



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Proyecto previo a la obtención del título de tecnólogo
En Diseño Gráfico.

TEMA

UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA
PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO
UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Autor: Jonathan Alexander Mosquera Panchi

Tutor: Pablo Trujillo

Quito: Octubre 2014

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO
GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo JONATHAN ALEXANDER MOSQUERA PANCHI , declaro que este trabajo es original, de mi autoría, titulado **“REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO** y posteriormente se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos del autor vigentes.

Para que así conste firmo la presente a los 7 días del mes de Octubre del 2014

Jonathan Alexander Mosquera Panchi

C.I. 172193467-5

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, de la estudiante **Jonathan Alexander Mosquera Panchi**, 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 Tecnóloga en Diseño Gráfico, la estudiante participa en el proyecto de grado denominado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO**”, el cual incluye la creación y desarrollo de una empresa de diseño y venta de bolsos realizados en tela, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



desarrolla la creación de una empresa asesora, 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 de la Empresa descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto 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 de la empresa asesora; 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 del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; 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 de la empresa



asesora que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad 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

[REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO](#)



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 25 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____

Jonathan Alexander Mosquera Panchi
C.C. N° 172193467-5
CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero darle las gracias a Dios que ha sido quien me dio las fuerzas, voluntad, sabiduría para cumplir con mi metas, a mis Padres que han sido pilar fundamental en mi camino

A mis 3 hermanos que siempre me han apoyado

Y aconsejado para llegar a donde estoy y ser lo que soy

A todas aquellas personas que llegaron a ser mis grandes amigos, también a mis profesores quienes con mucha paciencia supieron inculcar el buen conocimiento y hábitos profesionales

De aprender y perseverar hasta el final.



DEDICATORIA

*A Dios por la fuerza, la sabiduría recibida que me ha dado en el transcurso de mi vida
hasta el día de hoy.*

A mi familia por el apoyo incondicional para cumplir esta meta

*A mis padres ANGEL MOSQUERA e ISABEL PANCHI quienes me han apoyado
incondicionalmente a pesar de cualquier caída me ayudado a levantarme, es por eso
que todo el esfuerzo realizado se lo dedico a*

MIS PADRES



INDICE GENERAL

Declaración y aprobación de los tutores y lectores	i
Declaratoria	ii
Contrato de cesion.....	iii
Agradecimientos	vii
Dedicatoria	vii
Resumen ejecutivo	xxvii
Abstrac	xxviii
Introduccion	xxix
I. Introducción	1
1.1 Justificación	1
1.2 Antecedentes	2
II. Análisis situacional	3
2.1 Ambiente Externo	3
2.1.1.1 Inflación	3
2.1.1.2 Tasa de interés	5
2.1.1.3 Pib	6

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO
GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



2.1.2 Factor social	7
2.1.2.1 Desempleo	7
2.1.3 Factor legal	9
2.1.4 Factor tecnológico	17
2.2 Entorno local	17
2.2.1 Clientes	17
2.2.1.1 Clientes potenciales	18
2.1.2.2 Clientes meta	19
2.2.2 Proveedores	19
2.2.3 Competidores	20
2.2.3.1 Competencia directa	21
2.2.3.2 Competencia indirecta	21
2.3 Entorno interno	22
2.3.1 Propuesta estratégica	22
2.3.1.1 Misión	22
2.3.1.2 Visión	22
2.3.1.3 Objetivos	23

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



2.3.1.3.1 Objetivo general	23
2.3.1.3.2 Objetivos específicos	23
2.3.1.4 Principios y/o valores	24
2.3.2 Gestión Administrativa	26
2.3.3 Gestión Operativa	27
2.3.4 Gestión de Marketing	28
2.3.4.1 Plan de difusión de marketing	28
2.3.4.1.1 Estrategias de marketing 4P	31
2.3.4.1.1.1 Producto o servicio	31
2.3.4.1.1.2 Precio	32
2.3.4.1.1.3 Plaza	33
2.3.4.1.1.4 Promoción	36
2.3.4.2 Descripción corporativa	38
2.3.4.3 Estructura visual del isotipo	38
2.3.4.4 Estructura visual de la tipografía	39
2.3.4.5 Estructura general del logotipo	39
2.3.4.6 Fuente – Tipografía	40

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO
GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



2.3.4.7 Colores corporativos	41
2.3.4.8 Aplicación general del logotipo	42
2.3.4.8.1 Escala de grises	42
2.3.4.8.2 Positivo – Negativo	42
2.3.4.8.3 Dorado – Plateado	43
2.3.4.8.4 Logo full color	43
2.3.4.9 Aplicaciones y restricciones	44
2.3.4.10 Aplicaciones de color	45
2.3.4.10.1 Aplicaciones con fondo de color	45
2.3.4.10.2 Aplicaciones sobre texturas	47
2.3.4.11 Ergonomía del logotipo	48
2.3.4.12 Papelería Corporativa	49
2.3.4.12.1 Hoja membretada	49
2.3.4.12.2 Tarjetas de presentación	50
2.3.4.12.3 Sobre	50
2.3.4.12.4 Carpeta	51
2.3.4.12.5 Invitación empresarial	52



2.3.4.12.6 Factura	52
2.3.4.13 Comunicación en medios	53
2.3.4.13.1 Valla publicitaria	53
2.3.4.13.2 Roll up	53
2.3.4.13.3 Rotulo	54
2.3.4.13.4 Señaletica	54
2.3.4.14 Merchandising	55
2.3.4.14.1 Gorra	55
2.3.4.14.2 Jarro	55
2.3.4.14.3 Esfero	56
2.3.4.14.4 Llavero	56
2.3.4.14.5 Camiseta	56
2.3.4.14.6 Cd impreso	57
2.3.4.14.7 Publicidad en bus	57
2.3.4.14.8 Publicidad en automóvil	58
2.4 Análisis FODA	58
III. ESTUDIO DE MERACADO	62

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO
GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



3.1 Análisis de consumidor	62
3.1.1 Metodología	62
3.1.2 Técnicas de obtención de información	62
3.1.3 Herramientas de investigación	62
3.1.4 Determinación de la población y muestra	63
3.1.4.1 Población	63
3.1.4.2 Fórmula	64
3.1.5 Modelo de encuesta	65
3.1.6 Tabulación	68
3.1.7 Análisis de información	79
3.2 OFERTA	79
3.2.1 Oferta histórica	79
3.2.2 Oferta actual	79
3.2.3 Oferta proyectada	80
3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS	81
3.3.1 Producto sustituto Histórico	81
3.3.2 Producto sustituto Actual	81

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO
GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



3.3.3 Producto sustituto Proyectado	81
3.4 DEMANDA	81
3.4.1 Demanda Histórica	81
3.4.2 Demanda Actual	81
3.4.3 Demanda proyectada	82
3.5 BALANCE OFERTA DEMANDA	83
3.5.1 Balance Actual	83
3.5.2 Balance Proyectado	84
IV. ESTUDIO TECNICO	85
4.1 Tamaño del proyecto	85
4.1.1 Capacidad instalada	85
4.1.2 Capacidad optima	86
4.2 Localización	86
4.2.1 Localización Macro	86
4.2.2 Micro Localización	88
4.2.3 Localización Óptima	89
4.3 Ingeniería de producto	89

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO
GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



4.3.1 Definición del ByS (Bienes y Servicios)	89
4.3.2 Distribución de planta	90
4.3.3 Proceso productivo	91
4.3.4 Maquinaria	92
4.3.5 Equipos	93
V. ESTUDIO FINANCIERO	95
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales	95
5.2 COSTOS	95
5.2.1 Costo Directo	95
5.2.2 Costos Indirectos	96
5.2.3 Gastos Administrativos	97
5.2.3.1 Sueldos y Salarios	97
5.2.3.2 Suministros de Oficina y Limpieza	97
5.2.3.3 Servicios Básicos	98
5.2.3.4 Local Comercial	99
5.2.4 Costo de Ventas	100
5.2.5 Costos Financieros	100

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO
GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



5.2.6 Costos Fijos y Variables	102
5.3 Inversiones	105
5.3.1 Inversión Fija	106
5.3.1.1 Activos Fijos	107
5.3.2 Capital de trabajo	107
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y Uso de fondos	107
5.3.4 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)	108
5.3.5 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)	111
5.3.6 Estado de Situación Inicial	112
5.3.7 Estado de Resultados Proyectados (a cinco años)	113
5.3.8 Flujo Caja	115
5.4 Evaluación	116
5.4.1 Tasa de Descuento	116
5.4.2 VAN (Valor actual neto)	117
5.4.3 TIR (Tasa interna de retorno)	117
5.4.4 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	120
5.4.5 Punto de Equilibrio	120

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO
GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



5.4.6 Periodo de Recuperación	122
5.4.7 Análisis de Índices Financieros	125
5.4.7.1 Indicadores de Rentabilidad	125
5.4.7.1.1 Rentabilidad sobre el Patrimonio	125
5.4.7.1.2 Rentabilidad sobre el Activo	125
VI. ANALISIS DE IMPACTOS	126
6.1 Impacto Ambiental	126
6.2 Impacto Económico	127
6.3 Impacto Productivo	127
6.4 Impacto Social	128
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	128
7.1 Conclusiones	128
7.2 Recomendaciones	129
7.3 Referencias Bibliográficas	130



INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Inflación	3
Tabla 2: Tasa de Interés	6
Tabla 3: PIB Ecuador	7
Tabla 4: Tasa de Desempleo	8
Tabla 5: Clientes Potenciales	18
Tabla 6: Clientes Meta	19
Tabla 7: Proveedores	20
Tabla 8: Competencia Directa	21
Tabla 9: Competencia INdirecta	21
Tabla 10: Estrategia de Producto o Servicio	31
Tabla 11: Estrategia de Precio	32



Tabla 12: Estrategia de Plaza	33
Tabla 13: Estrategia de Promoción	36
Tabla 14: Foda	58
Tabla 15: Resultado de la Encuesta, pregunta 1	68
Tabla 16: Resultado de la Encuesta, pregunta 2	69
Tabla 17: Resultado de la Encuesta, pregunta 3	70
Tabla 18: Resultado de la Encuesta, pregunta 4	71
Tabla 19: Resultado de la Encuesta, pregunta 5	72
Tabla 20: Resultado de la Encuesta, pregunta 6	73
Tabla 21: Resultado de la Encuesta, pregunta 7	74
Tabla 22: Resultado de la Encuesta, pregunta 8	75
Tabla 23: Resultado de la Encuesta, pregunta 9	76
Tabla 24: Resultado de la Encuesta, pregunta 10	78
Tabla 25: Oferta Actual	80
Tabla 26: Oferta Proyectada	80
Tabla 27: Demanda Actual	82
Tabla 28: Demanda Proyectada	83

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO
GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



Tabla 29: Balance Actual	84
Tabla 30: Balance Proyectado	84
Tabla 31: Localización Macro	87
Tabla 32: Macro Localización (ponderación)	87
Tabla 33: Micro Localización (ponderación)	88
Tabla 34: Maquinaria	92
Tabla 35: Equipos	93
Tabla 36: Equipos de Computación	93
Tabla 37: Estanterías y Exhibidores	94
Tabla 38: Muebles y Enceres	94
Tabla 39: Ingresos Operacionales y no Operacionales	95
Tabla 40: Mano de obra Directa	96
Tabla 41: Costos Indirectos	96
Tabla 42: Sueldos y Salarios	97
Tabla 43: Suministros de Oficina y Limpieza	98
Tabla 44: Servicios Básicos	98
Tabla 45: Local Comercial	99



Tabla 46: Costo de Ventas	100
Tabla 47: Costos Financieros	100
Tabla 48: Costos Fijos	102
Tabla 49: Costos Variables	103
Tabla 50: Inversión Fija	106
Tabla 51: Capital de Trabajo	107
Tabla 52: Fuentes de Financiamiento	108
Tabla 53: Amortizaciones de Financiamiento	108
Tabla 54: Depreciaciones	112
Tabla 55: Resultados Proyectados	113
Tabla 56: Flujo Caja	115
Tabla 57: Periodo de Recuperación de la Inversión	120
Tabla 58: Periodo de Recuperación de la inversión	122
Tabla 59: Periodo de Recuperación Año 1	122
Tabla 60: Periodo de Recuperación Año 2	124

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gestión Administrativa	26
Figura 2: Gestión Operativa	27
Figura 3: Mailing	33
Figura 4: Fan page	35
Figura 5: Mailing	35
Figura 6: Logo	38
Figura 7: Estructura Visual del Isotipo	38
Figura 8: Estructura Visual de la Tipografía	39
Figura 9: Estructura General del Logotipo	39
Figura 10: Tipografía Triggering Fanfares Regular	41
Figura 11: Tipografía Eras Ligth ITC Regular	40
Figura 12: Colores Corporativos	41
Figura 13: Escala de Grises	42
Figura 14: Positivo y Negativo	42

Figura 15: Dorado – Plateado	43
Figura 16: Logo Full Color	43
Figura 17: Aplicaciones y Restricciones	44
Figura 18: Aplicaciones con Fondo de Color	45
Figura 19: Aplicaciones Sobre Texturas	47
Figura 20: Ergonomía del Logotipo	48
Figura 21: Hoja Membretada	49
Figura 22: Tarjetas de Presentación	50
Figura 23: Sobre	50
Figura 24: Carpeta	51
Figura 25: Invitación Empresarial	52
Figura 26: Factura	52
Figura 27: Valla Publicitaria	53
Figura 28: Roll up	53
Figura 29: Rotulo	54
Figura 30: Señalética	54
Figura 31: Gorra	55



Figura 32: Jarro	55
Figura 33: Esfero	56
Figura 34: Llavero	56
Figura 35: Camiseta	56
Figura 36: Cd Impreso	57
Figura 37: Publicidad en Bus	57
Figura 38: Publicidad en Automóvil	58
Figura 39: Resultado de la Encuesta, Pregunta 1 en porcentajes	68
Figura 40: Resultado de la Encuesta, Pregunta 2 en porcentajes	69
Figura 41: Resultado de la Encuesta, Pregunta 3 en porcentajes	70
Figura 42: Resultado de la Encuesta, Pregunta 4 en porcentajes	71
Figura 43: Resultado de la Encuesta, Pregunta 5 en porcentajes	72
Figura 44: Resultado de la Encuesta, Pregunta 6 en porcentajes	73
Figura 45: Resultado de la Encuesta, Pregunta 7 en porcentajes	75
Figura 46: Resultado de la Encuesta, Pregunta 8 en porcentajes	76
Figura 47: Resultado de la Encuesta, Pregunta 9 en porcentajes	77
Figura 48: Resultado de la Encuesta, Pregunta 10 en porcentajes	78

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



Figura 49: Localización Macro	87
Figura 50: Macro Localización	88
Figura 51: Dimensiones de Planta	90
Figura 52: Proceso Productivo	91
Figura 53: Punto de Equilibrio	121



RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad tiene como propósito la creación de una agencia de publicidad en sector norte de Quito "carapungo" ya que en el sector y sus alrededores se encuentran empresas grandes pequeñas y medianas las cuales necesitan obtener un servicio completo en todo lo referente al diseño gráfico.

En la ubicación donde se llevara a cabo el proyecto se ha realizado un análisis en donde se pudo observar que las únicas microempresas que brindan un servicio de diseño gráfico son imprentas las cuales no cuentan con los equipos adecuados para llevar a cabo un proyecto grande en lo referente a diseño gráfico.

Como objetivo principal es llevar a cabo el proyecto mediante el estudio de factibilidad obteniendo resultados positivos y cubriendo las necesidades de las personas naturales y jurídicas que necesiten del mismo.

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



ABSTRACT

This feasibility study aims at the creation of an advertising agency in northern part of Quito "Carapungo" since in the sector and its outskirts are small and medium-large companies which need a complete service in all matters relating to graphic design.

In the location where it will be held the project has conducted an analysis in which it was observed that the only micro that provide graphic design services are printers which do not have adequate equipment to carry out a large project in terms to graphic design.

The main objective is to carry out the project through the feasibility study with positive results and meeting the needs of individuals and corporations who need it.



INTRODUCCION

El presente estudio de factibilidad tiene como propósito realizar de la mejor manera el proyecto, ya que el objetivo es brindar los servicios de diseño gráfico en el sector norte de la ciudad de Quito cubriendo necesidades y dando una imagen corporativa o brindando en si todos los servicios referentes al diseño publicitario de una forma innovadora y profesional hacia las personas quienes deseen obtener los servicios de la Agencia de Publicidad.

Ya que de esta forma en tiempo a futuro poder llegar a ser una fuente de empleo para las diferentes personas del país

CAPITULO I: INTRODUCCION

1.1 Justificación

Como justificación del estudio de Factibilidad de la creación de una Agencia publicitaria se tiene como propósito poder brindar los servicios de diseño gráfico en todas sus áreas en el sector de Carapungo al norte de la ciudad de Quito , el lugar escogido en el cual se desarrollara el proyecto se estableció por el alto índice de empresas industriales o de personas naturales que se encuentran con la necesidad de poder obtener una imagen corporativa adecuada la cual se pueda identificar o su vez indicar los servicios que ofrece la misma.

El estudio de factibilidad que se realizará para el proyecto tiene como propósito poder conocer si en un futuro es rentable brindar un servicio de diseño gráfico tomando en cuenta los competidores indirectos que se encuentran alrededor de la zona en la cual se va a ubicar nuestra Agencia , encontrara como competidores indirectos a las imprentas que se dedican a brindar un servicio de impresión en todo tipo de materia publicitario , pero no brindan un servicio completo de una Agencia Publicitaria en lo que se refiere a todo en diseño gráfico y sus áreas por lo cual obtendrá un punto a favor para poder realizar el proyecto con un alto índice de calidad en la zona comercial de Carapungo .

Con el desarrollo del proyecto de estudio de factibilidad se tratara de llevar a cabo uno de los objetivos del PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR el cual trata

[REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO](#)

de impulsar la transformación de la matriz productiva en la cual se busca nuevas industrias que tengan un alto índice de productividad tanto territorial como económico y así poder fomentar ingresos económicos y sustentables brindando empleo a próximos diseñadores de nuestro país.

1.2 Antecedentes

El presente proyecto de estudio de factibilidad se realiza teniendo como base la necesidad para las grandes empresas o personas jurídicas las cuales necesitan obtener una imagen corporativa para obtener una mejor identificación o dar a conocer sus servicios.

Como interés la Agencia Publicaría es obtener los mejores conocimientos y materiales tecnológicos para así poder llegar a los resultados esperados ,ya que la Agencia no está enfocado simplemente en brindar un buen servicio , en si se enfocara en cumplir las expectativas del cliente y cubrir las necesidades para lo cual se está desarrollando el proyecto .

Uno de los resultados relacionados es poder crecer como Agencia Publicitaria ya que es un proyecto innovador en busca de buenos resultados brindando servicios en diseño gráfico a la sociedad ya que es una herramienta necesaria para el desarrollo de pequeñas, medianas y grandes empresas, así de esta manera poder obtener ingresos económicos para poder crear fuentes de ingreso fomentando empleo en el país

CAPÍTULO II: Análisis Situacional

2.1 Ambiente Externo

2.1.1 Factor económico

Existen diversos factores económicos que influyen considerablemente en la sociedad, ya que es un parámetro para el desarrollo o subdesarrollo de la riqueza o pobreza, el factor económico influye en el bienestar general de un estado o nación

2.1.1.1 Inflación

Trata de una medida económica o movimiento persistente al alza general de precios o disminución del poder adquisitivo de dinero dentro de una economía en un periodo determinado.

Esto es una acotación al aumento del costo de vida.

Tabla 1

Inflación

Fecha	Valor
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %



Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %

Fuente: Banco Central

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Análisis

Según los datos y fuentes del banco central la inflación ha ido aumentando considerablemente en los últimos meses, por lo cual se ha considerado como una amenaza para el país, el impacto que causaría sobre el sector publicitario nos es muy relevante por lo cual se lo utilizaría con un beneficio hacia la Agencia de Publicidad.

También se debe tomar en cuenta la **Inflación por Costos**, ya que esto podría ocurrir en caso de subir los precios de la materia prima (energía- petróleo) en este caso la Agencia Publicitaria para lograr mantener el margen de ganancia aumentaría los precios en sus trabajos

2.1.1.2 Tasa de interés

Se lo define como aquel precio que las personas pagan por el uso de dinero durante un determinado tiempo, dicho precio se refiere a un porcentaje de la operación de dinero que se realiza.

Tabla 2

Tasa de interés

Tasas de Interés			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.19	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.54	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.28	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.99	Consumo	16.30
Vivienda	10.89	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.16	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.08	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.54	Microcrédito Minorista	30.50

*Fuente: Banco Central***Análisis**

Demostrando en los cuadros de la tasa de interés actual en el Ecuador, se puede decir que se ha mantenido durante los últimos años ya que eso sería favorable para la Agencia de Publicidad, en el caso de la agencia como empresa la tasa de interés sería del 10.21 % anual la tasa de interés que será favorable para la Agencia será Productivo Empresarial

2.1.1.3 PIB

El PIB es un indicador que expresa el valor monetario el cual determina el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas, en un tiempo determinado

Tabla 3

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

PIB Ecuador

PIB Ecuador

PIB Total	Fecha
54.250.408	2008
54.557.732	2009
56.168.864	2010
60.569.488	2011
63.672.625	2012

Fuente: Inec

2.1.2 Factor social

En este caso se debe tomar en cuenta los factores que afectarían positiva o negativamente a la Agencia, en la cual se debe tomar decisiones o realizar acciones, estos son factores que influyen en la empresa.

2.1.2.1 Desempleo

Esto se refiere a la imposibilidad de poder trabajar pese a la voluntad de la persona.

En los últimos años la tasa de desempleo en el país ha bajado considerablemente lo que consideramos como un indicador de crecimiento en el sector económico de las diferentes empresas, la Agencia publicitaria tiene como objetivo aportar en la sociedad bajando aun más el porcentaje de desempleo en el país fomentando un ingreso económico a los diferentes diseñadores o personas que se

puedan desempeñar en la diferentes áreas de la empresa aportando sus conocimientos, obteniendo una remuneración considerable. Obteniendo una mejor calidad de vida en la sociedad.

Tabla 4

Tasa de Desempleo

Fecha	Valor
Junio-30-2014	5.71 %
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %
Diciembre-31-2010	6.11 %

Septiembre-30-2010	7.44 %
Junio-30-2010	7.71 %
Marzo-31-2010	9.09 %

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.1.3 Factor legal

Es un factor muy importante para llevar a cabo la creación de una empresa "Agencia Publicitaria" son disposiciones que las tiene que cumplir a cabalidad ya que afecta directamente a la empresa.

Las reglas y requerimientos que impone la superintendencia de compañías son obligaciones las cuales tiene que cumplir la empresa.

Requisitos para una compañía anónima:

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

- a) Dar un nombre a la empresa
- b) El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- c) El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

- d) El objeto social, debidamente concretado;
- e) Su denominación y duración;
- f) El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- g) La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- h) El domicilio de la compañía;
- i) La forma de administración y las facultades de los administradores;
- j) La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- k) La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- l) Las normas de reparto de utilidades;
- m) La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
 - 1. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

SRI. Registro Único de Contribuyentes.- para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).

- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente
- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada

y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
 - Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior.
- Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del

comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito

IESS.- Para la emisión del un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y

- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado

Finalmente a nivel municipal se deberá efectuar:

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES USO DE SUELO

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

PATENTES MUNICIPALES

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Quito, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

TASA DE HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Quito.

1. Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
2. Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio

9. Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

CERTIFICADO DE SEGURIDAD DEL B. CUERPO DE BOMBEROS

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

IMPUESTO A LA RENTA Sociedades 101 Anual

IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales 102 Anual

RETENCIONES EN LA FUENTE 103 Mensual Conforme el noveno dígito del RUC

IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la

Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas

2.1.4 Factor tecnológico

En la actualidad la tecnología es un factor muy importante y primordial en el mundo publicitario ya a que a medida va pasando el tiempo la tecnología avanza . esto ayuda a las diferentes empresas a reducir costo y tiempo. La tecnología es un factor determinante en la competitividad de la empresa.

Análisis

En el mundo de la publicidad la tecnología es una variable muy importante La empresa utilizara equipos tecnológicos como :

1. Computadoras
2. Tablets
3. Video cámaras
4. Cámaras fotográficas
5. Proyectores
6. Laptops

2.2 Entorno local

2.2.1 Clientes

El cliente es una persona u organización que adquiere un bien o servicio para satisfacer su necesidad.

Tomando en cuenta la American Marketing Association (A.M.A) el cliente es un comprador potencial o real de los productos o servicios que se ofrece en el medio publicitario.

Clientes

1. Personas Naturales
2. Empresas
3. Industrias
4. Locales comerciales
5. Sociedad

2.2.1.1 Clientes potenciales

Tabla 5

Clientes Potenciales

CLIENTES POTENCIALES			
CLIENTE	DIRECCION	MAIL	TELEFONO
Aceros boehler	Llano grande	www.boehler.ec	2477918
Caterexpress	Calderón	www.caterexpress.com	2804335
Ecuarollers	Llano grande san Carlos	www.ecuarollers.com	2012150
Flor empaque	Llano grande	www.florempaque.com	2282627

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.1.2.2 Clientes meta

Tabla 6

Clientes Meta

CLIENTES POTENCIALES			
CLIENTE	DIRECCIÓN	MAIL	TELEFONO
Yanbal	Panamericana norte	www.yanbal.com.ec	
Banco Pichincha	10 de agosto y panamericana norte	www.banco pichincha.com.ec	2980980
ILS			
Corporation	Panamericana norte	www.yambal.com	2651818
DHL	Panamericana Norte	www.dhl.com.ec	2397500
Jumbo Center	Galo Plaza Lazo	www.jumbocenter.com	2482232
	Panamericana Norte		
Tecnova S.A	km3	<u>www.boschecuador.com</u>	2805295

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.2.2 Proveedores

Es una persona u organización que abastece con artículos o utensilios que la empresa necesita para realizar sus actividades diarias.

Los proveedores de negocio se clasifican en:

Tabla 7

Proveedores

PROVEEDORES			
PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCIÓN	TELEFONO
	Impresoras -	Av. de los Shiris N-34 y	
Xerox	Copiadoras	Portugal	2924-193
Produpelma	Tipos de papel	Av. . América N-17 y	2223-980
	Accesorios		
Saz Compiuter	tecnológicos	Centro comercial el bosque	323-8031

*Elaborado por: Jonathan Mosquera***Análisis**

Una vez determinado los proveedores se debe tomar muy en cuenta el costo de los artículos por el cual se debe fijar un crédito o un pago de contado.

Los proveedores cumplen un rol importante para la empresa ya que serán las personas que abastezcan de suministros y materia prima por un tiempo indefinido, en el cual la escases de la misma podría producir una perdida para la empresa.

2.2.3 Competidores

En el mundo globalizado de la publicidad existen muchas empresas la cuales se dedican a brindar los servicios en el campo publicitario, para lograr que la Agencia obtenga éxito se debe tomar muy en cuenta cumplir con las exigencias y necesidades del cliente teniendo una mejor acogida que la competencia, ya que los clientes

conforman una base fundamental para la empresa los cuales determinan su éxito o fracaso.

2.2.3.1 Competencia directa

Tabla 8

Competencia Directa

COMPETENCIA DIRECTA

Agencia de publicidad Publitintazo

Agencia de publicidad Vip Studio

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.2.3.2 Competidores indirectos

Tabla 9

Competidores Indirectos

COMPETENCIA INDIRECTA

Imprenta Don Pancho

Imprenta Salazar

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Análisis

La competencia directa para la Agencia de publicidad son empresas ubicadas en el sector norte de la ciudad de Quito, que brindan servicios de diseño gráfico las cuales ya tienen un grado de posicionamiento en el mercado.

Como competencia indirecta encontramos a las diferentes imprentas que brindan un servicio de diseño gráfico las cuales se encuentran ubicadas al sector norte de Quito.

2.3 Entorno interno

2.3.1 Propuesta Estratégica

Para desarrollar e implementar una Agencia de Publicidad que brinde los servicios en diseño gráfico se determinó realizar un estudio técnico, un estudio de mercado, un análisis financiero y un estudio de marketing para llegar a obtener dicha factibilidad en el proyecto.

2.3.1.1 Misión

Entregar a nuestros clientes soluciones comunicacionales innovadoras en la publicidad, trabajando con un alto índice de calidad, cubriendo exigencias y necesidades de nuestros clientes generando un tiempo de entrega óptimo realizando un excelente trabajo.

2.3.1.2 Visión

Ser reconocida como una Agencia de Publicidad destacada en 3 años, ofreciendo un alto índice de calidad en el tiempo correspondiente, cumpliendo de la mejor manera las exigencias del mercado con mayor profesionalismo e innovación.

2.3.1.3 Objetivos

2.3.1.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Agencia Publicitaria la cual brindara los servicios de diseño gráfico para cubrir las necesidades de los clientes y fomentar una fuente de ingreso económico para la sociedad.

Para poder llevar a cabo este objetivo propuesto debemos tomar muy en cuenta lo siguiente:

Realizar una base de datos de los posibles clientes, proveedores, competencia, y analizar de manera minuciosa creando estrategias de las “4 P” (producto – precio – plaza y promoción) que la empresa pueda generar en el factor tecnológico – económico y legal.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- a. Investigar las necesidades de personas naturales o jurídicas que necesiten una imagen corporativa en el sector norte de Quito “Carapungo” en el año 2014
- b. Realizar un análisis foda para identificar las oportunidades o amenazas para la Agencia Publicitaria en el sector norte de Quito “Carapungo” en el año 2014
- c. Determinar los recursos económicos necesarios para el desarrollo de proyecto de factibilidad en quito en Julio del 2014

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

- d. Investigar qué cantidad de imprentas ubicadas en el sector norte de Quito "Carapungo" brindan un servicio de diseño gráfico en el año 2014
- e. Investigar la calidad de diseños que realizan las imprentas aledañas a la Agencia Publicitaria en Quito "Carapungo" en julio del 2014
- f. Realizar artes publicitarios para dar a conocer los servicios que brinda la Agencia Publicitaria en el sector norte de Quito "Carapungo" en julio del 2014

2.3.1.4 Principio y/o Valores

Respeto

Es la base de una buena relación en el trabajo para llevar una gran armonía en Compañerismo y con los respectivos clientes

Honestidad

Trabajar con honestidad reconocer o admitir cuando nos equivocamos poner de parte y parte para poder resolver los problemas que se nos pongan en nuestro camino con creatividad y seriedad

Responsabilidad

Cumplir el trabajo con transparencia, superando las expectativas del cliente con un alto índice de calidad.



Puntualidad

Cumplir de una manera seria, rápida y creativa hacia los compromisos acordados con el máximo respeto y puntualidad hacia los clientes

Trabajo en equipo

Involucrando a cada uno de los que conformen la empresa los cuales aportan un millón de ideas, con el fin de lograr un mismo propósito que es satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Pro actividad

Siempre ir un paso adelante de la competencia brindando creatividad, eficacia, e innovación, aportando nuevas ideas y soluciones en el mundo de la publicidad

Servicio al cliente

Cumplir con responsabilidad las necesidades y exigencias del cliente de la mejor manera

2.3.2 Gestión Administrativa

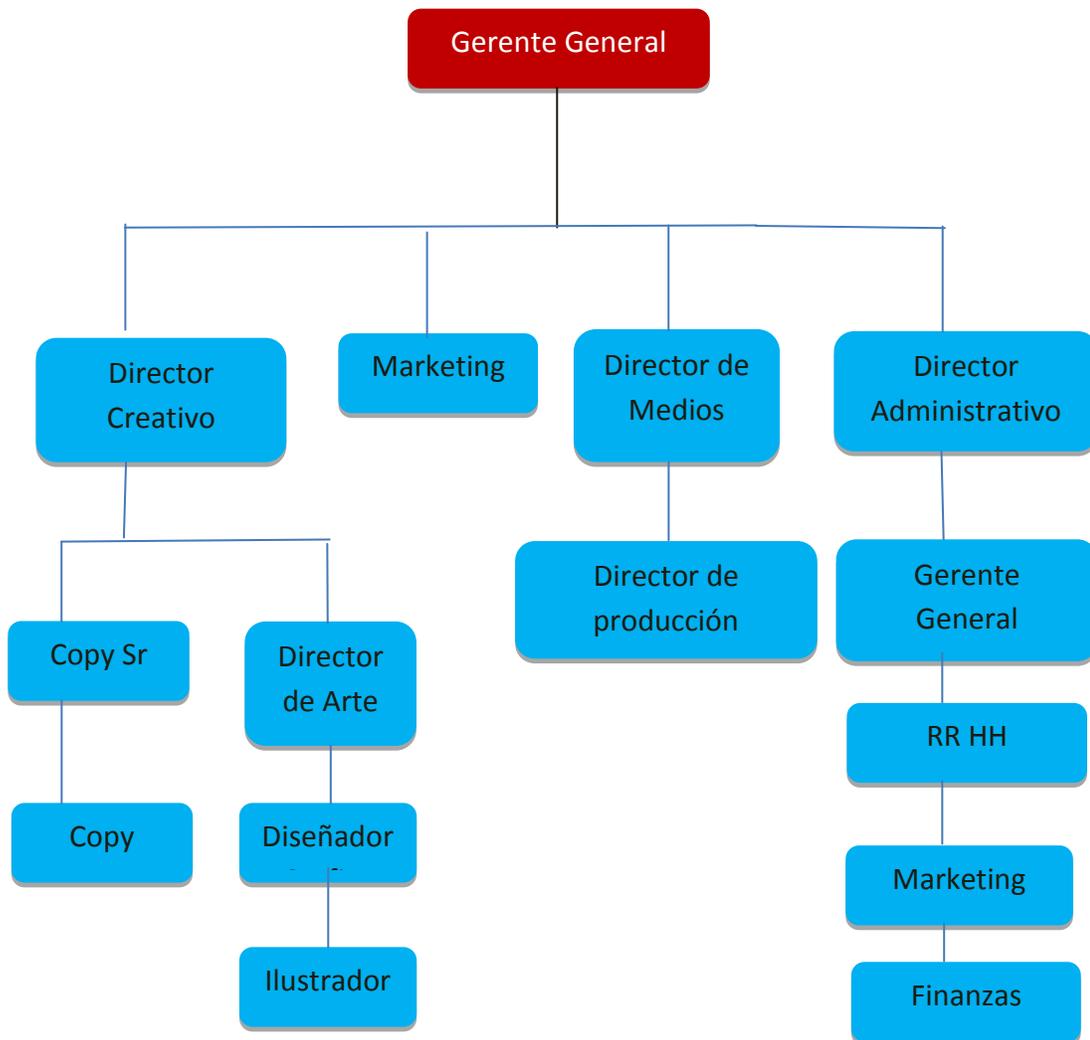


Figura 1. Gestión Administrativa de la empresa

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.3 Gestión Operativa

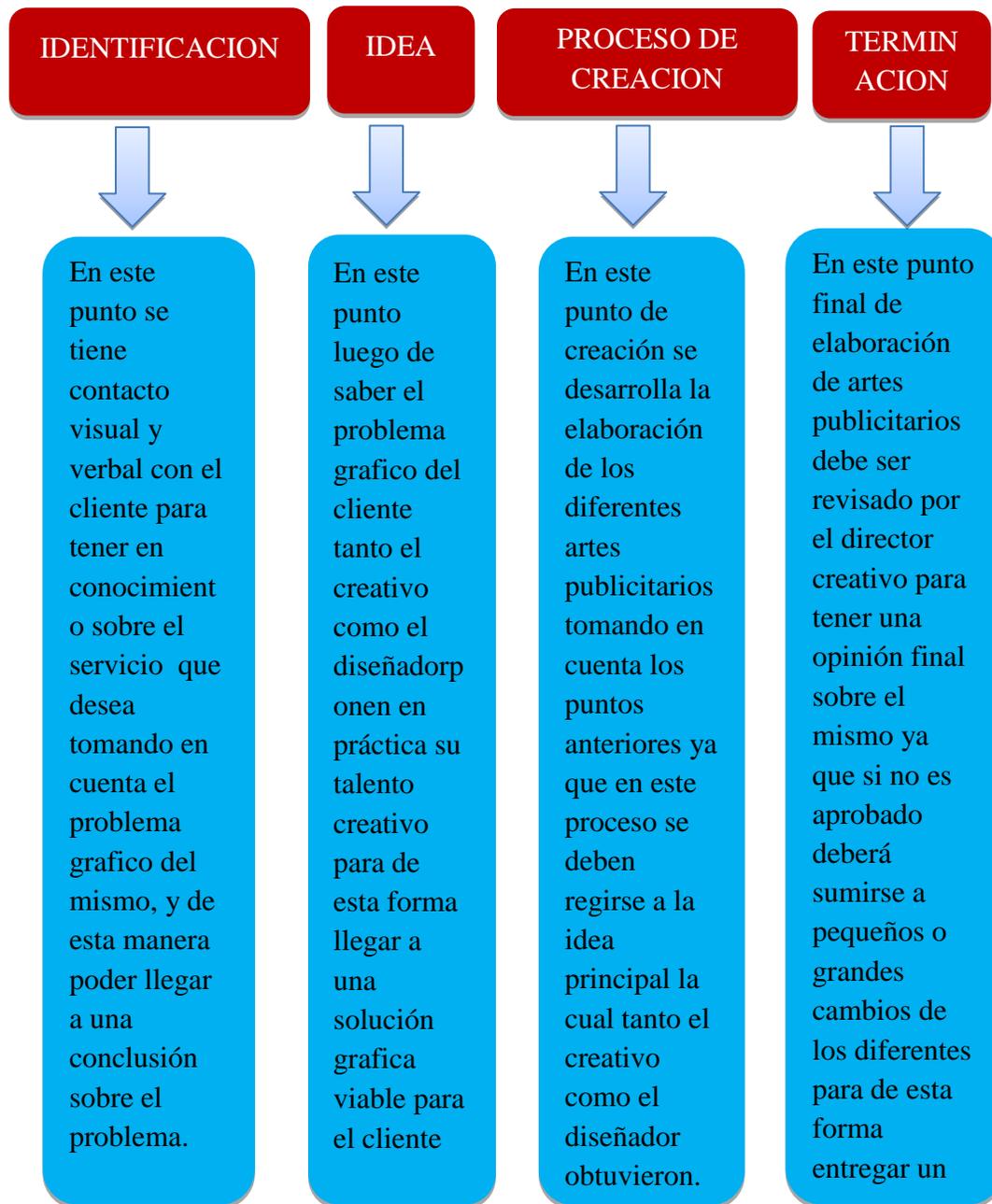


Figura 2. *Gestión Operativa de la empresa*

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4 Gestión de Marketing

Para el desarrollo del proyecto es necesario saber la ubicación geográfica de donde se va a encontrar la Agencia de Publicidad, por lo que se debe determinar costos y servicios que la empresa va a ofrecer en el mercado para de esta manera cubrir las necesidades de los consumidores.

2.3.4.1 Plan de difusión de marketing

Servicios

Campañas publicitarias

Identidad corporativa

Logos

Señalética

Revistas

Dípticos

Trípticos

Flyers

Páginas web

Animación flash



Ilustración

Roll up

Mailling

Fan page

Vallas

Beneficios racionales: profesionalismo – trabajo en equipo – calidad

Beneficios emocionales: satisfacción – respeto - puntualidad

Mensaje básico:

Nuestro profesionalismo es tu satisfacción

Tono: indiferente

Estilo: formal

Insight: innovación

Reason why

Mensaje básico

Porque se realizaran trabajos con el mayor profesionalismo y responsabilidad
entregando un trabajo de calidad a nuestros clientes

Tono

Se utilizara el tono indiferente ya que existen diferentes agencias de publicidad e imprentas las cuales se dedican a brindar los servicios de diseño grafico y sus derivados

Estilo

Se utilizara un estilo formal ya que nuestro grupo objetivo serán empresas medianas y grandes

Eje de campaña

La innovación es creación

Plan de medios

Grupo objetivo: empresas medianas y grandes

Nivel socio económico: medio – alto

Nivel educativo: trabajadores

Sector: Norte de Quito “carapungo”

Medios principales

e-mail (mailing)

Medio secundario

Fan page Facebook

Medio auxiliar

Fan page twitter

2.3.4.1.1 Estrategia de marketing 4P

2.3.4.1.1.1 Producto o Servicios

Tabla 10

Estrategias de producto "servicio"

Estrategia	Responsable
Campañas publicitarias	Grupo de trabajo
Identidad corporativa	Grupo de trabajo
Logos	Grupo de trabajo
Señalética	Grupo de trabajo
Revista	Grupo de trabajo
Dípticos	Grupo de trabajo
Trípticos	Grupo de trabajo
Flyers	Grupo de trabajo
Paginas web	Grupo de trabajo
Animación flash	Grupo de trabajo
Ilustración	Grupo de trabajo
Roll up	Grupo de trabajo

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Mailing	Grupo de trabajo
Fanpage	Grupo de trabajo
Vallas	Grupo de trabajo

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.1.1.2 Precio

Tabla 11

Estrategias de precio

Estrategias de precio	
Estrategia	Responsable
Precios bajos	Gerente

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Estrategia 1

La agencia de publicidad innova se introducirá en el medio publicitario ofreciendo precios bajos tomando en cuenta los precios de la competencia

Objetivo 1

Atraer una gran cantidad de clientes o empresas que necesiten un servicio de publicidad ofreciendo precios bajos durante el transcurso de 4 meses en los siguientes servicios

- Diseño Logotipos
- Diseño Señalética

- Diseño Papelería corporativa

Acción 1

Se realizara una base de datos de clientes potenciales para la empresa a los cuales se les informara mediante el envío de mailings masivos los diferentes precios y servicios que ofrece la empresa.

Email – mailing



Figura 3 Mailing

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.1.1.3 Plaza

Marketing directo

Tabla 12

Estrategias de plaza

ESTRATEGIAS DE PLAZA	
ESTRATEGIA	RESPONSABLE
Facebook	Diseñador
e-mail	Diseñador

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Estrategia 1

Se utilizara fan page en Facebook en el cual cada semana se subirán imágenes de los trabajos realizados por la Agencia de publicidad INNOVA.

Objetivo 1

Demostrar a los clientes mediante imágenes subidas a la pag de Facebook en las cuales resaltaran el profesionalismo y creatividad de la empresa.

Acción 1

Emitir información mediante trabajos realizados por la agencia INNOVA los cuales serán publicados en la pag de Facebook.

Estrategia 2

Utilizaremos e-mail ya que previa base de datos realizada de las diferentes empresas se enviarán mailings masivos los cuales tendrán la información sobre los servicios que ofrece la Agencia de Publicidad.

Objetivo 2

Llegar a los clientes potenciales e informar sobre los servicios que ofrece la Agencia.

Acción 2

Diseñar un mailing en el cual llevara toda la información de la Agencia y los servicios que ofrece la misma.

Facebook – Fan page



Figura 4 FanPage

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Email – mailing



Figura 5 Mailing

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.1.1.4 Tabla 13

Estrategias de promoción

ESTRATEGIA	RESPONSABLE
Descuento	Diseñador
Diseño señalética gratis	Diseñador

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Estrategia 1

Se realizara descuentos en diferentes servicios que ofrece la empresa.

Objetivo 1

Captar una gran cantidad de clientes o diferentes empresas a obtener los servicios que ofrece la Agencia.

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



Acción 1

Realizar descuentos de hasta el 30% en diferentes servicios que ofrece la empresa durante un tiempo determinado

Estrategia 2

Para la empresa o cliente que adquiera el servicio de imagen corporativa, la Agencia de Publicidad INNOVA realizara gratis el diseño de la señalética para su empresa o negocio.

Objetivo 2

Atraer un alto grado de clientes o empresas nuevas las cuales necesiten obtener este servicio.

Acción 2

Realizar el diseño de señalética gratis a la empresa que obtenga el servicio de imagen corporativa

2.3.4.2 Descripción corporativa



Figura 6 Logo

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.3 Estructura visual del Isotipo

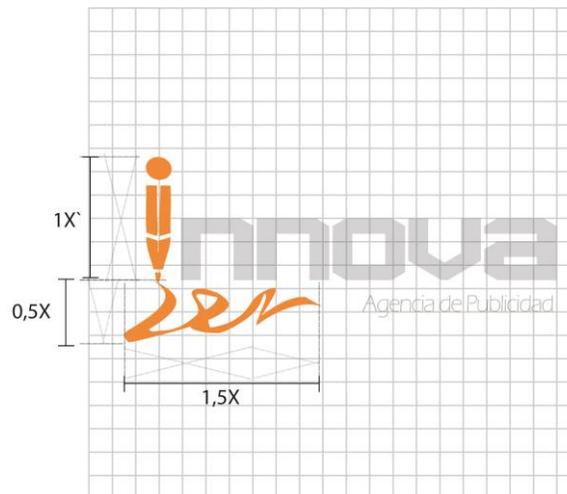


Figura 7 Estructura visual del Isotipo

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.4 Estructura visual de la tipografía

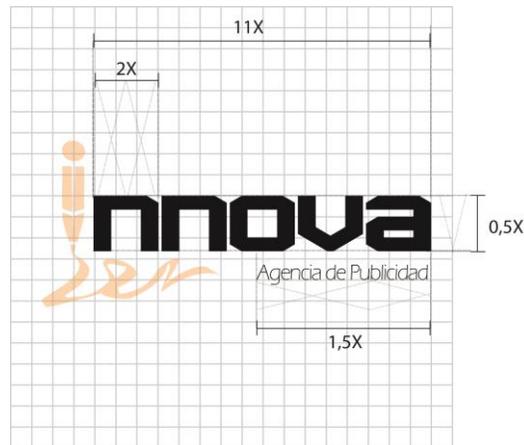


Figura 8 Estructura Visual de la Tipografía

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.5 Estructura general del logotipo

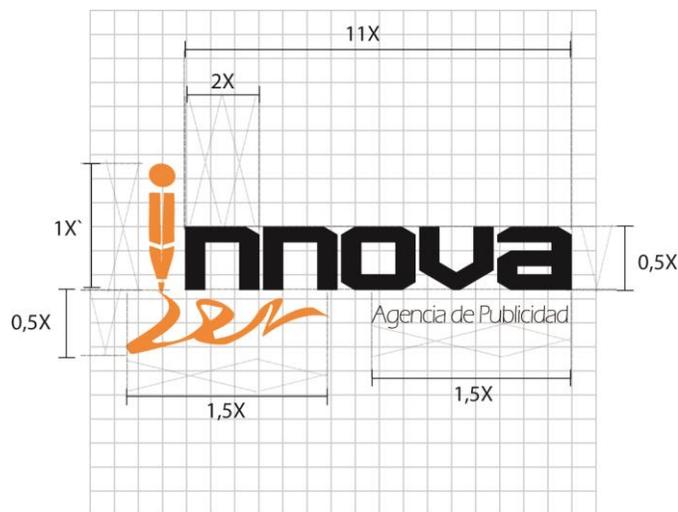


Figura 9 Estructura General del Logotipo

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.6 Fuente - Tipografía

Triggering Fanfares Regular

**A B C D E F G H
I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h
i j k l m n o p q
r s t u v w x y z**

Figura 10 Tipografía Triggering Fanfares Regular

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Eras Ligth ITC Regular

A B C D E F G H
J K L M N O P Q R
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h
i j k l m n o p q
r s t u v w x y z

Figura 11 Tipografía Eras Ligth ITC Regular

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.7 Colores Corporativos



C= 1,18 %
M= 52,94 %
Y= 52,94 %
K= 0



R= 239
G= 142
B= 30



Panton
144 C



Escala de grises
34,12 %



C= 0 %
M= 0 %
Y= 0
K= 100 %



R= 26
G= 23
B= 27



Panton
Process Black PC



Escala de grises
100 %



El color naranja representa creatividad innovación y confianza



El color negro representa seriedad y elegancia.

Figura 12 Colores Corporativos

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.8 Aplicación general del logotipo

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

2.3.4.8.1 Escala de grises



Figura 13 Escala de Grises

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.8.2 Positivo –Negativo



Figura 14 Positivo y Negativo

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.8.3 Dorado Plateado



Figura 15 Dorado Plateado

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.8.4 Logo full color



Figura 16 Logo full Color

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.9 Aplicaciones y restricciones

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



Figura 17 Aplicaciones y Restricciones

Elaborado por: Jonathan Mosquera



Figura 17 Aplicaciones y Restricciones

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.10 Aplicaciones de Color

2.3.4.10 .1Aplicaciones con fondo de color

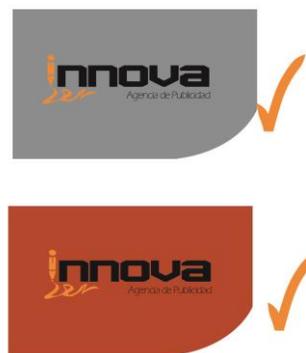


Figura 18 Aplicaciones con Fondos de Color

Elaborado por: Jonathan Mosquera



Figura 18 Aplicaciones con Fondos de Color

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.10 .2Aplicaciones Sobre texturas



Figura 22 Aplicación sobre textura

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.11 Ergonomía del logotipo



Figura 19 Ergonomía del Logotipo

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.12 Papelería corporativa

2.3.4.12.1 Hoja Membretada

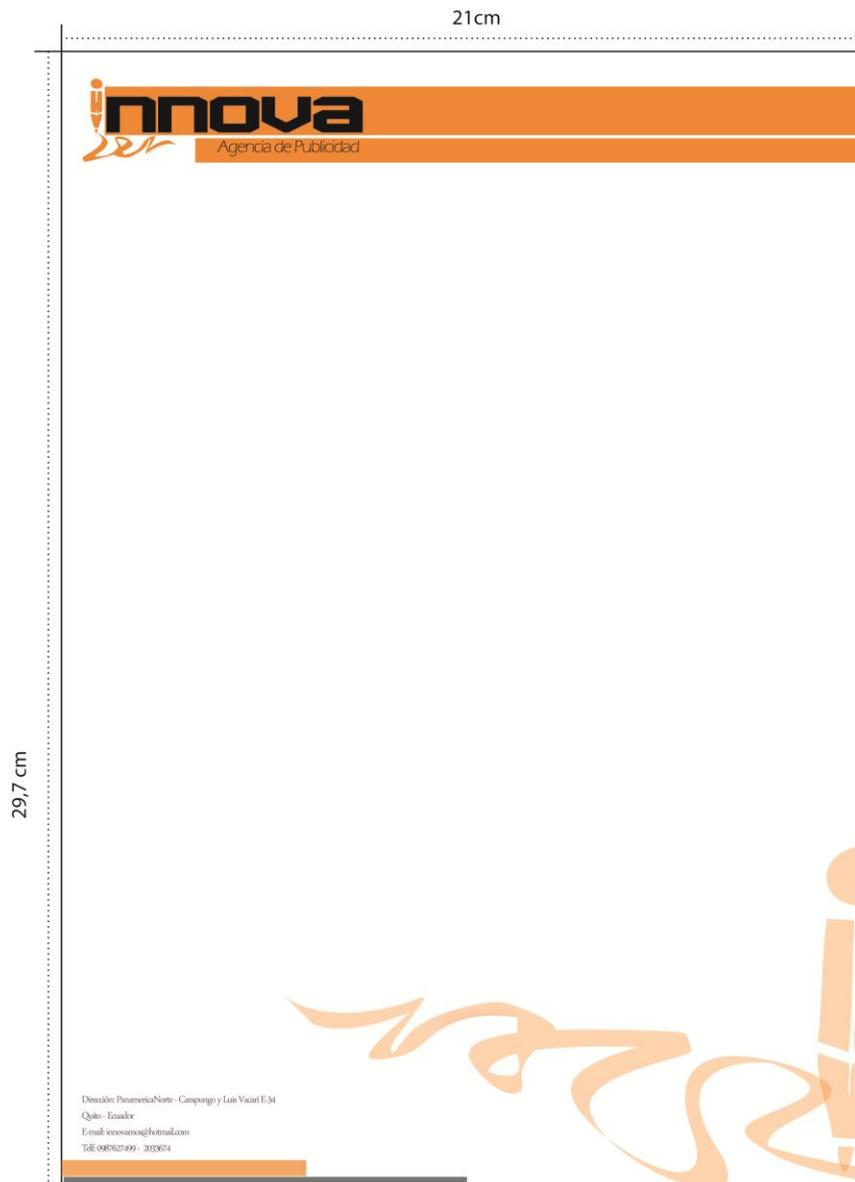


Figura 20 Hoja Membretada

Elaborado por: Jonathan Mosquera

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

2.3.4.12.2 Tarjetas de presentación

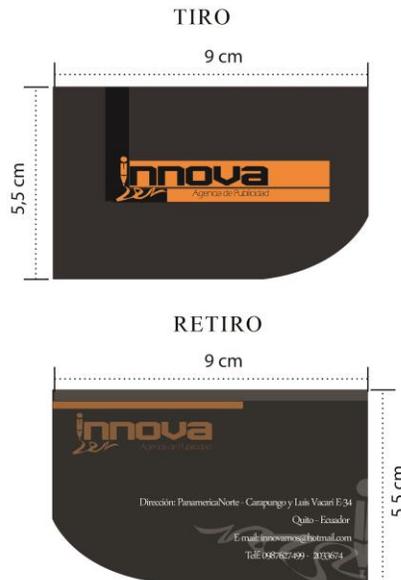


Figura 21 Tarjetas de presentación

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.12.3 Sobre

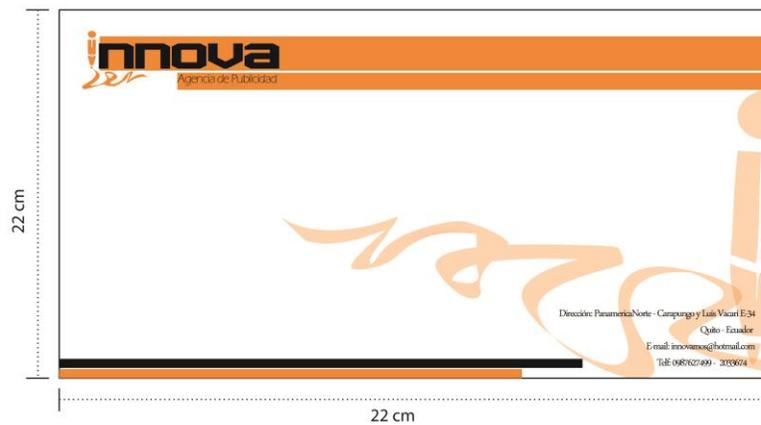


Figura 22 Sobre

Elaborado por: Jonathan Mosquera

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

2.3.4.12.4 Carpeta

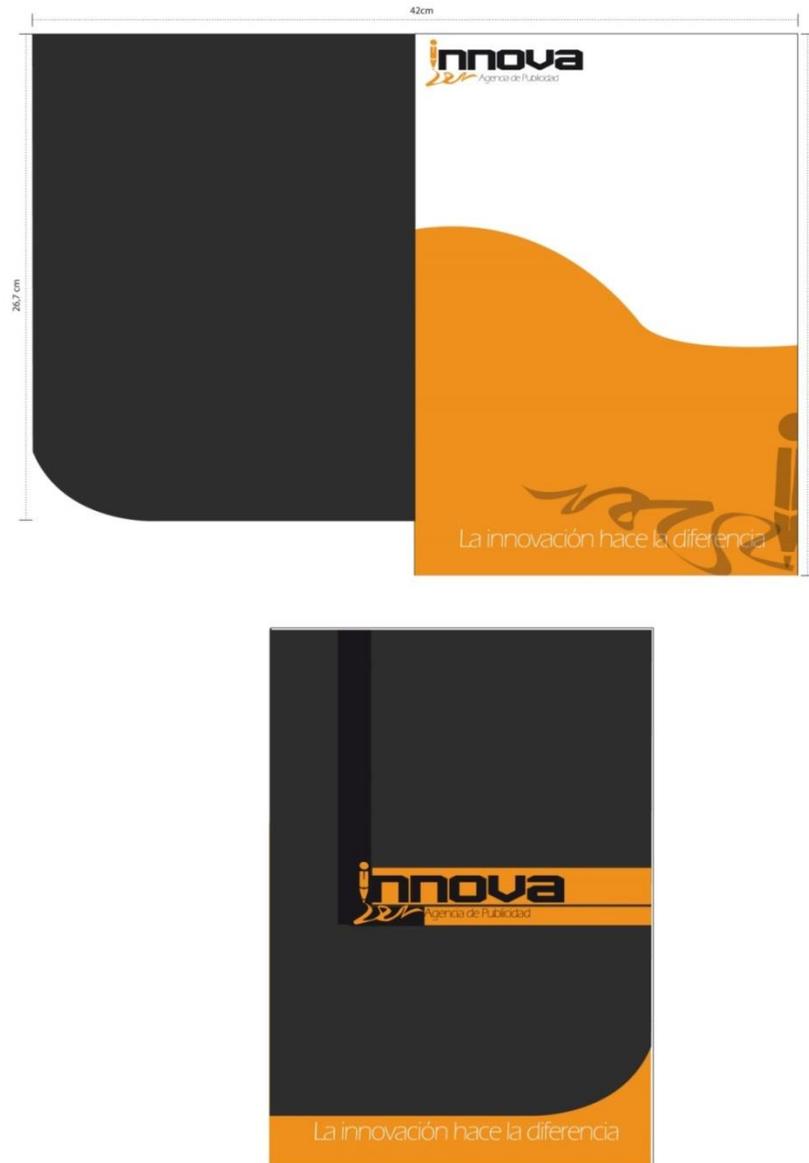


Figura 23 Carpeta

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.13 Comunicación en medios

2.3.4.13.1 Valla



Figura 26 Valla

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.13.2 Roll up



Figura 27 Roll up

Elaborado por: Jonathan Mosquera

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

2.3.4.13.3 Rotulo



Figura 28 Rotulo

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.13.4 Señalética



Figura 29 Señalética

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.14 Material pop

2.3.4.14.1 Gorra



Figura 30 Gorra

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.14.2 Jarro



Figura 31 Jarro

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.14.3 Esferos



Figura 32 Esfero

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.14.4 Llaveros



Figura 33 Llaveros

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.14.5 Camiseta



Figura 34 Camiseta

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.14.6 Cd impreso



Figura 35 Cd Impreso

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.3.4.14.7 Publicidad en bus



Figura 36 bus

Elaborado por: Jonathan Mosquera

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

2.3.4.14.8 Publicidad en automóvil



Figura 37 automovil

Elaborado por: Jonathan Mosquera

2.4 Análisis FODA

Es una herramienta que una empresa la puede aplicar para poder definir “ FORTALEZAS – OPORTUNIDADES – DEBILIDADES – AMENZAS” que puede tener la empresa en las cuales se las puede corregir o aprovechar según la dificultad que se encuentre después de aplicar de manera correcta el siguiente análisis.

Tabla 14

Foda

	ALTO	MEDIO	BAJO
FORTALEZAS			
Buena condición financiera	X		
Buena estrategia creativa	X		

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



Servicio de calidad al cliente	X		
Talento Humano	X		
Personal comprometido con la empresa	X		
Mantener excelentes proveedores		X	
Amplio equipo de trabajo	X		
Capacitación al grupo de trabajo		X	
Profesionalismo	X		
Visión creativa	X		
Buena comunicación con el grupo de trabajo	X		
Amplia innovación por parte del equipo de trabajo	X		
Equipo de trabajo con mayor creatividad para un servicio eficaz		X	
Alta calidad de trabajos	X		
Tecnología adecuada	X		
Organización y dirección de la Agencia	X		
Promover los servicios de la Agencia por medio de internet		X	
OPORTUNIDADES			
Capacitaciones hacia los empleadores	X		
Modernización de equipos y maquinaria	X		
Costos moderados por servicios dados	X		
Fomentar empleo en la sociedad		X	

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Servicios a grandes empresas las cuales permitan crecer en el campo laboral		X	
Empresas de la competencia desatendidas en el mercado		X	
Diversificar los servicios de acuerdo a las necesidades de las personas de la localidad		X	
alianzas con empresas para tener un mayor posicionamiento en el mercado	X		
Alto índice de personas que necesitan servicios de la empresa	X		
Variedad de proveedores de equipos tecnológicos		X	
capacitación para crecer rápidamente en el mercado	X		
Llegar a los clientes por medios de artes publicitarios emitidos en internet		X	
DEBILIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO
Poco posicionamiento en mercado		X	
Dependencia de proveedores		X	
Falta de recursos publicitarios impresos para el conocimiento de la empresa	X		
Poca experiencia en el ámbito laboral	X		
Ser una empresa nueva en el mercado	X		
Poco conocimiento sobre estudios de factibilidad	X		
Poco interés por los clientes hacia la empresa		X	

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Deficiencia de maquinaria operativa		X	
Poco profesionalismo por parte de los empleados		X	
AMENAZAS	X		
Cambio constantes en necesidades y gustos		X	
Nuevos competidores en el mercado	X		
Competidores ya posicionados en el mercado		X	
Dessfavorable de la situación económica en el país	X		
Poco o nulo fomento del sector Diseño Grafico	X		
Perdida de personal capacitado	X		
Incremento en costos de equipos tecnológicos para publicidad	X		
Demora en posicionamiento del mercado			
Baja asistencia por parte de personas naturales y jurídicas	X		
Agencias de gran prestigio	X		
Competencia no analizada por la Agencia	X		

Elaborado por: Jonathan Mosquera

CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Análisis del consumidor

3.1.1 Metodología

Trata al conjunto de procedimientos utilizados para alcanzar una gama de objetivos que en si están involucrados con el proyecto, en este caso el objetivo principal del mismo es aportar al país creando fuentes de ingreso disminuyendo el desempleo en la ciudadanía.

3.1.2 Técnicas de obtención de información

Para realizar el presente estudio de factibilidad se utilizara técnicas de información tales como:

Encuesta:

Este tipo de técnica ayudara a obtener información real de personas naturales y jurídicas ya que de esta manera se tomara en cuenta sus edades, gustos, y demanda insatisfecha en cuanto a los servicios en diseño grafico

3.1.3 Herramientas de investigación

En el presente proyecto hemos utilizado dos tipos de fuentes de información que son :

Primario: Se realizara un modelo de encuesta las cuales serán tabuladas para obtener un resultado de las encuestas sobre el proyecto.

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Secundario: Se realizara investigación en las diferentes sitios web donde se pueda encontrar u obtener información sobre el proyecto .

3.1.4 Determinación de la población y muestra

3.1.4.1 Población

Un conjunto de personas que habitan en una área o espacio geográfico en la cual viven una o más personas

Se ha tomado en cuenta a personas naturales y jurídicas las cuales tengan la necesidad de obtener los servicios de una Agencia Publicitaria, específicamente en todo lo que se refiere a diseño gráfico, la cual será ubicada en el sector norte de Quito "Carapungo".

Datos

Nivel de confianza (Z) = 1.96

Porcentaje de error (e) = 0.06

Universo (N) =70.000

Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5

Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

3.1.4.2 Fórmula

$$n = \frac{(Z^2 \times p \times q \times N)}{(N \times e^2) + (Z^2 \times p \times q)}$$

Datos Reemplazados

$$n = \frac{(1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 70.000)}{(70.000 \times 0.0036) + (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{(3.84 \times 0.25 \times 70.000)}{(70.000 \times 0.0036) + (3.84 \times 0.25)}$$

$$n = \frac{(67.200)}{(252) + (0,96)}$$

$$n = \frac{(67.200)}{(252,96)}$$

$$n = 265 /$$

3.1.5 Modelo de Encuesta

Encuesta

Reciba un cordial saludo y a la vez un agradecimiento por su colaboración con esta encuesta.

Sector

Edad:

Fecha:

- ¿Tiene conocimiento de la publicidad y el Diseño Gráfico?

Sí

No

- ¿Está de acuerdo en la creación de una Agencia de Publicidad en el sector norte de Quito "Carapungo" ?

Sí

No

- ¿Tiene conocimiento de alguna Agencia de Publicidad ubicada por el sector de "Carapungo"?

Sí

No

Nombre de la Agencia

- ¿Cuál de los siguientes servicios publicitarios cree que tiene más demanda por los clientes?

1. Estrategias de Marketing
2. Campañas publicitarias
3. Imagen corporativa

➤ ¿Cuál de las siguientes opciones escogería para realizar su imagen corporativa?

Agencia Publicitaria Imprenta por
que _____

➤ ¿Al momento de escoger entre precio y calidad de un servicio de diseño gráfico. cual escogería y porque?

➤ ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que le informen acerca de un nuevo local de publicidad?.

- | | |
|-------------|------------------------|
| 1. Internet | 3. Radio |
| 2. Revista | 4. Tv |
| 3. Prensa | 5. Publicidad Exterior |

¿De las agencias de publicidad que tiene conocimiento cree que los costos por trabajos han sido accesibles?

Sí No



- ¿Cada que tiempo tiene la necesidad de obtener los servicios de una agencia de publicidad?

Semanal

mensual

trimestral

anual

- ¿Qué tipo de mecanismo le gustaría que se aplique para incentivar a los clientes a elegir a la Agencia como opción principal para realizar sus trabajos?

1. Puntualidad en entrega de trabajos
2. Costos moderados
3. Presentación satisfactorio

3.1.6 Tabulación

Pregunta 1

¿Tiene conocimiento de publicidad y Diseño Gráfico?

Tabla 15

Resultado de la encuesta, pregunta 1

Variable	Número	Porcentaje
SI	263	99%
NO	2	1%
TOTAL ENCUESTAS	265	100%

Elaborado por: Jonathan Mosquera



Figura 38 *Resultado de la encuesta, pregunta 1 en porcentajes*

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Interpretación:

El 99% de las personas naturales y jurídicas encuestadas manifiestan que tienen conocimiento de Publicidad y Diseño Gráfico, el 1% no tiene conocimiento de la misma.

Pregunta 2

¿Está de acuerdo en la creación de una Agencia de Publicidad en el sector norte de Quito "Carapungo"?

Tabla 16

Resultado de la encuesta, pregunta 2

Variable	Número	Porcentaje
SI	260	98 %
NO	5	2%
TOTAL ENCUESTAS	265	100%

Elaborado por: Jonathan Mosquera

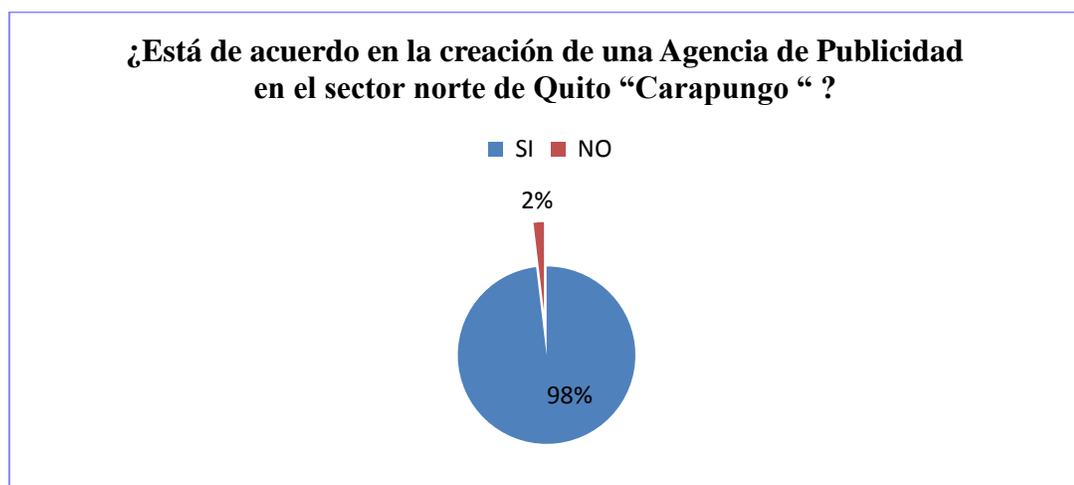


Figura 39 Resultado de la encuesta, pregunta 2 en porcentajes

Interpretación:

El 98% de las personas naturales y jurídicas encuestadas manifiestan que están de acuerdo en la creación de una Agencia de Publicidad, tomando en cuenta al 2% de personas que no están de acuerdo con la creación de la misma.

Pregunta 3

¿Tiene conocimiento de alguna Agencia de Publicidad ubicada por el sector de "Carapungo"?

Tabla 17

Resultado de la encuesta, pregunta 3

Variable	Número	Porcentaje
SI	2	1%
NO	263	99%
TOTAL ENCUESTAS	265	100%

Elaborado por: Jonathan Mosquera

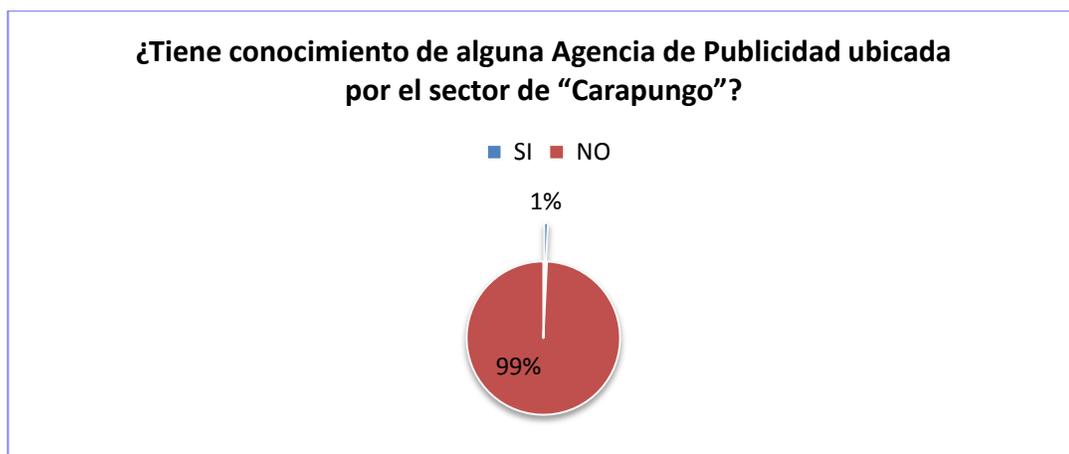


Figura 40 Resultado de la encuesta, pregunta 3 en porcentajes

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Interpretación

El 1 % de las personas naturales y jurídicas encuestadas manifiestan que tienen conocimiento de una Agencia de Publicidad en el sector norte de Quito "Carapungo", el 99% de las personas no tiene conocimiento de la misma .

Pregunta 4

¿Cuál de los siguientes servicios publicitarios cree que tiene más demanda por los clientes?

Tabla 18

Resultado de la encuesta, pregunta 4

Variable	Número	Porcentaje
Estrategias de Marketing	55	21%
<i>Campañas Publicitarias</i>	169	64%
Imagen Corporativa	41	15%
TOTAL ENCUESTAS	265	100%

Elaborado por: Jonathan Mosquera



Figura 41 Resultado de la encuesta, pregunta 4 en porcentaje

Interpretación:

El resultado obtenido luego de las encuestas realizadas a las personas naturales y jurídicas indican en un 64% que Imagen Corporativa tendrá más demanda como servicio utilizado por los clientes

Pregunta 5

¿Cuál de las siguientes opciones escogería para realizar su imagen corporativa?

Tabla 19

Resultado de la encuesta, pregunta 5

Variable	Número	Porcentaje
Agencia Publicitaria	199	75%
Imprenta	66	25%
TOTAL ENCUESTAS	265	100%

Elaborado por: Jonathan Mosquera



Figura 42 Resultado de la encuesta, pregunta 5 en porcentajes

Interpretación:

El 75% de las personas naturales y jurídicas encuestadas indicaron que escogerían como primera opción una Agencia Publicitaria para realizar su Imagen Corporativa, el 25% de personas encuestadas indican como su primera opción una Imprenta

Pregunta 6

¿Al momento de escoger entre precio y calidad de un servicio de diseño gráfico. cual escogería y porque?

Tabla 20

Resultado de la encuesta, pregunta 6

Variable	Número	Porcentaje
Precio	72	27%
Calidad	193	73%
TOTAL ENCUESTAS	265	100%

Elaborado por: Jonathan Mosquera

¿Al momento de escoger entre precio y calidad de un servicio de diseño gráfico. cual escogería y porque?

■ PRECIO ■ CALIDAD

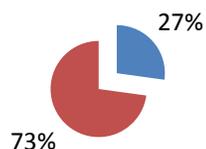


Figura 43 Resultado de la encuesta, pregunta 6 en porcentajes

Interpretación:

El 27 % de las personas naturales y jurídicas encuestadas manifiestan que escogerían como opción principal el precio o valor que tenga el servicio que reciban de una agencia de publicidad, en cuanto al 73% indican que escogerían como opción principal la calidad del servicio que adquieran de la misma

Pregunta 7

¿Por qué medio de comunicación le gustaría que le informen acerca de un nuevo local de publicidad?.

Tabla 21

Resultado de la encuesta, pregunta 7

Variable	Número	Porcentaje
Internet	126	48%
Revista	33	12%
Prensa	13	5%

Radio	16	6%
Tv	69	26%
Pub. Exterior	8	3%
TOTAL ENCUESTAS	265	100%

Elaborado por: Jonathan Mosquera

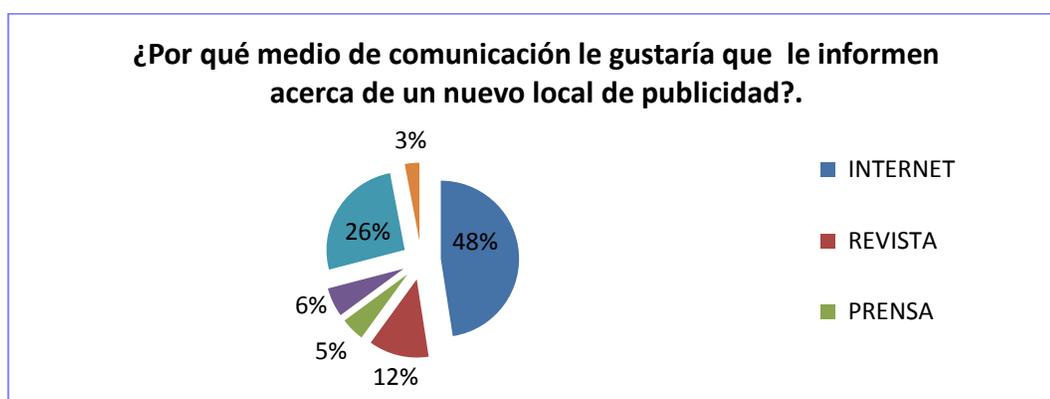


Figura 44 Resultado de la encuesta, pregunta 7 en porcentaje

Interpretación:

El 48% de personas naturales y jurídicas encuestadas manifiestan que les gustaría ser informados de una nueva Agencia de Publicidad por medio de Internet.

Pregunta 8

¿De las agencias de publicidad que tiene conocimiento cree que los costos por trabajos han sido accesibles?

Tabla 22

Resultado de la encuesta, pregunta 8

Variable	Número	Porcentaje
SI	209	79%
NO	56	21%
TOTAL ENCUESTAS	265	100%

Elaborado por: Jonathan Mosquera



Figura 45 Resultado de la encuesta, pregunta 8 en porcentajes

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Interpretación

El 79% de las personas naturales y jurídicas encuestadas han indicado que los costos de los trabajos que han realizado en las diferentes Agencia de Publicidad son accesibles, tomando en cuenta que el 21% de las personas encuestadas creen que no lo han sido.

Pregunta 9

¿Cada que tiempo tiene la necesidad de obtener los servicios de una agencia de

publicidad?

Tabla 23

Resultado de la encuesta, pregunta 9

Variable	Número	Porcentaje
Semanal	83	31%
Mensual	100	38%
Trimestral	52	20%
Anual	30	11%
TOTAL ENCUESTAS	265	100%

Elaborado por: Jonathan Mosquera

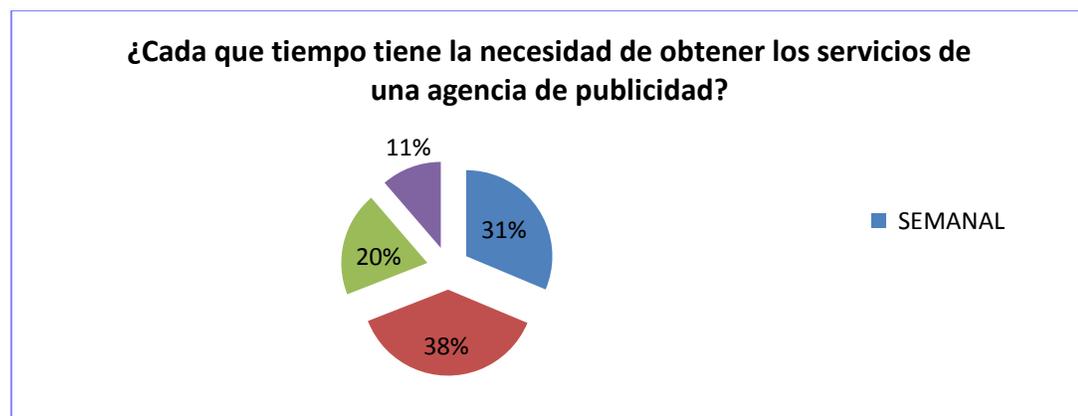


Figura 46 Resultado de la encuesta, pregunta 9 en porcentajes

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Interpretación

El 38% de las personas naturales y jurídicas encuestadas indican que Mensualmente tienen la necesidad de obtener los servicios de una Agencia Publicitaria,.

Pregunta 10

¿Qué tipo de mecanismo le gustaría que se aplique para incentivar a los clientes a la Agencia como opción principal para realizar sus trabajos

Tabla 24

Resultado de la encuesta, pregunta 10

Variable	Número	Porcentaje
Puntualidad en Entrega de Trabajos	65	25%
Precios Moderados	147	55%
Presentación Satisfactoria	53	20%
TOTAL ENCUESTAS	265	100%

Elaborado por: Jonathan Mosquera



Figura 47 Resultado de la encuesta, pregunta 10 en porcentajes

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Interpretación:

El 55% de las personas naturales y jurídicas encuestadas indican que los precios moderados serian un incentivo para los clientes tener como primera opción a la Agencia Publicitaria

3.1.7 Análisis de Información

Se analizaran los resultados de las encuestas para de esta manera obtener información sobre el porcentaje de aceptación del proyecto.

3.2 OFERTA

Conjunto de bienes y servicios que se ofrece en el mercado a un precio justo.

((MURILLO), 2009)

3.2.1 Oferta Histórica

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

El presente proyecto no consta con una oferta histórica ya que será una nueva microempresa en la sociedad.

3.2.2 Oferta Actual

La oferta en la actualidad tiene gran demanda por las personas naturales y jurídicas ya que todos necesitan de un servicio de diseño gráfico, con ayuda de la tecnología se puede brindar un servicio de diseño en un tiempo justo y preciso.

Tabla 25

Oferta Actual

OFERTA ACTUAL		
Año	Oferta Actual	Tasa de crecimiento
2014	526	1,4

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Fuente Tasa de crecimiento, Inec

3.2.3 Oferta Proyectada

Esperando la viabilidad del presente proyecto se debe tener en cuenta la creación de posibles microempresas que se dediquen a brindar los servicios en diseño gráfico, en este caso la empresa tendría que ser más eficaz en sus labores y servicios dispuestos a brindar a sus clientes.

Tabla 26

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Oferta Proyectada

	Oferta	Tasa de
Año	Proyectada	crecimiento
2014	526	1,4
2015	533	1,4
2016	540	1,4
2017	547	1,4

Elaborado por: Jonathan Mosquera

3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS

3.3.1 Productos sustitutos Histórico

Años atrás el diseño gráfico en si no era rentable ya que por la falta de tecnología y maquinaria no había muchas personas que se dediquen a la publicidad y sus derivados ya que no era un proyecto factible .

3.3.2 Productos sustitutos Actual

En la actualidad existe una gran oferta en lo referente a servicios en diseño gráfico ya que se puede encontrar una gran variedad de microempresas que brinden servicios similares con costos accesibles por grandes trabajos.

3.3.3 Productos sustitutos Proyectado

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

En el desarrollo del presente estudio de factibilidad se considera que en el campo laboral de diseño gráfico ira creciendo ya que más de una microempresa saldrá al mercado brindando servicios en lo que se refiere al diseño gráfico para lo cual aumentaran técnicas y maquinarias para realizar un trabajo de calidad para los clientes.

3.4 DEMANDA

3.4.1 Demanda Histórica

Años atrás la demanda por el diseño gráfico era escasa ya que no era muy conocido en el país de esta misma manera los precios por sus servicios eran bajos igual a los conocimientos sobre la publicidad, tomando en cuenta que año tras año sube la demanda por los diferentes servicios en el país.

3.4.2 Demanda Actual

En la actualidad la demanda por los servicio de diseño gráfico ha ido creciendo ya que de la misma manera se han ido incrementado empresas pequeñas, medianas y grandes las cuales necesitan obtener servicios de una Agencia de publicidad tomando en cuenta que se han implementado en el país una diversidad de Agencias de Publicidad ubicadas al norte de la ciudad de Quito las cuales brindan servicios en diseño gráfico, de esta forma el cliente puede tener una gama de opciones donde puede escoger según los servicios que elija.

Tabla 27

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Demanda Actual

Año	Demanda Actual	Tasa de crecimiento
2014	280	6,7

*Elaborado por: Jonathan Mosquera***3.4.3 Demanda Proyectada**

La demanda en el transcurso de cada año ira subiendo ya que nacerán nuevas microempresas las cuales necesitaran adquirir servicios de una Agencia de publicidad de la misma manera los costos se incrementaran por servicios publicitarios, por lo general con el transcurso del tiempo la maquinaria y la tecnología ira mejorando y por ende los trabajos que se realizaran tendrán mayor calidad para las diferentes personas naturales y jurídicas.

Tabla 28

Demanda Proyectada

Año	Demanda Actual	Tasa de crecimiento
2014	280	6,7
2015	298,76	6,7
2016	318,77	6,7
2017	340,13	6,7

*Elaborado por: Jonathan Mosquera***3.5 BALANCE OFERTA-DEMANDA****3.5.1 Balance Actual**

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

En la actualidad en el sector norte existe una oferta de los servicios de diseño gráfico de las diferentes Agencias de publicidad que se encuentran ubicadas en el sector, luego de una análisis se deduce que existe una demanda insatisfecha por los clientes ya que los precios por servicios dados son elevados entregando trabajos de baja calidad de esta manera los clientes se encuentran insatisfechos por lo tanto es factible realizar el proyecto

Tabla 29

Demanda Proyectada

Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2014	526	280	246

Elaborado por: Jonathan Mosquera

3.5.2 Balance Proyectado

Con el transcurso del tiempo se estima que los servicios en diseño gráfico pueda ir creciendo en el ámbito laboral y profesional., brindando a los clientes una gama de opciones de servicios los cuales se acoplen a las necesidades de los mismos, ya que de esta forma tanto la oferta como la demanda subiría, satisfaciendo las necesidades de las personas que necesiten adquirir un servicio en diseño gráfico a un precio moderado.

Tabla 30

Demanda Proyectada

Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2014	526	280	246
2015	533	298	235
2016	540	318	222
2017	547	340	207

*Elaborado por: Jonathan Mosquera***CAPITULO IV: ESTUDIO TECNICO**

El estudio técnico es un proyecto de inversión en el cual se determina los siguientes parámetros:

Calendarización de adquisiciones

Localización y tamaño óptimo de las instalaciones

Métodos para determinar el tamaño de la planta

Métodos de distribución

Métodos de producción

Los parámetros previstos son determinantes para un proyecto de inversión

4.1 Tamaño del proyecto

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

El objetivo del estudio de factibilidad es cubrir la demanda insatisfecha en las personas naturales y jurídicas, se contara con diversos equipos de computación, software, impresoras, el tamaño de las instalaciones serán de 92 m.

4.1.1 Capacidad instalada

La empresa trabajara a un nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores puedan generar permanentemente con la maquinaria e infraestructura adecuada para realizarlos.

4.1.2 Capacidad optima

En la Agencia de Publicidad se realizara una producción óptima con una mayor capacidad la cual nos ayuda a alcanzar una estructura productiva dada, por lo tanto en la gestión empresarial permitirá conocer el grado de uso de cada uno de los recursos de organización.

4.2 Localización

El lugar donde estará ubicado el establecimiento en el cual se implementara una Agencia de Publicidad será en el sector norte de Quito “carapungo”

4.2.1 Localización Macro

El proyecto se desarrollara en la República del Ecuador, situado al norte de pichincha cuya ciudad es Quito.

Tabla 31

Localización Macro

PAIS	Ecuador
PROVINCIA	PICHINCHA
CIUDAD	Quito

Elaborado por: Jonathan Mosquera



Figura 48 *Localización Macro*

Fuente: Wikipedia

Tabla 32

Macro localización

MACROLOCALIZACION			
SECTOR	COMITÉ DEL PUEBLO	CARCELEN	ZABALA
ACCESIBILIDAD	0,8	0,9	0,8
SEGURIDAD	0,5	0,8	0,6

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

MOVILIDAD	0,9	0,8	0,7
SERVICIOS	0,8	0,8	0,8
CRECIMIENTO	1	0,8	0,9
DEMANDA	0,8	0,9	0,9
TOTAL	4,8	5	4,7

Elaborado por: Jonathan Mosquera

4.2.2 Micro localización

La parroquia de Calderón se encuentra ubicada al norte de la ciudad de Quito Provincia de Pichincha, la ubicación se escogido ya que es una zona con una población aproximada de 70.000 personas naturales y jurídicas.

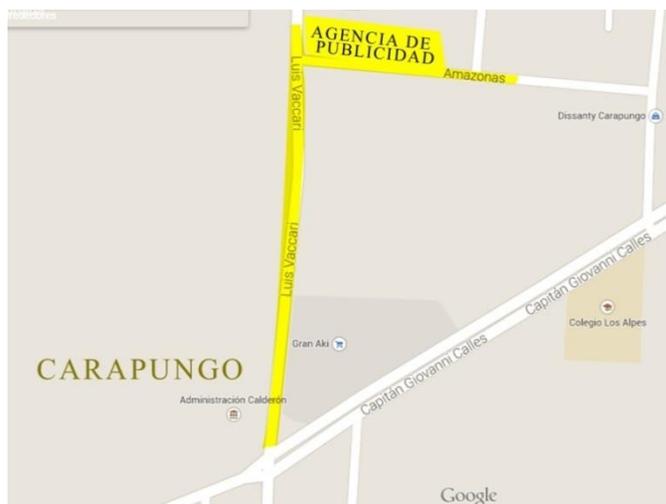


Figura 49 Macro Localización

Fuente: Google Maps

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Tabla 33

Micro localización

MICROLOCALIZACIÓN			
SECTOR	San Jose De Moran	Calderón	Marianitas
ACCESIBILIDAD	0,95	0,9	0,9
SEGURIDAD	0,8	0,85	0,9
MOVILIDAD	0,9	0,8	0,8
SERVICIOS	0,8	0,75	0,8
CRECIMIENTO	0,9	0,8	0,9
DEMANDA	0,8	0,9	0,9
TOTAL	5,15	5	5,2

*Elaborado por: Jonathan Mosquera***4.2.3 Localización optima**

En el análisis de la localización optima se ha tomado en cuenta los factores cualitativos y cuantitativos, con el propósito de determinar el lugar físico donde debería estar ubicado el proyecto.

4.3 Ingeniería del producto**4.3.1 Definición del ByS (Bienes y Servicios)**

En la ingeniería del producto se define el diseño del producto como también minimizar los procesos de realización del mismo, es indispensable estar atentos a las modificaciones que requiere el cliente.

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Por lo general la ing. Del producto se comprende con optimizar el tiempo de producción, su costo, su factibilidad de producción, su calidad y su confiabilidad.

Por lo general el cliente busca obtener un producto con estas características, por lo tanto el objetivo del proyecto es poder posicionarse de mejor manera en el ámbito laboral

4.3.2 Distribución de la planta

La distribución de planta tiene como objetivo la determinación de los espacios de trabajo, maquinaria, plantas de almacenamiento para distribuirse organizadamente para lo cual de esta manera se lograra tener una gran fluidez con el espacio de trabajo tanto con el grupo de trabajo como con los clientes

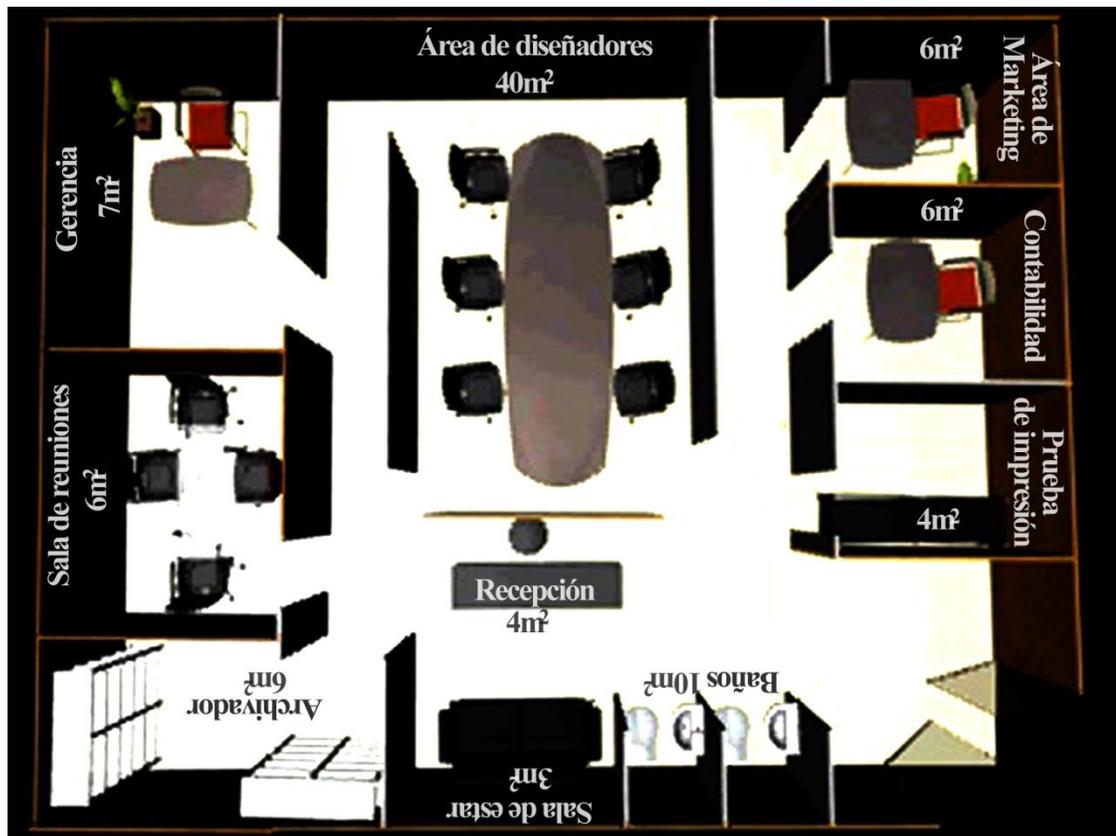


Figura 50 Dimensiones de Planta

Elaborado por: Jonathan Mosquera

4.3.3 Proceso productivo

El proceso productivo será empleado, debido a que la empresa se dedicara a brindar los servicios de diseño gráfico.

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

El ritmo de producción será acelerado y las operaciones se realizarán sin interrupciones.

Proceso

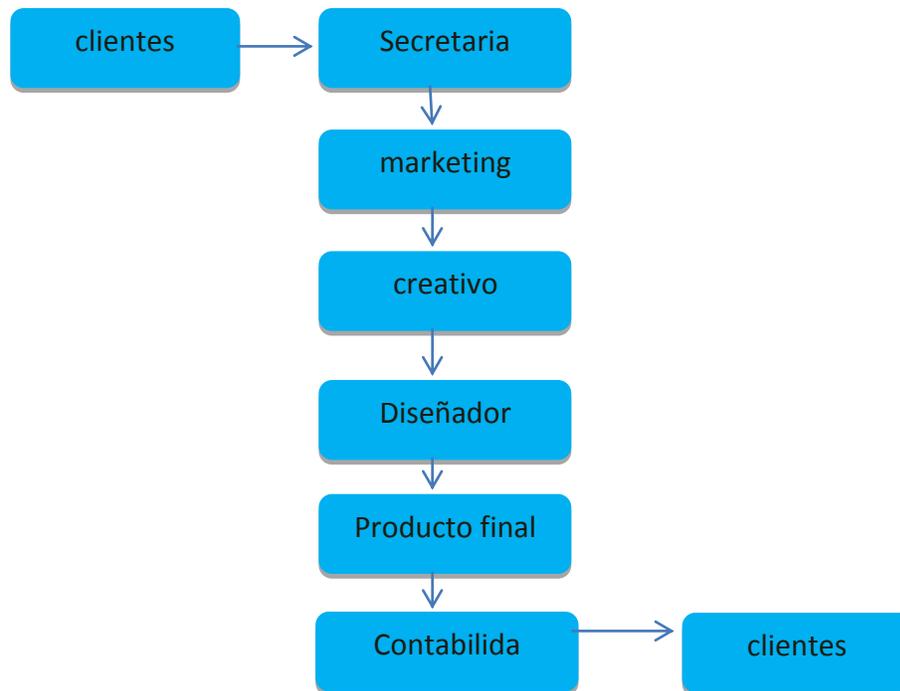


Figura 51 Proceso Productivo

Elaborado por: Jonathan Mosquera

4.3.4 Maquinaria

Las máquinas que se utilizarán en la Agencia de Publicidad tendrán el propósito de aumentar favorablemente la velocidad de producción de trabajo.

Para de esta manera lograr cumplir con el objetivo del proyecto el cual es poder brindar un buen trabajo a tiempo a las personas naturales y jurídicas

Tabla 34

Maquinaria

MAQUINARIA			
Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
SOFTWARE ADOBE	4	10,00	40,00
TABLET WACOM	2	200,00	400,00
MONITORES	1	370,00	370,00
CAMARA PROFESIONAL	1	480,00	480,00
MOUSE OPTICO	2	10,00	20,00
TV LED 42 PLG	1	1.000,00	1.000,00
DISCO DURO 1TB	1	78,00	78,00
FLASH MEMORI	3	10,00	30,00
TECLADOS GENIUS	2	15,00	30,00
TOTAL	17	2.173,00	2.448,00

Elaborado por: Jonathan Mosquera

4.3.5 Equipos

Tabla 35

Equipos

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Elaborado por: Jonathan Mosquera

EQUIPOS DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
CALCULADORA	2	8,00	16,00
TELEFONO INALAMBRICO	2	12,50	25,00
CELULAR	1	35,00	35,00
TOTAL	5	55,50	76,00

Tabla 36

Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACION

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
CLON PENTIUN 4	5	450,00	2.250,00
INFOCUS	1	380,00	380,00
IMPRESORA CANNON	1	150,00	150,00
FAX CANNON	1	50,00	50,00
SCANNER CANNON	1	150,00	150,00
TOTAL	9	1.180,00	2.980,00

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Tabla 37

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

*Estanterías y Exhibidores***ESTANTERIAS / EXHIBIDORES**

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
ESTANTERIAS	2	120,00	240,00
LOCKER 6 PUERTAS	1	300,00	300,00
TOTAL	3	420,00	540,00

*Elaborado por: Jonathan Mosquera**Tabla 38**Muebles y Enseres***MUEBLES Y ENSERES**

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
ESCRITORIO DE OFICINA	4	135,00	540,00
ARCHIVADOR LIBRERO	2	95,00	190,00
SILLA DE ESPERA 3 PUESTOS	2	100,00	200,00
SILLAS DE OFICINA	12	25,00	300,00
MESA PARA EQUIPOS DE COMPUTO	1	125,00	125,00
MESA DE REUNION			0,00
TOTAL	21	480,00	1.355,00

Elaborado por: Jonathan Mosquera

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

Son ingresos que se obtendrán hacia la empresa dependiendo de la cantidad de servicios o trabajos que realice la empresa en un tiempo determinado.

Tabla 39

Ingresos Operacionales y No Operacionales

	Producción de ventas diarias	Producción de ventas semanales	Producción de ventas mensuales	Producción de ventas anuales
Valor	34,782	173,91	15.000.000	180.000.000

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.2 COSTOS

5.2.1 Costo Directo

Los costos directos son aquellos que tienen relación directa con la elaboración del producto que brinda la empresa.

Tabla 40

Mano de obra directa

		Valor	TOTAL	TOTAL
Descripción	Cantidad	Unitario	MENSUAL	ANUAL
DISEÑADOR	3	400,00	1.200,00	14.400,00

SECRETARIA	1	280,00	280,00	3.360,00
TOTAL			1.480,00	17.760,00

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.2.2 Costos Indirectos

Son costos que tienen relación indirectamente con la creación del servicio o producto de la Agencia.

Tabla 41

Costos Indirectos

		Valor	TOTAL	TOTAL
Descripción	Cantidad	Unitario	MENSUAL	ANUAL
Luz Eléctrica	1	40,00	40,00	480,00
Teléfono	1	30,00	30,00	360,00
Internet	1	35,00	35,00	420,00
Varios – Imprevistos	1	40,00	40,00	480,00
TOTAL	4	145,00	145,00	1.740,00

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.2.3 Gastos Administrativos

Son egresos de la empresa lo cuales tienen relación con las personas que ejercen su labor diaria en la empresa.

5.2.3.1 Sueldos y Salarios

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Tabla 42

Sueldos y Salarios

		Valor	TOTAL	TOTAL
Descripción	Cantidad	Unitario	MENSUAL	ANUAL
GERENTE	1	450,00	450,00	5.400,00
DISEÑADOR	3	400,00	1.200,00	14.400,00
SECRETARIA	1	280,00	280,00	3.360,00
Decimo cuarto sueldo	1	330,00	330,00	330,00
Decimo tercer sueldo	1	330,00	330,00	330,00
TOTAL	7	1.890,00	2.590,00	23.820,00

*Elaborado por: Jonathan Mosquera***5.2.3.2 Suministro de Oficina y Limpieza**

Los suministros de oficio y limpieza son insumos diarios que utilizara la empresa para brindar un buen servicio

Tabla 43

Suministros de Oficina y Limpieza

		Valor	TOTAL	TOTAL
Descripción	Cantidad	Unitario	MENSUAL	ANUAL
Suministros de Oficina	1	50,00	50,00	600,00
Suministros de Limpieza	1	30,00	30,00	360,00
TOTAL	2	80,00	80,00	960,00

Elaborado por: Jonathan Mosquera

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

5.2.3.3 Servicios Básicos

Son gastos indirectos de la empresa ya que no tiene relación con las funciones operacionales dentro de la empresa.

Tabla 44

Servicios Básicos

Descripción	Cantidad	Valor	TOTAL	TOTAL
		Unitario	MENSUAL	ANUAL
Agua Potable	1	15,00	15,00	180,00
Luz Eléctrica	1	40,00	40,00	480,00
Teléfono	1	30,00	30,00	360,00
Internet	1	35,00	35,00	420,00
Varios – Imprevistos	1	40,00	40,00	480,00
TOTAL	5	160,00	160,00	1920

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.3.3.4 Local Comercial

Tabla 45

Local Comercial

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
	m2	Unitario	Total
OFICINAS	25	13,50	337,50
COMEDOR	3	13,50	40,50
BAÑOS	10	13,50	135,00

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



SALA DE REUNIONES	6	13,50	81,00
RECEPCION	4	13,50	54,00
AREA DE DISEÑADORES	40	13,50	540,00
AREA DE IMPRESIÓN DE			
PRUEBA	4	13,50	54,00
			0,00
TOTAL	92	94,50	1.242,00

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.2.4 Costo de Ventas

Tabla 46

Costo de Ventas

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

Descripcion	Cantidad	Valor		TOTAL	TOTAL
		Unitario	MENSUAL	ANUAL	
FAN PAGE	1	30,00	30,00	360,00	
MAILING	1	40,00	40,00	480,00	
TARJETAS DE PRESENTACION	200	0,20	40,00	480,00	
CRPETAS	200	0,30	60,00	720,00	
CDS IMPRESOS	150	0,50	75,00	900,00	
TOTAL			245,00	2.940,00	

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.2.5 Costos Financieros

Son intereses de corto o largo plazo los cuales se deben pagar por un capital obtenido en un préstamo bancario

Tabla 47

Costos Financieros

Periodo	Interés mensual préstamo
0	0,00
1	58,79
2	56,56
3	54,30

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



4	52,03
5	49,74
6	47,43
7	45,11
8	42,76
9	40,40
10	38,02
11	35,62
12	33,20
13	30,77
14	28,31
15	25,83
16	23,34
17	20,83
18	18,29
19	15,74
20	13,17
21	10,58
22	7,96
23	5,33
24	2,67

Elaborado por: Jonathan Mosquera

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

5.2.6 Costos Fijos y Variables

Costos fijos son valores de pago que se pagaran en un tiempo determinado ya que no tiene relación con la producción de la empresa.

Costos variables son pagos que se cancelaran dependiendo de la producción que tenga la empresa estos pagos varían dependiendo de la producción que se obtenga.

Tabla 48

Costos Fijos

		Valor	TOTAL	TOTAL
Descripcion	Cantidad	Unitario	MENSUAL	ANUAL
GASTOS				
ADMINISTRATIVOS	7	1.890,00	2.590,00	23.820,00
GASTO VENTAS	552	71,00	245,00	2.940,00
TOTAL	559	1961,00	2835,00	26.760,00

Elaborado por: Jonathan Mosquera



Tabla 49

Costos Variables

DESCRIPCION	COSTO	CANTIDAD	VALOR EN STOCK	PRECIO	INGRESOS	M.C.	% RENTAB.	COSTO %
CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	1000	1	1000	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 7.000,00	700,00%	12,50%
IDENTIDAD CORPORATIVA	300	1	300	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 700,00	233,33%	30,00%
LOGOS	50	1	50	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 100,00	200,00%	33,33%
FACTURAS	20	1	20	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 30,00	150,00%	40,00%
TARJETAS DE PRESENTACION	15	1	15	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 20,00	133,33%	42,86%
CARPETAS	15	1	15	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 25,00	166,67%	37,50%
SEÑALETICA	15	1	15	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 15,00	100,00%	50,00%



REVISTAS	30	1	30	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 20,00	66,67%	60,00%
TRIPTICOS	20	1	20	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 25,00	125,00%	44,44%
DIPTICOS	15	1	15	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 15,00	100,00%	50,00%
FLYERS	10	1	10	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 15,00	150,00%	40,00%
PAGINAS WEB	100	1	100	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 200,00	200,00%	33,33%
ANIMACION FLASH	100	1	100	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 150,00	150,00%	40,00%
ILUSTRACIONES	70	1	70	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 110,00	157,14%	38,89%
ROLL UP	50	1	50	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 150,00	300,00%	25,00%
MAILINGS	40	1	40	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 110,00	275,00%	26,67%
FANPAGE	30	1	30	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 120,00	400,00%	20,00%
VALLAS	100	1	100	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 300,00	300,00%	25,00%

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO



TOTAL	0	18	1980	0	11085	9105	3907,14%	649,52%
-------	---	----	------	---	-------	------	----------	---------

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.3 Inversiones

Se trata de inversión cuando se destina el dinero para la compra de bienes con los cuales podemos producir otros bienes.



5.3.1 Inversión Fija

Tabla 50

Inversión Fija

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	0,00					0,00
Equipo y maquinaria	-2.448,00					1.224,00
Muebles y Enseres	-1.355,00					677,50
Estanterías	-540,00					270,00
Equipos de Oficina	-236,00					118,00
Equipos de Computación	-2.980,00			-2.980,00		993,33
TOTAL	-7.559,00	0,00	0,00	-2.980,00	0,00	3.282,83

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.3.1.1 Activos Fijos

Los activos fijos de la empresa son tangibles los cuales son de gran importancia para la producción y funcionamiento de la empresa.

5.3.2 Capital de Trabajo

Son fondos económicos que utilizara la empresa para lograr obtener utilidades con los cuales cubrirá costos y gastos que necesite la empresa.

Tabla 51

Capital de Trabajo

Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	TOTAL
Sueldos Personal	1.130,00	1.130,00	1.130,00	3.390,00
Servicios Básicos	120,00	120,00	120,00	360,00
Mantenimiento	100,00	100,00	100,00	300,00
TOTAL	1.350,00	1.350,00	1.350,00	4.050,00

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Se obtendrá financiamiento propio y externo ya que se financiara una parte del proyecto con una entidad bancaria.

Tabla 52

Fuentes de Financiamiento

Descripción	%	Valor
Cap. Propio	: 35%	4.063,15
Financiamiento	: 65%	7.545,85

*Elaborado por: Jonathan Mosquera***5.3.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)**

Se realizara un financiamiento por medio de una entidad bancaria.

Tabla 53

Amortización de Financiamiento

Inversión		
:	100%	11.609,00
Cap. Propio		
:	35%	4.063,15



Financiamiento

: 65% 7.545,85

Plazo

: 24 MESES

Interes

: 19% 0,78%

Pagos

: MENSUAL

Periodo	Saldo	Interes	Cuota	Capital	Saldo
			Fija		Insoluto
0	7.545,85	0,00	0,00	0,00	7.545,85
1	7.545,85	58,79	345,94	287,15	7.258,70
2	7.258,70	56,56	345,94	289,39	6.969,32



3	6.969,32	54,30	345,94	291,64	6.677,68
4	6.677,68	52,03	345,94	293,91	6.383,76
5	6.383,76	49,74	345,94	296,20	6.087,56
6	6.087,56	47,43	345,94	298,51	5.789,05
7	5.789,05	45,11	345,94	300,84	5.488,21
8	5.488,21	42,76	345,94	303,18	5.185,03
9	5.185,03	40,40	345,94	305,54	4.879,49
10	4.879,49	38,02	345,94	307,92	4.571,56
11	4.571,56	35,62	345,94	310,32	4.261,24
12	4.261,24	33,20	345,94	312,74	3.948,50
13	3.948,50	30,77	345,94	315,18	3.633,32
14	3.633,32	28,31	345,94	317,63	3.315,69
15	3.315,69	25,83	345,94	320,11	2.995,58
16	2.995,58	23,34	345,94	322,60	2.672,98



17	2.672,98	20,83	345,94	325,12	2.347,86
18	2.347,86	18,29	345,94	327,65	2.020,21
19	2.020,21	15,74	345,94	330,20	1.690,01
20	1.690,01	13,17	345,94	332,78	1.357,23
21	1.357,23	10,58	345,94	335,37	1.021,86
22	1.021,86	7,96	345,94	337,98	683,88
23	683,88	5,33	345,94	340,61	343,27
24	343,27	2,67	345,94	343,27	0,00

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

En este punto se determina el tiempo de depreciación o desgaste de un bien tangible dependiendo de su vida útil.

Tabla 54



Depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	0,00	5	0,00	0,00	0,00	0,00	<u>0,00</u>
Infraestructura	1.242,00	20	62,10	62,10	62,10	62,10	<u>62,10</u>
Equipo y							
maquinaria	2.448,00	10	62,10	62,10	62,10	62,10	<u>62,10</u>
Muebles y Enseres	1.355,00	10	135,50	135,50	135,50	135,50	<u>135,50</u>
Estanterías	540,00	10	54,00	54,00	54,00	54,00	<u>54,00</u>
Equipos de Oficina	236,00	10	23,60	23,60	23,60	23,60	<u>23,60</u>
Equipos de							
Computación	2.980,00	5	596,00	596,00	596,00	596,00	<u>596,00</u>
							-
TOTAL	8.801,00		933,30	933,30	933,30	933,30	<u>933,30</u>

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

El resultado proyectado nos indica determinadamente los datos obtenidos sobre el ejercicio económico realizado de la empresa.

Tabla 55

Resultados Proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	37.800,00	38.934,00	47.888,82	49.325,48	50.805,25
(-) Costo de Ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Bruta en Ventas	37.800,00	38.934,00	47.888,82	49.325,48	50.805,25
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	27.633,30	30.396,63	33.436,29	36.779,92	40.457,91
Gastos de Ventas	2.940,00	3.234,00	3.557,40	3.913,14	4.304,45
Gastos Financieras	553,97	202,82	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	6.672,73	5.100,55	10.895,13	8.632,42	6.042,88
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00



(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	6.672,73	5.100,55	10.895,13	8.632,42	6.042,88
(-) 15 % Participacion Laboral	1.000,91	765,08	1.634,27	1.294,86	906,43
(=) Utilidad Antes de I.R.	5.671,82	4.335,47	9.260,86	7.337,56	5.136,45
(-) 23% Impuesto a la Renta	1.417,96	1.083,87	2.315,21	1.834,39	1.284,11
(=) Utilidad Neta	4.253,87	3.251,60	6.945,64	5.503,17	3.852,34
(+) Depreciaciones	933,30	933,30	933,30	933,30	933,30
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EXCEDENTE					
(=) OPERACIONAL	5.187,17	4.184,90	7.878,94	6.436,47	4.785,64

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.3.8 Flujo Caja



En este punto se presenta detalladamente los ingresos o egresos de dinero de la empresa en tiempo determinado de 5 años.

Tabla 56

Flujo Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Tot.	-11.609,00			-2.980,00		3.282,83
Excedente						
Operacional		5.187,17	4.184,90	7.878,94	6.436,47	4.785,64
FLUJOS DE						
EFFECTIVO	-11.609,00	5.187,17	4.184,90	4.898,94	6.436,47	8.068,47

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.4 Evaluación

5.4.1 Tasa de descuento

Es una medida de capital financiero para medir el costo actual de un pago que se realizara a futuro

$$\text{TMAR} = i + f + (i \times f)$$

i = inflación

f = costo de
oportunidad

Inflación = 4,19%

Costo de Oportunidad

= 7,00%

TMAR = 0,0419 + 0,070 + (0,0419 x 0,070

TMAR = 0,1119 + 0,003

TMAR = 0,1148

TMAR = 11,48%

5.4.2 VAN (Valor actual neto)

Es un valor financiero que nos indica los ingresos y egresos que nos permiten evaluar la rentabilidad de un nuevo proyecto.

5.4.4 TIR (Tasa interna de retorno)

Es una herramienta financiera que permite evaluar la rentabilidad e inversión de un nuevo proyecto.



$$\begin{aligned}
 \text{VAN} = & -P & + & \text{FNE 1} & + & \text{FNE 2} & + & \text{FNE 3} & + & \text{FNE 4} & + & \text{FNE 5} \\
 & & & (1+i)^1 & & (1+i)^2 & & (1+i)^3 & & (1+i)^4 & & (1+i)^5 \\
 \\
 \text{VAN} = & - & & & & & & & & & & \\
 \text{VAN} = & 11.609,00 & + & 5.187,17 & + & 4.184,90 & + & 4.898,94 & + & 6.436,47 & + & 8.068,47 \\
 & & & 1,114833 & & 1,24285262 & & 1,38557311 & & 1,54468263 & & 1,72206317 \\
 \\
 \text{VAN} = & - & & & & & & & & & & \\
 \text{VAN} = & 11.609,00 & + & 4.652,86 & + & 3.367,17 & + & 3.535,68 & + & 4.166,86 & + & 4.685,35 \\
 \\
 \text{VAN} = & - & & 20.407,92 & & & & & & & &
 \end{aligned}$$



11.609,00 +

VAN = 8.798,92

\$

VAN = 8.798,92

TIR = 36,14%

5.4.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)

Es un método de favoritismo por algunas personas a la hora de evaluar los diferentes proyectos de inversión, esto es factible para el cálculo de periodo de recuperación de inversión.

Tabla 57

Periodo de Recuperación de la inversión

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
Actualizado					
0	-11.609,00	-11.609,00	1,00	-11.609,00	-11.609,00
1	5.187,17	-6.421,83	0,90	4.652,86	-6.956,14
2	4.184,90	-2.236,93	0,80	3.367,17	-3.588,96
3	4.898,94	2.662,01	0,72	3.535,68	-53,28
4	6.436,47	9.098,48	0,65	4.166,86	4.113,57
5	8.068,47	17.166,95	0,58	4.685,35	8.798,92

Elaborado por: Jonathan Mosquera

5.4.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio ayuda a determinar los ingresos, costos, gastos, la utilidad y pérdida ya que es un parámetro de medición proyectada a futuro el cual cubrirá los diferentes costos fijos y variables.

$$PE = CF$$

p - Cvu

$$PE = \frac{31.127,27}{21,4313} = 1.452,42 \text{ Unidades}$$

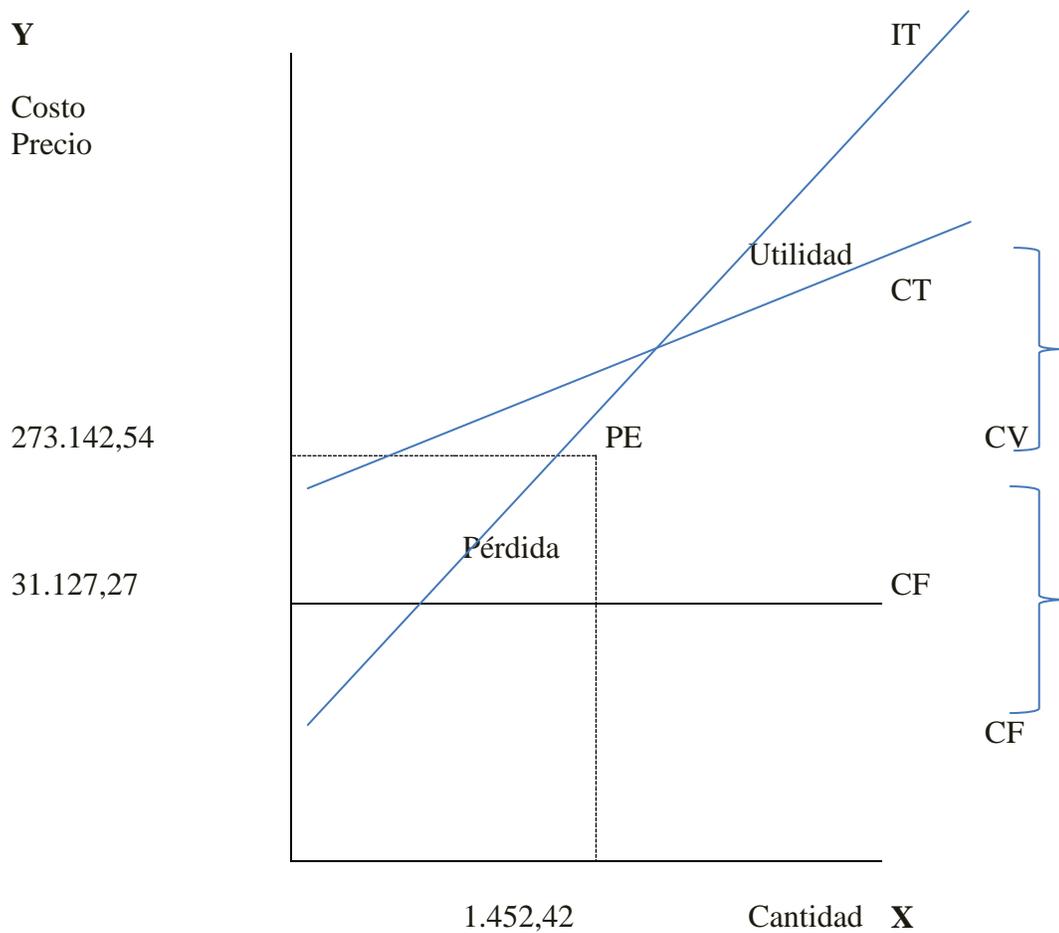


Figura 52 Punto de Equilibrio

5.4.6.1 Período de recuperación

Tabla 58

Período de Recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
Actualizado					
0	-11.609,00	-11.609,00	1,00	-11.609,00	-11.609,00
1	5.187,17	-6.421,83	0,90	4.652,86	-6.956,14
2	4.184,90	-2.236,93	0,80	3.367,17	-3.588,96
3	4.898,94	2.662,01	0,72	3.535,68	-53,28
4	6.436,47	9.098,48	0,65	4.166,86	4.113,57
5	8.068,47	17.166,95	0,58	4.685,35	8.798,92

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Tabla 59

Período de Recuperación año 1

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES		
Inversión a		
	Ingresos	Recuperar
AÑO 1	4.184,90	-6.421,83

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

1 mes	348,74	-6.073,09
2 mes	348,74	-5.724,35
3 mes	348,74	-5.375,61
4 mes	348,74	-5.026,87
5 mes	348,74	-4.678,12
6 mes	348,74	-4.329,38
7 mes	348,74	-3.980,64
8 mes	348,74	-3.631,90
9 mes	348,74	-3.283,16
10 mes	348,74	-2.934,42
11 mes	348,74	-2.585,67
12 mes	348,74	-2.236,93

Elaborado por: Jonathan Mosquera

Tabla 60

Periodo de Recuperación año 2

PERIODO DE

RECUPERACION A

VALORES ACTUALIZADOS

	Inversión a	
	Ingresos	Recuperar
AÑO 2	3.535,68	-3.588,96

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

1 mes	294,64	-3.294,32
2 mes	294,64	-2.999,68
3 mes	294,64	-2.705,04
4 mes	294,64	-2.410,40
5 mes	294,64	-2.115,76
6 mes	294,64	-1.821,12
7 mes	294,64	-1.526,48
8 mes	294,64	-1.231,84
9 mes	294,64	-937,20
10 mes	294,64	-642,56
11 mes	294,64	-347,92
12 mes	294,64	-53,28

Elaborado por: Jonathan Mosquera

PERIODO DE RECUPERACIÓN: 1 AÑOS Y 8 MESES	PRVC
---	------

PERIODO DE RECUPERACIÓN: 2 AÑOS Y 6 MESES	PRVA
---	------

5.4.7 Análisis de índices financieros

5.4.7.1 Indicadores de Rentabilidad

5.4.7.1.1 Rentabilidad sobre el Patrimonio

R.O.E = Utilidad

$$\begin{aligned} & \text{Neta} \\ & \hline & \text{Patrimonio} \\ \text{R.O.E} & = \frac{4.253,87}{4.063,15} \\ \text{R.O.E} & = 1,05 \end{aligned}$$

5.4.7.1.2 Rentabilidad sobre el Activo

$$\begin{aligned} & \text{Utilidad} \\ \text{R.O.A} & = \frac{\text{Neta}}{\text{Activo}} \\ \text{R.O.A} & = \frac{4.253,87}{7.559,00} \\ \text{R.O.A} & = 0,56 \end{aligned}$$

CAPÍTULO VI ANALISIS DE IMPACTOS

6. Análisis de impactos

El proceso de estudio de factibilidad es un análisis sobre los impactos en los diferentes ámbitos que puedan generar el proyecto, los cuales se han detallado las siguientes áreas:

- Ambiental
- Económico

- Productivo

- Social

Los diferentes impactos influirán positiva y negativamente en el proyecto.

6.1 Impacto Ambiental

La agencia de publicidad Alquimia realizara los diferentes artes publicitarios los cuales cubrirán las necesidades de los clientes serán impresos en los diversos tipos de papeles reciclados, ya que la empresa como objetivo es poder ayudar a la sociedad brindando sus servicios y ayudar al planeta cuidando el medio ambiente y apoyando al reciclaje.

6.2 Impacto Económico

En la actualidad en le ámbito financiero en el país se encuentra con una baja demanda en cuanto al desempleo por lo que la agencia de publicidad "INNOVA" mediante vaya creciendo profesionalmente ira fomentando empleo para las diversas personas del país.

En si el proyecto aportara con el plan nacional del bueno vivir apoyando al ingreso de nuevas fuentes de trabajo.

Se obtendrán diferentes ingresos los cuales beneficiaran a los involucrados directos en dicho proyecto de factibilidad.

6.3 Impacto Productivo

En el impacto productivo se contribuirá con la matriz productiva será utilizando materiales reciclables los mismos que se utilizaran en beneficio de la empresa, tales como bocateros e impresiones de los diferentes artes publicitarios, la empresa mediante vaya creciendo y posicionándose en el campo laboral se ira construyendo como una fuente de desarrollo e ingresos para el país.

Obtener la acogida sobre el grupo objetivo brindando servicios con profesionalismo y excelencia al momento de realizar un proyecto o arte publicitario ya que de esta manera se insita al cliente a un pronto regreso al establecimiento para obtener los servicios que brindara la empresa.

6.4 Impacto Social

La agencia de publicidad “INNOVA” busca construir mayores beneficios a las diferentes personas naturales y jurídicas del sector norte de la ciudad de Quito “carapungo”, también fomentar como fuente de empleo directo en el campo laboral para mejorar el estilo de vida de las personas.

fomentar como fuente de empleo directo en el campo laboral para mejorar el estilo de vida de las personas.

Ayudar al desarrollo de las diferente empresas proveedoras pequeñas a obtener un ingreso económico para de esta manera evitar el desempleo en el Ecuador.

CAPÍTULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

- Luego de haber desarrollado un exhaustivo estudio de factibilidad se ha determinado que el presente proyecto que trata de la creación de una Agencia de Publicidad tendrá factibilidad en la realización del mismo en el sector norte de Quito “carapungo”
- Las condiciones en el mercado son aptas para poder realizar la ejecución de dicho proyecto de factibilidad.
- Luego de haber realizado la encuesta en los diferentes lugares aledaños más cercanos a la empresa se ha obtenido un resultado de que el 98% de las personas naturales y jurídicas tienen la necesidad de obtener los servicios de una agencia de publicidad en el sector norte de Quito carapungo.
- En este punto también se ha tomado en cuenta el presente estudio financiero el cual mediante cuadros de valor se ha determinado en cuanto a lo económico la realización del proyecto es factible teniendo consideración las diferentes ganancias por año.

7.2 Recomendaciones

- Se recomienda en el desarrollo del presente estudio de factibilidad plantear de la mejor manera los objetivos a realizarse en el proyecto ya que de los diferentes objetivos previstos partirá dicho proyecto, en el cual se determina la inversión que genera el mismo.

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA LA CUAL BRINDARA LOS SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO UBICADA AL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO CARAPUNGO

- Realizar una inversión económica a futuro en el presente proyecto el cual tendrá como objetivo con dicha inversión realizar capacitaciones para los diferentes trabajadores de la empresa.
- Tomar en cuenta al grupo objetivo para el cual se realizara el proyecto ya que de este punto depende una parte importante para que el proyecto tenga factibilidad al momento de realizarlo.
- Debemos tomar en cuenta como recomendación final que para tener éxito con el proyecto no solo depende del buen desarrollo del mismo sino también de brindar un buen servicio hacia el objetivo que en este caso son los clientes
- **7.3 Referencias Bibliográficas**

<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/05/07/nota/2930876/inflacion-anual-ecuador-se-acelero-323-segun-inec#>

<http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta_y_demanda

<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/05/07/nota/2930876/inflacion-anual-ecuador-se-acelero-323-segun-inec#>

<http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

<https://www.google.com.ec/maps/@-0.1865944,-78.4305382,11z>