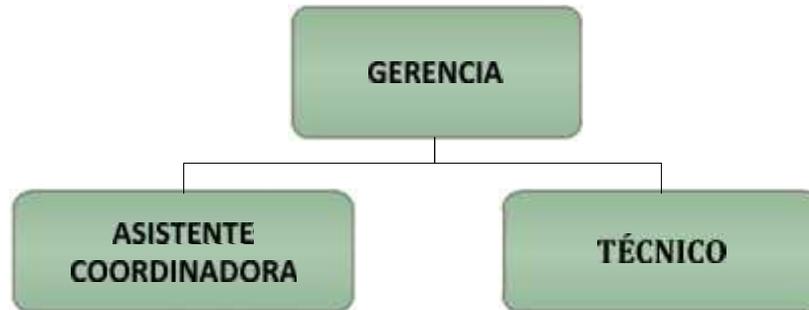


Gráfico # 26

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

##### 4.03.03.01 Descripción de la estructura organizacional

Gerencia.- se contará con un gerente general el cual estará a cargo de todas las actividades y responsabilidades de la empresa el cual realizará las siguientes actividades:

Atribuciones:

- Determinar si la capacidad de requerimientos se puede atender con el personal disponible
- Realizar las compras necesarias de insumos y materia prima para poder dar atención a nuestros clientes.
- Realizar revisiones constantes para controlar si los procesos están llevando a cabo según la planeación
- Buscar los medios publicitarios necesarios para mantener el nivel de requerimientos de clientes.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

- Controlar que los recursos materiales de la empresa se estén utilizando para las actividades propias de esta.

Responsabilidades:

- Realizar los pagos puntuales de impuestos, sueldos, proveedores y todos los haberes de la empresa
- Mantener un control del stock del materia e insumos para la producción de la empresa
- Realizar el proceso contable de la empresa entregando estados financieros trimestralmente
- Mantener un ambiente laboral en el cual el personal se sienta a gusto de trabajar en la empresa
- Contribuir a la rentabilidad de la empresa buscando mercados de inversión
- Velar por el bienestar de todo el equipo de trabajo para que puedan desempeñar sus funciones correctamente.

Asistente.- para efectos de la empresa se ha tomado en cuenta el puesto de Asistente coordinadora el mismo que tiene un cargo poli funcional entre los cuales se destacan el soporte a la gerencia y al área operativa, entre sus actividades se encuentran:

Atribuciones:

- Hacer el mejor uso de caja chica a favor de la empresa
- Controlar que los procesos de atención a nuestros clientes se estén llevando según las políticas de la empresa

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

- Decidir la mejor forma de atender a cada uno de nuestros clientes al menor costo para la empresa
- Implementar acciones que contribuyan al desarrollo de la empresa entregando a nuestros clientes una atención de calidad.

#### Responsabilidades:

- Brindar el soporte necesario para que la gerencia y el área operativa desempeñen sus funciones
- Realizar una encuesta de satisfacción a cada cliente que haya usado nuestro servicio
- Llevar archivo de documentos comerciales y los relacionados con las actividades de nuestros servicios.
- Realizar actividades conjuntas con gerencia para mantener el control del stock de insumos y materiales.
- Ingresar al sistema los reportes de clientes y técnicos para llevar un seguimiento a cada cliente

Área operativa.- en esta área se contara con 1 técnico en serigrafía que realice lo concerniente al servicio y productos entre sus actividades se encuentran las siguientes:

#### Atribuciones.-

- Tomar los materiales y herramientas necesarias para poder dar una solución inmediata a los clientes.
- Tomar las decisiones necesarias para poder brindar un buen servicio a los clientes, en caso de que esta decisión conlleve un gasto deberá pedir autorización a gerencia.

#### Responsabilidades.-

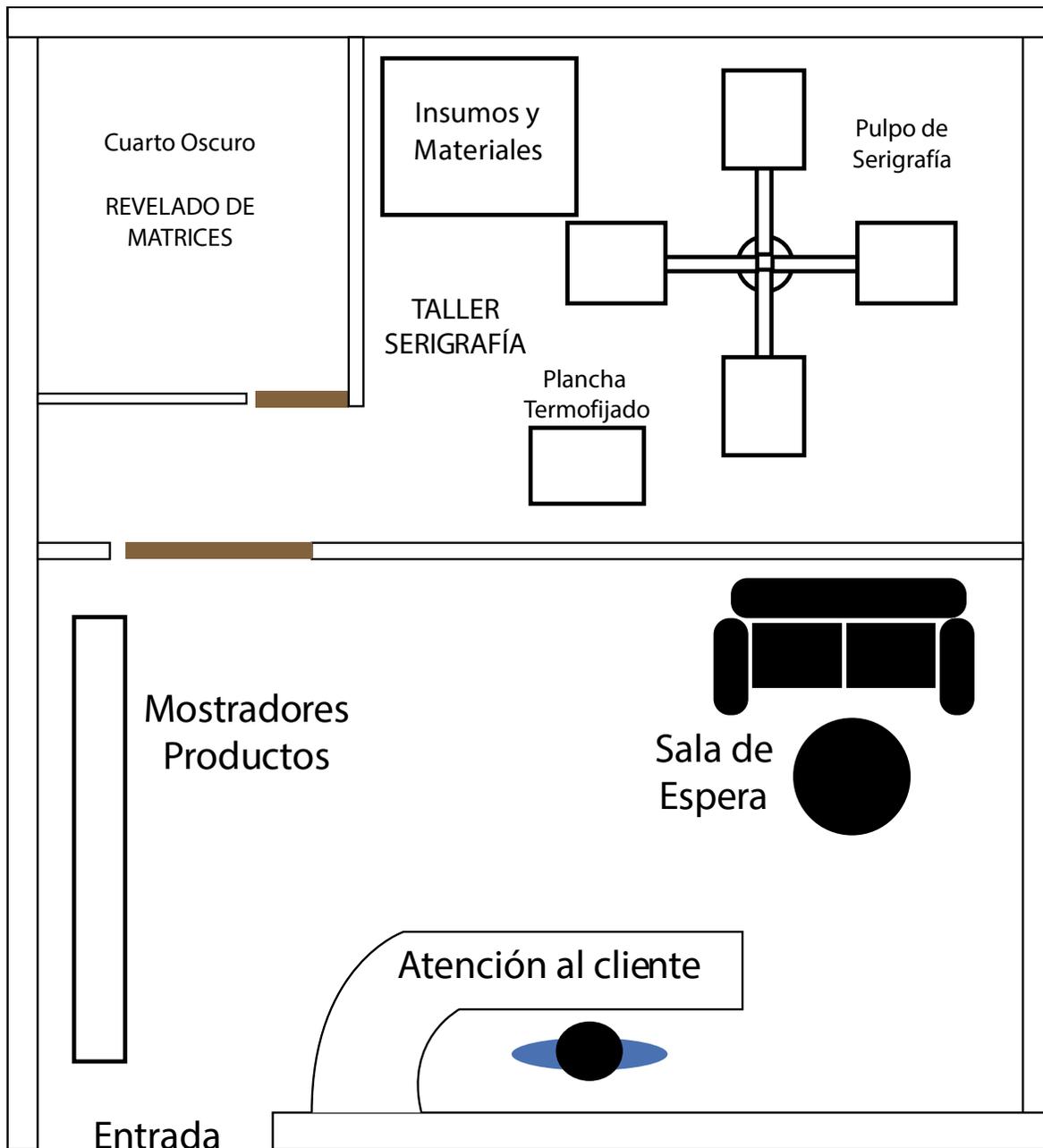
Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

- Cuidar los bienes materiales de la empresa y usarlos de la mejor manera a favor del cliente.
- Brindar un servicio de calidad ofreciendo a los clientes una actitud amable, cordial, alegre y dispuesto a resolver cualquier inquietud del cliente.
- Entregar todas las novedades suscitadas en cada ejecución del servicio.
- Trabajar con una actitud positiva que brinde una buena imagen del técnico y de la empresa.

#### **4.03.01 Definición del B y S|**

La empresa ofrecerá al cliente el servicio de serigrafía tanto como, publicitaria y también personalizada; además del servicio de fabricación y revelado de matrices para la producción de estampados, también ofreceremos productos realizados con acabados de este tipo, estampados que llevarán estilos que se los obtuvieron en la recolección de información.

#### 4.03.02 Distribución de planta



#### 4.03.04 Maquinaria

Son aquellos que nos sirven netamente para la producción de los productos o servicios que se prestara, a continuación detallamos la maquinaria que se utilizara.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

**Pulpo de serigrafía:** necesario para la impresión del producto tal como camisetas y prestación de servicio.

**Plancha de secado.**

#### 4.4 Marketing del producto

La empresa para obtener nuevos clientes realizara una campaña de volanteo para que la población conozca del nuevo taller de reparaciones instalado en el sector y hagan propaganda del acontecimiento para llegar al conocimiento de la gran parte de la población. Para poder ocupar un lugar en la mente de la población se ha creado la siguiente imagen publicitaria con la cual se pretende dar un nombre y objetivo a la empresa:



**Isotipo: (Mariposa con Hojas)** Representa directamente la conciencia y compromiso de la empresa con el medio ambiente, ya que en los procesos se utiliza químicos que podrían dañar al mismo, y mediante este queremos demostrar que se maneja estos insumos de la mejor manera para que el impacto sea mínimo.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

**Tipografía (GAMA)** palabra utilizada técnicamente en el diseño gráfico, es una tipografía que tiene movimiento y dinamismo, siendo una tipografía que sale de lo común para mostrar la creatividad con la que la empresa quiere representarse

CMYK



	<b>C:</b> 15% <b>M:</b> 100% <b>Y:</b> 90% <b>K:</b> 10%		<b>C:</b> 75% <b>M:</b> 100% <b>Y:</b> 0% <b>K:</b> 0%		<b>C:</b> 100% <b>M:</b> 100% <b>Y:</b> 0% <b>K:</b> 0%		<b>C:</b> 85% <b>M:</b> 100% <b>Y:</b> 90% <b>K:</b> 10%		<b>C:</b> 5% <b>M:</b> 0% <b>Y:</b> 90% <b>K:</b> 0%		<b>C:</b> 80% <b>M:</b> 95% <b>Y:</b> 0% <b>K:</b> 0%
---	---	---	---	---	--	---	---	---	---	---	--

	<b>C:</b> 85% <b>M:</b> 10% <b>Y:</b> 100% <b>K:</b> 10%		<b>C:</b> 50% <b>M:</b> 0% <b>Y:</b> 100% <b>K:</b> 0%
---	---	---	---

## APLICACIONES SOBRE TEXTURAS Disposiciones Correctas



Aplicación en vidrio: la aplicación sera en la forma de negativo del logo, impreso en serigrafía que dara un realce y una textura.

Aplicacion en madera: la forma de impresion sera tallar la madera para que el logotipo quede con relieve



Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito



Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

### Tarjeta de Presentación



### Material POP



Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

#### 4.05 Cronograma del proyecto

Año	Mes	Componentes																				
		Definición del proyecto	Desarrollo del plan del proyecto	Investigación de Mercado	Estudio Técnico	Estudio financiero	Análisis de impactos	Implementación	Equipamiento y Maquinaria	Tiempo	Operación											
AÑO 2013 - 2014	octubre	Semana	1	x																		
		2	x																			
		3	x																			
		4	x																			
	diciembre	Semana	1																			
		2		x																		
		3		x																		
		4		x																		
	2014 Febrero	Semana	1		x																	
		2		x																		
		3		x																		
		4		x																		
	febrero	Semana	1		x																	
		2		x																		
		3				x																
		4				x																
	marzo	Semana	1			x																
		2					x															
		3						x														
		4							x	x												
	Junio																					
	Junio																					
	Julio																					
	Agosto																					

Matriz #25

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

## CAPÍTULO 5: Estudio financiero

### 5.01 Ingresos del proyecto

En adelante procederemos a determinar los ingresos operacionales y no operacionales del proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el norte de Quito sector comité del pueblo con los cuales se solventarán los costos y gastos para poder implementar el proyecto.

#### 5.01.01 Ingresos operacionales

Los ingresos operacionales de la empresa están basados en la prestación de servicio de serigrafía publicitaria 100 dos colores camisetas valorada en \$450 por cada 5 días, venta de camiseta estampada de \$18 por día, tomando en cuenta que los días laborables del año son 303.

Con los datos expuestos procedemos a realizar una proyección de los ingresos anuales de la empresa:

VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	01/01/2015	01/01/2016	01/01/2017	01/01/2018	01/01/2019	01/01/2020
<b>EN UNIDADES DE PRODUCTO</b>						
Serigrafía Publicitaria 100 camisetas	60	66	72,6	79,86	87,84	96,63
Camisetas estampadas	303	318,15	334,05	357,44	389,61	436,36
TOTAL PRODUCCIÓN UNIDADES	363	384,15	406,65	437,3	477,45	532,99
<b>PRECIO ESTIMADO EN DÓLARES</b>						
Serigrafía Publicitaria 100 camisetas	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Camisetas estampadas	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>\$ 29.454,00</b>	<b>\$ 32.126,70</b>	<b>\$ 35.052,90</b>	<b>\$ 38.377,92</b>	<b>\$ 42.148,98</b>	<b>\$ 46.506,48</b>

Matriz # 26  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

Una vez determinado como se obtendrán los ingresos se ha determinado que la empresa obtendrá 32724 dólares anuales por concepto de ingresos operacionales.

### 5.01.02 Ingresos no operacionales

A veces tendremos clientes que deseen solo la realización de la matriz de impresión, esto es un servicio que no está como primordial en la empresa pero se lo tendrá que realizar para la satisfacción de nuestros clientes, entonces tomando en cuenta los materiales se cobrará por este servicio:

Realización de matriz con todo incluido \$45 cada 3 días

Realización de revelación de un arte en una matriz \$20 cada 2 días

Con la información antes indicada procedemos a realizar una proyección los ingresos no operacionales.

VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	01/01/2015
<b>EN UNIDADES DE PRODUCTO</b>	
Fabricacion de matrices de produccion	45,00
Revelado de matrices	20,00
TOTAL PRODUCCIÓN UNIDADES	428,00
<b>PRECIO ESTIMADO EN DÓLARES</b>	
Fabricacion de matrices de produccion	\$45,00
Revelado de matrices	\$20,00
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>\$31.879,00</b>

Matriz # 27

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

Después de haber proyectado los valores antes mencionados se ha determinado que la empresa puede llegar a obtener ingresos no operacionales por un monto anual de \$7585 dólares, lo cual incrementa los ingresos globales de la empresa.

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

### 5.01.03 Matriz de ingresos operacionales y no operacionales

VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	01/01/2015
<b>EN UNIDADES DE PRODUCTO</b>	
Fabricación de matrices de producción	45
Revelado de matrices	20
TOTAL PRODUCCIÓN UNIDADES	428
<b>PRECIO ESTIMADO EN DÓLARES</b>	
Fabricación de matrices de producción	\$ 45,00
Revelado de matrices	\$ 20,00
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>\$ 2.425,00</b>

Matriz # 30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

Después de analizar los ingresos operacionales y no operacionales del proyecto se realizó una suma de estos dos factores el cual nos indica que se percibirá un valor anual de \$41130 dólares por prestación de servicio de serigrafía, venta de prendas estampadas, realización y revelado de matrices.

### 5.01.04 Ingresos totales proyectados

INGRESOS TOTALES PROYECTADOS					
Ingresos	2016	2017	2018	2019	2019
<b>Operacionales</b>	\$ 32.126,70	\$ 35.052,90	\$ 38.377,92	\$ 42.148,98	\$ 46.506,48
<b>No operacionales</b>	\$ 2.566,25	\$ 2.761,45	\$ 3.065,05	\$ 3.401,35	\$ 3.825,35
<b>Total</b>	<b>\$ 34.692,95</b>	<b>\$ 37.814,35</b>	<b>\$ 41.442,97</b>	<b>\$ 45.550,33</b>	<b>\$ 50.331,83</b>

Matriz # 31

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

Después de haber definido los ingresos que percibirá la microempresa una vez iniciada sus operaciones se procedió a proyectar cuanto recaudará en los próximos 5 años, para esto se realizó un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

ha procedido a tomar como factor la inflación ya que base a este incrementan anualmente los salarios, productos de consumo y derivados, y por ende los valores que se cobrarán por la prestación del servicio de serigrafía y venta de productos textiles con este terminado; se ha tomado en cuenta además la demanda proyectada en lo referente a la prestación del servicio.

## 5.2 COSTOS

### 5.02.01 Costos Operativos

COSTOS OPERATIVOS					
N°	Descripción	Cantidad	V. unit	Total	Observaciones
1	Equipamiento				
1.1	Equipos de oficina	1	100	100	
1.2	Muebles y enseres	2	200	400	
1.3	Equipo de computación	1	1500	1500	
2	<b>Infraestructura</b>				
2.1	Local	1	3000	3000	Arriendo mensual de \$250
3	<b>Insumos</b>				
3.1	Espátulas	5	1	5	
3.2	Racleta	10	4,50	25,88	
3.3	Cintas adhesivas	10	1	96	
3.4	Guaípe	10	1	120	
3.5	Desarmadores juego	2	3	210,9	
3.6	Maleta de trabajo	1	35	35	
3.7	Ropa de trabajo	2	100	200	
4	<b>RRHH</b>				
4.1	<b>Técnico</b>	1	5368,36	5368,36	Incluye beneficios sociales (esto es al año)
	<b>TOTAL</b>			10032	

Matriz #

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

La matriz antes expuesta indica el valor que necesita el proyecto para poder cubrir sus costos operativos, los cuales llevaran a cumplir con los ingresos proyectados anteriormente. Para poder determinar los costos operativos se ha tomado en cuenta los valores de equipamiento, infraestructura, insumos y recursos humanos que se necesitan exclusivamente para realizar las actividades económicas que realizará el proyecto

### 5.2.1 Costo Directo

MANO DE OBRA DIRECTA		REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN
OBREROS	CANTIDAD	MENSUAL INDIV.	MENSUAL TOTAL	ANUAL
OBREROS CALIFICADOS	1,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
	0,00		\$ 0,00	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>\$ 320,00</b>	<b>\$ 320,00</b>	<b>\$ 3.840,00</b>

La mano de obra directa, aquí se detalla el costo por la mano de obra de los técnicos, tan solo se necesitara a una persona por lo cual deberemos gastar el valor ya indicado.

### 5.2.2 Costos Indirectos

MATERIALES INDIRECTOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
espatulas	12,00	\$ 0,50	\$ 6,00
embalaje	24,00	\$ 0,80	\$ 19,20
guaype	96,00	\$ 0,15	\$ 14,40
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1,45</b>	<b>\$ 39,60</b>

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

### 5.2.3 Gastos Administrativos

#### 5.03.01 Gastos administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>REMUNERACIÓN ANUAL</b>
GERENTE GENERAL	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ASISTENTE	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
CONTADOR	1,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
SECRETARIA		\$ 160,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MENSAJERO	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>\$ 480,00</b>	<b>\$ 320,00</b>	<b>\$ 3.840,00</b>
			<b>GASTOS MENSUALES</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
GASTOS OFICINA			\$ 20,00	\$ 240,00
MOVILIZACIÓN Y VIÁTICOS			\$ 10,00	\$ 120,00
CUOTAS, SUSCRIPCIONES			\$ 0,00	\$ 0,00
ARRIENDO DE OFICINA				\$ 0,00
HONORARIOS DE AUDITORÍA			\$ 0,00	\$ 0,00
TELEFONO Y CELULAR			\$ 20,00	\$ 240,00
SEGUROS			\$ 0,00	\$ 0,00
OTROS			\$ 10,00	\$ 120,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
DEPRECIACIÓN			\$ 0,00	\$ 0,00
EDIFICIOS ADMINISTRATIVOS			\$ 0,00	\$ 0,00
MUEBLES Y ENSERES			\$ 6,67	\$ 80,00
COMPUTADORES			\$ 41,67	\$ 500,00
SOFTWARE			\$ 1,39	\$ 16,67
MULTIMEDIA			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 83,33	\$ 1.000,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			<b>\$ 513,06</b>	<b>\$ 6.156,67</b>

Matriz # 32

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Marco Chiguano

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

La matriz antes expuesta indica los gastos que conllevan la administración correcta de la microempresa y para poder atraer nuevo clientes que utilicen los servicios, para esto se ha tomado en cuenta factores como servicios básicos, alimentación, publicidad y recursos humanos.

## 5.04 Costos fijos y variables

### 5.04.01 Costos Fijos

COSTOS FIJOS		
Descripción	Valor	Valor anual
Servicios básicos	160	1536
Arriendos	250	3000
Sueldos	1365,09	6880
Alimentación	225	1800
Publicidad	333,33	4000
TOTAL		34432,00

Matriz # 33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marco Chiguano

Una vez analizados los costos operativos, no operativos y los gastos administrativos se ha procedido a analizar cuáles serán los costos fijos durante el año de operaciones de la microempresa y se ha determinado que por este concepto los valores serán de 27401,04 anuales.

Estos gastos deberán ser cubiertos por los ingresos generados por la microempresa.

### 5.04.02 Costos Variables

COSTOS VARIABLES		
Descripción	Valor	Valor anual
Mantenimiento	40	480
Insumos	63,14	757,66
Costos varios	70	840
TOTAL		2227,66

Matriz # 34

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Marco Chiguano

Después de analizar los costos y gastos de la microempresa se ha procedido a identificar cuáles serán los costos variables que tendrá que cubrir la empresa, estos tendrán un valor anual de 1908,86 valores que se deberán cubrir con los ingresos realizados por la actividad económica.

### 5.05 Evaluación financiera

#### 5.2.4 Costo de Ventas

GASTO DE VENTAS				
PERSONAL DE VENTAS	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL
GERENTE DE VENTAS	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
VENDEDORES	1,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00
CHOFERES DE TRANSPORTE	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SECRETARIA	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>\$ 280,00</b>	<b>\$ 280,00</b>	<b>\$ 3.360,00</b>
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD				\$ 400,00
GASTOS DE TRANSPORTE				\$ 0,00
MANTENIMIENTO				\$ 0,00
				\$ 0,00
				\$ 0,00
			VOLUMEN	REMUNERACIÓN ANUAL
PORCENTAJE DE COMISIÓN			\$31.879,00	\$ 956,37
TOTAL GASTO DE VENTAS			1	\$ 4.716,37

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

## 5.2 INVERSIONES

### 5.2.1 Inversión Fija

#### 5.2.1.1 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	unidades	valor unitario en USD	total
Terrenos	0,00	\$0,00	\$0,00
Edificios	0,00	\$0,00	\$0,00
Almacen Comercial	0,00	\$0,00	\$0,00
Galpón Industrial	0,00	\$0,00	
Vías de acceso	0,00	\$0,00	\$0,00
Parqueadero, carga y descarga	0,00	\$0,00	\$0,00
Cerramiento	0,00	\$0,00	\$0,00
Maquinaria y Equipo	<b>1,00</b>	\$2.000,00	\$2.000,00
Computadores	1,00	\$1.500,00	\$1.500,00
Laboratorio	<b>1,00</b>	\$1.000,00	\$1.000,00
Muebles y Enseres	<b>1,00</b>	\$400,00	\$400,00
Software	<b>1,00</b>	\$50,00	\$50,00
Estructuras especiales (capacidad técnica)	<b>0,00</b>	\$0,00	\$0,00
Multimedia	<b>0,00</b>	\$0,00	\$0,00
Menaje y servicios	<b>0,00</b>	\$0,00	\$0,00
Vehículos y otros de carga pesada	0,00	\$0,00	\$0,00
Otros	<b>1,00</b>	\$0,00	\$0,00
<b>SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$4.950,00</b>

#### 5.2.1.2 Activos Nominales (diferidos)

ACTIVOS DIFERIDOS	valor totalizado en USD
Gastos de Instalación	\$ 200,00
Capacitación	\$ 0,00
Investigación y desarrollo	\$ 0,00
Gastos Legales de Constitución	\$ 800,00
Viajes (Contactos con Proveedores/clientes)	\$ 0,00
Impuestos por contratar crédito	\$ 0,00
Intereses del período preoperacional	\$ 0,00
<b>SUBTOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.000,00</b>
Capital de Trabajo Inicial	\$ 2.000,00

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

### 5.2.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

El 100% será financiado mediante un préstamo en una cooperativa, siendo el mismo cancelado en los 2 próximos años con una tasa de interés de 16%.

### 5.2.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

Monto del crédito:	\$7.950,00
Tasa de interés (anual):	16%
Número de pagos (mensuales):	24
Pago (mensual):	\$389,26

Pago	Pago Interés	Pago Capital	Saldo
1	\$106,00	\$283,26	\$7.666,74
2	\$102,22	\$287,03	\$7.379,71
3	\$98,40	\$290,86	\$7.088,85
4	\$94,52	\$294,74	\$6.794,11
5	\$90,59	\$298,67	\$6.495,44
6	\$86,61	\$302,65	\$6.192,79
7	\$82,57	\$306,69	\$5.886,10
8	\$78,48	\$310,78	\$5.575,33
9	\$74,34	\$314,92	\$5.260,41
10	\$70,14	\$319,12	\$4.941,29
11	\$65,88	\$323,37	\$4.617,92
12	\$61,57	\$327,68	\$4.290,24
13	\$57,20	\$332,05	\$3.958,18
14	\$52,78	\$336,48	\$3.621,70
15	\$48,29	\$340,97	\$3.280,73
16	\$43,74	\$345,51	\$2.935,22
17	\$39,14	\$350,12	\$2.585,10
18	\$34,47	\$354,79	\$2.230,31
19	\$29,74	\$359,52	\$1.870,79
20	\$24,94	\$364,31	\$1.506,48
21	\$20,09	\$369,17	\$1.137,31
22	\$15,16	\$374,09	\$763,22
23	\$10,18	\$379,08	\$384,13
24	\$5,12	\$384,13	\$0,00

## **CAPÍTULO 6: ANALISIS DE IMPACTOS**

### **6.01 Impacto Ambiental**

El presente proyecto llamado Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el norte de Quito conlleva un gran impacto ambiental ya que se maneja materiales, insumos y materia prima que pueden causar daño al medio ambiente si no son manejados de manera correcta y responsable, es por eso que la empresa toma conciencia y quiere demostrar ese compromiso ambiental conllevando esta responsabilidad y generando esa conciencia.

### **6.02 Impacto Económico**

El proyecto en si tiene un gran impacto económico tanto para las personas beneficiadas directa, entre como para el país en sí. Ya que a través del pago de los impuestos debidos se genera más ingresos para el estado y también estamos generando más fuentes de trabajo.

### **6.03 Impacto Productivo**

La producción de este servicio y producto ayudara a cubrir la demanda en el sector en el cual será aplicado el mismo, con las herramientas equipos y maquinaria necesaria cubriremos las necesidades de esta población.

### **6.04 Impacto Social**

El presente proyecto a lo largo de su estudio deja como impactos sociales los siguientes:

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de serigrafía textil en el sector norte de la ciudad Quito

- Generará fuentes de empleo al abrir plazas de trabajo al implementarse y con su crecimiento económico irá necesitando más personal para cumplir sus objetivos
- Apoyar al desarrollo de todas las empresas que formarán parte de la red de proveedores

## CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.01 Conclusiones

Después de haber desarrollado el varios análisis en los pro y contras del problema indicado se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Las personas van a otros lugares fuera del lugar donde residen para poder encontrar este tipo de servicios y productos.
- Las condiciones del mercado son aptas para poder implementar una microempresa de serigrafía textil y estampados, ya que la gran mayoría de los factores macro y microeconómicos brindan oportunidades al proyecto.
- Después de haber realizado una encuesta a una parte representativa de la población se determinó que el 95,75% de los habitantes del sector de Comité del Pueblo acepta y usaría los servicios y adquiriría los productos, lo cual representa una oportunidad y nos brinda el nivel de aceptación para poder implementar el proyecto.
- Para un usuario de servicios de serigrafía el concepto es:  
Brindar el mismo con puntualidad, honestidad y honradez que ofrezca costos de acuerdo a un producto de calidad con disponibilidad de información y dedique tiempo a un asesoramiento postventa.
- Después del estudio financiero el proyecto arroja unos resultado positivo, entonces el proyecto podrá ser ejecutado.

## 7.02 Recomendaciones

- El análisis financiero del proyecto está basado en la fuerza operativa de 1 técnico con el incremento de usuarios del servicio se deberá incrementar la cantidad de técnicos según la frecuencia de visitas diarias.
- Después del inicio de operaciones del proyecto es posible que los clientes recomienden nuevos usuarios que se encuentren domiciliados fuera del área estudiada en el presente proyecto, para poder determinar la cantidad de clientes por atender a diario será necesario hacer otros estudios para determinar el crecimiento de esa clientela y así cubrir la demanda.
- El proyecto implementará evaluaciones de impacto ambiental para reducir a lo mínimo los daños negativos al medio ambiente.
- Incentivar a la comunidad para que participe y se involucre activamente en el cuidado del medio ambiente.
- Obtener una incorporación gradual y sostenida de la población y los gobiernos locales en las acciones de ordenamiento y manejo de los recursos e insumos que pueden afectar a los mismos.
- Muchos de los proyectos no producen resultados sostenibles y hay una falta de comunicación e intercambio de información entre ellos. Además, el dominio público, tanto de los proyectos como de sus resultados, tiende a desaparecer al finalizar el trabajo y su financiación.

### Citas bibliográficas

#### Libros:

Master Oficial Finanzas

Serigrafía Artes Graficas

#### Web:

[\(http://www.discoverproject.net/\)](http://www.discoverproject.net/)

<http://www.bce.fin.ec/>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/> : censos y numero de población.