



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DISEÑO GRÁFICO Y SERIGRAFÍA SITUADA EN EL NORTE DE QUITO PARA
LA REALIZACIÓN DE PUBLICIDAD EN ARTÍCULOS PROMOCIONALES.

Proyecto de investigación previo para la obtención del título de Tecnólogo en Diseño
Gráfico

Autor: Juan Carlos Vásquez

Tutor: Ing. Marco Yamba

Quito, Abril 2015



DECLARACIÓN DE AUTORÍA

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

Vásquez Encalada Juan Carlos

CI 172174430-6

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de diseño gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO GRÁFICO Y SERIGRAFÍA SITUADA EN EL NORTE DE QUITO PARA LA REALIZACIÓN DE PUBLICIDAD EN ARTÍCULOS PROMOCIONALES.”, el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO GRÁFICO Y SERIGRAFÍA SITUADA EN EL NORTE DE QUITO PARA LA REALIZACIÓN DE PUBLICIDAD EN ARTÍCULOS PROMOCIONALES

la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del presente proyecto en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del presente proyecto; b) La comunicación pública del proyecto; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del presente 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 del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.



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

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

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



instalaciones del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito;
f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 25 días del mes de octubre del dos mil catorce.

f) _____

Juan Carlos Vásquez Encalada

C.C. N°172174430-6

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico

Cordillera

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

A cada uno de los profesores, que a lo largo de la vida académica supieron ser excelentes profesionales sin dejar a un lado los valores como ciudadano. Gracias por transmitirnos sus conocimientos con paciencia, dedicación y esmero.



DEDICATORIA

A Dios por las oportunidades que se presentaron a lo largo de la carrera y A mis padres por estar siempre a mi lado incondicionalmente, apoyándome y dándome cada palabra de aliento en el momento que más lo necesitaba para poder seguir creciendo como ser humano.



INDICE GENERAL

Declaración de autoria	I
Contrato de cesion de derechos propiedad intelectual	III
Agradecimiento.....	VII
Dedicatoria.....	VIII
Índice general.....	XI
Índice de tablas	XIII
Índice de figuras.....	XV
Resumen Ejecutivo	XVIII
Capitulo I	20
Abstrac	20
I.Introducción	21
1.1 Justificación.....	21
1.2 Antecedentes	23
II. Análisis situacional.....	24
2.01 Ambiente externo	24
2.01.01 Factor económico	24
2.01.01.02 Inflacion	24
2.01.01.03 PIB.....	26
2.01.01.04 Tasa de Interes Activa	28
2.01.01.05 Tasa de Interes Pasiva	30
2.01.01.05 Tasas de Interés	35
2.01.01.06 Tasa de Desempleo.....	32
2.01.02 Factor social	34
2.01.03 Factor legal	38
2.01.04 Factor tecnológico	43



2.02 Entorno local	43
2.02.01 Clientes	43
2.02.02 Competidores.....	45
2.02.03 Proveedores	45
2.03 Análisis interno.....	46
2.03.01 Propuesta estratégica	46
2.03.01.01 Misión.....	46
2.03.01.02 Visión	46
2.03.02 Objetivos	46
2.03.02.01 Objetivo general	46
2.03.02.02 Objetivo específico.....	47
2.03.03 Principios.....	47
2.03.04 Gestión administrativa.....	48
2.03.05 Gestión operativa y comercial	51
2.04 Análisis FODA	53
III. Estudio de mercado.....	60
3.01 Análisis del consumidor	60
3.01.01 Determinación de población y muestra	61
3.01.01.01 Población	61
3.01.01.02 Muestra	62
3.01.01.03 Determinación de la información	63
3.01.01.04 Análisis del Estudio	65
IV. ESTUDIO TÉCNICO	79
4.01 Tamaño del proyecto	79
4.02 Localización	88
4.02.01 Macrolocalización	88
4.02.02 Microlocalización	91



4.03 Ingeniería del Producto.....	94
4.03.01 Diagrama de Procesos	106
4.03.02 Flujo de procesos.....	107
4.03.03 Estructura organizacional	107
4.03.03.01 Descripción de la estructura organizacional.....	107
4.04Maquinaria.....	115
4.04.01 Misión.....	116
4.04.02 Visión	117
4.04.03 Objetivos	117
4.04.04Plan de difusión y de marketing.....	119
4.05 Manual.....	112
4.06 Cronograma del proyecto	132
V. Estudio financiero	133
5.01 Ingresos del proyecto.....	133
5.01.01Costo	135
5.01.02Costo directo.....	135
5.01.03Costo indirecto	137
5.01.04Gastos administrativos.....	138
5.02Costos de venta.....	139
5.02.01Costos financieros	140
5.02.02Costos fijos y variables.....	141
5.03Inversión.....	142
5.03.01Inversión fija	142
5.04Activo Fijo.....	142
5.04.01Activos Nominales	143
5.04.02Capitales de trabajo	144
5.05Fuentes financieras y de fondos	145



5.05.01 Amortización de finanzas	146
5.05.02 Estado de situación inicial	146
5.05.03 Estado de resultado	148
5.05.04 Flujo de caja	150
5.05.05 Evaluación	151
5.05.06 Tasa de descuento	151
5.05.07 VAN	152
5.06 TIR	153
5.07 RBC	154
5.07.01 Punto de equilibrio	154
5.07.02 Análisis Financiero	156
VI. Aspectos Administrativos	158
6.01 Impactos del proyecto	158
6.01.01 Impacto Ambiental	158
6.01.02 Impacto económico	158
6.01.03 Impacto productivo	159
6.01.04 Impacto social	159
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	159
7.01 Conclusiones	160
7.02 Recomendaciones	161
7.03 Bibliografía	163
7.04 Webgrafía	163



INDICE DE TABLAS

Tabla 1:.....	26
Tabla 2:.....	28
Tabla 3:.....	30
Tabla 4:.....	32
Tabla 5:.....	34
Tabla 6:.....	37
Tabla 7:.....	38
Tabla 8:.....	55
Tabla 9:.....	67
Tabla 10:.....	68
Tabla 11:.....	70
Tabla 12:.....	71
Tabla 13:.....	73
Tabla 14:.....	75
Tabla 15:.....	76
Tabla 16:.....	78
Tabla 17:.....	89
Tabla 18:.....	92
Tabla 19:.....	98
Tabla 20:.....	99
Tabla 21:.....	104
Tabla 22:.....	105
Tabla 23:.....	106
Tabla 24:.....	108
Tabla 25:.....	111



Tabla 26:.....	113
Tabla 27:.....	114
Tabla 28:.....	115
Tabla 29:.....	116
Tabla 30:.....	117
Tabla 31:.....	118
Tabla 32:.....	119
Tabla 33:.....	120
Tabla 34:.....	121
Tabla 35:.....	122
Tabla 36:.....	123
Tabla 37:.....	126
Tabla 38:.....	127
Tabla 39:.....	128
Tabla 40:.....	129
Tabla 41:.....	131

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:	26
Figura 2:	28
Figura 3:	44
Figura 4:	49
Figura 5:	52
Figura 6:	67
Figura 7:	69
Figura 8:	70
Figura 9:	72
Figura 10:	73
Figura 11:	75
Figura 12:	77
Figura 13:	78
Figura 14:	94
Figura 15:	97
Figura 16:	100

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene por objeto determinar la factibilidad en la creación de una empresa de diseño gráfico y serigrafía para la realización de publicidad en artículos promocionales.

Se determinó realizar un estudio técnico, un estudio de mercado y un análisis financiero en el Distrito Metropolitano de Quito, para obtener la factibilidad del proyecto.

De acuerdo a los datos obtenidos en el segundo capítulo tanto de las variables internas como externas nos ayudaran en el presente proyecto a poder analizar y establecer los objetivos que se van a alcanzar a corto y largo plazo.

Con los datos obtenidos en la oferta y la demanda que genera el estudio de factibilidad; se aprovechará la demanda insatisfecha que existe en el Distrito Metropolitano de Quito norte de la ciudad , en un lugar determinado según los datos que arroje el estudio técnico que se realizará mediante una pequeña investigación de campo en la ciudad para con todo ello poder establecer y determinar las variables de los requisitos técnicos , organizacionales necesarios para que la empresa pueda obtener en el futuro un buen desempeño y desarrollo.

Para poder saber si el proyecto para la creación de una empresa de diseño y venta de bolsos reciclados en tela en el Distrito Metropolitano de Quito es viable o no se ha

realizado un estudio financiero identificando los métodos e indicadores adecuados para su estudio con los cuales determinen la factibilidad del proyecto.

Al culminar con el estudio financiero se procederá al respectivo análisis de impactos que genera el proyecto; mediante el impacto ambiental se establecerá el nivel de contaminación que genera o a su vez el aporte que el proyecto da al medio ambiente; el impacto económico en el cual se analizará el aporte y crecimiento que da el proyecto tanto a la empresa como al desarrollo del país, con el impacto social se determinará el impacto del proyecto vinculado con la sociedad y como este aporta a la misma, mediante el impacto productivo se identificará la aplicación de la nueva matriz productiva al proyecto.

De acuerdo al análisis se culminará el presente proyecto con las conclusiones y recomendaciones que ayuden al crecimiento y mejora del mismo.

ABSTRACT

This study aims to determine the feasibility in creating a graphic design company and screen for conducting advertising promotional items.

He was determined to make a technical study, market research and financial analysis in the Metropolitan District of Quito, for the feasibility of the project.

According to data obtained in the second chapter both internal and external variables help us in this project to analyze and establish the objectives to be achieved in the short and long term.

With the data obtained in supply and demand generated by the feasibility study; unmet demand in the Metropolitan District of Quito north of the city, within a specified according to data yielding the technical study to be conducted by a small field research in the city will be used to with all this power to establish and determine the variables of the technical, organizational requirements for the company to get in the future and played a good development.

In order to know whether the project for creating a design company and selling recycled fabric bags in the Metropolitan District of Quito is viable or not performed a financial study identifying appropriate methods and indicators for their study which determined the feasibility of the project.



Upon completion of the financial study will proceed to conduct an analysis of impacts generated by the project; through environmental impact the level of pollution generated or turn the contribution that the project gives the environment be established; the economic impact in which the contribution and growth project gives both the company and the development of the country with the social impact the project's impact associated with society is determined will be analyzed and how this contributes to it by the productive impact the implementation of the new production model to identify project.

According to the analysis of this project will culminate with the conclusions and recommendations that help the growth and improvement.

I. Capítulo

Introducción

1.1 Antecedentes

La publicidad POP lleva una larga tradición que data por lo menos al 1800. En aquella época los hermanos Smith luchaban contra un gran número de imitadores que esperaban aprovechar del éxito de sus gotas contra la tos. William y Andrew Smith decidieron poner su característico retrato con barba sobre su material POP, que consistía en tazas de cristal como mostradores y al interior, pequeños sobres donde por cada venta los dos hermanos ponían las gotas.

En la ciudad de Quito antiguamente no era muy común utilizar el material publicitario POP ya que no existía maquinaria, las primeras publicidades que se realizaron con material en la ciudad fueron implementadas por empresas que fabricaban bolígrafos y estas fueron las que se posicionaron primero en el mercado.

Con la llegada de la imprenta vimos un crecimiento masivo de la publicidad la cual sería un canal directo para llegar al consumidor.

En los últimos años la publicidad que utiliza material POP ha crecido considerablemente, se convirtió en un medio más para persuadir, tal vez uno de los



más importantes a la hora de empujar al cliente a tener un producto con mucha demanda en el mercado de empresas, o negocios.

En la ciudad de Quito contamos con empresas dedicadas a la publicidad en materiales POP que realizan el trabajo con diferentes técnicas de estampación y serigrafía a corto tiempo y a bajos costos.

En el futuro veremos un crecimiento mayor en la publicidad con este material publicitario con mayor tecnología de punta, este material perdura con el tiempo y con esto la marca o el producto se posicionará en la mente del consumidor y se volverá indispensable para las empresas que necesiten posicionarse en el mercado.

1.2 Justificación

Al existir pocas empresas dedicadas a la publicidad en artículos promocionales con materiales reciclados en la ciudad de Quito, por este motivo se pretende fusionar a la serigrafía y el diseño gráfico para emprender una empresa de comunicación comercial que incremente el consumo de un producto y posicione a las empresas o negocios en el mercado.

La creación de una empresa de esta naturaleza tiene el fin de ofrecer no solo artículos promocionales si no también la creatividad y la originalidad que nos caracteriza utilizando material reciclado para la publicidad.

Solucionaremos la agilidad de la entrega de los materiales publicitarios, trabajados con estándares muy altos de calidad, tecnología de punta satisfaciendo a los clientes.

II. Capítulo

Análisis situacional

2.1 Ambiente externo

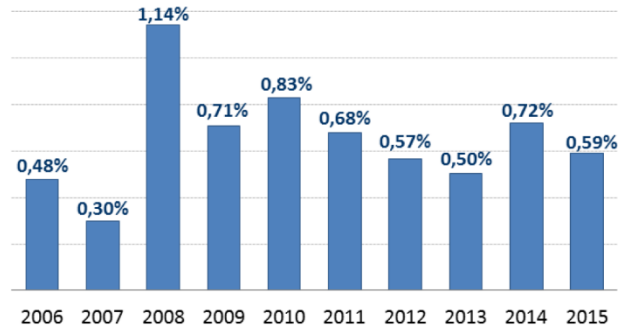
2.1.1 Factor Económico

En Ecuador existen indicadores económicos los cuales proporcionará información de hechos económicos y financieros que nos ayudarán en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa.

Estos indicadores son los siguientes:

2.1.1.2 Inflación

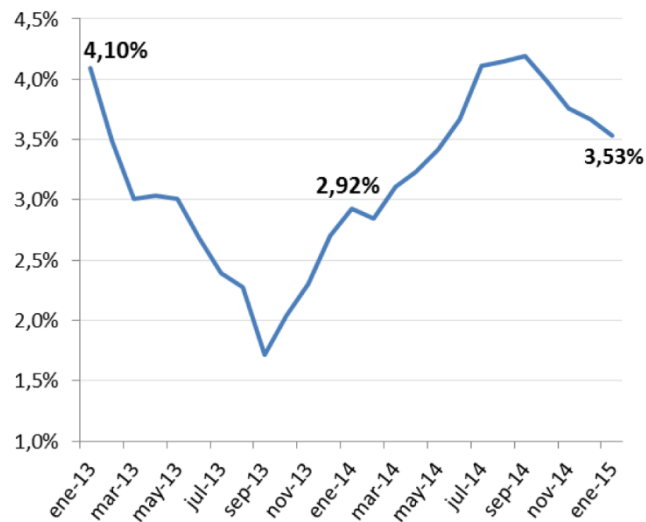
La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado



Tabla# 1. Inflación

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez



Figura# 1. Inflación

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Ecuador registró una inflación mensual de 3,53% en enero del 2015 frente al 4,10%, del mismo mes del 2014, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En el primer mes del año, el país registró una inflación anual de 0,59% en comparación al 0,72% que alcanzó en enero del 2014.

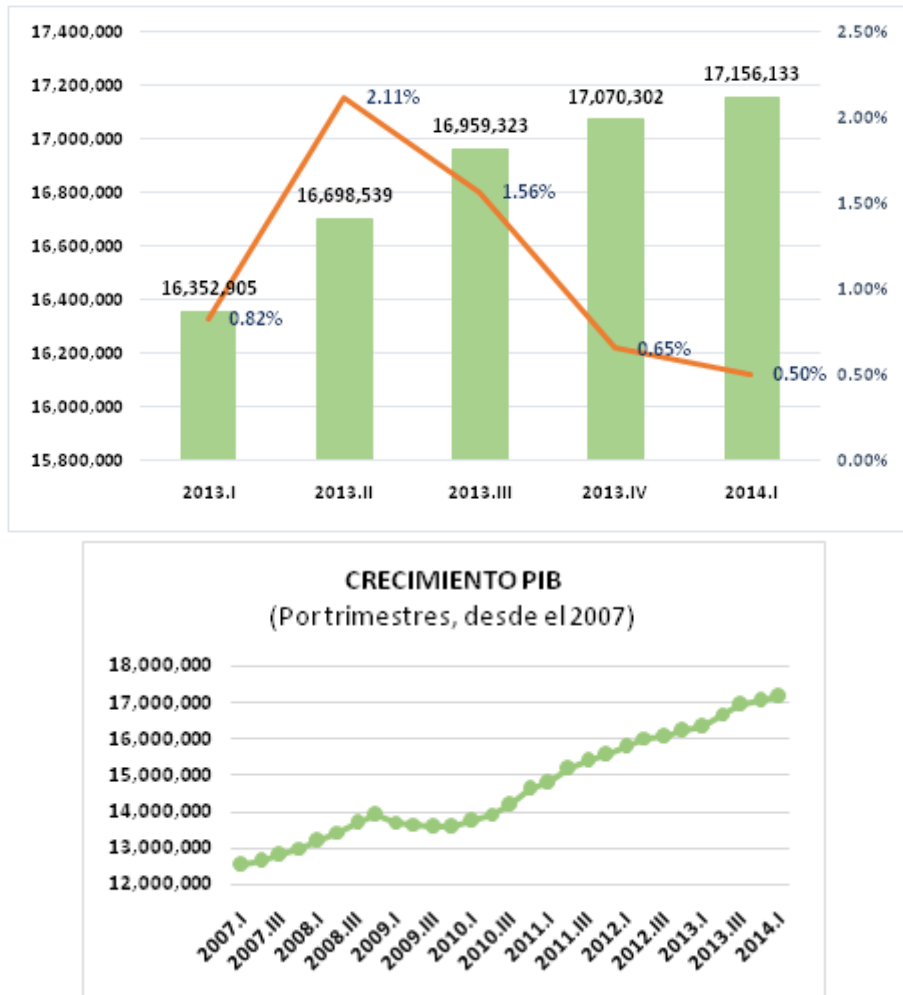
Análisis.- Según los porcentajes en el Ecuador tenemos una inflación baja esto será una oportunidad para la creación de una empresa por que promoverá el uso eficiente de los recursos e incentiva inversiones para la empresa con esto la empresa podrá crecer económicamente. También podemos observar que la inflación es inestable en los últimos años al haber un aumento los precios se incrementaran, con lo cual se buscará mecanismos de defensa contra la inflación.

2.1.1.3 PIB

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

Tabla#2. PIB

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: Juan Carlos Vásquez



Figura# 2. PIB

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

En Ecuador el Producto interno Bruto se acerca a los 17.000.000 millones de dólares en el 2014, dando a los registros de crecimiento que el país sostiene desde el 2011 y en el 2014 al finalizar el año.

Ecuador existe mayor capacidad de consuno de las familias con una canasta básica familiar que tiene un costo de 612,05 dólares.

Análisis.- Para la empresa es una oportunidad al existir un crecimiento en el PIB, los agentes económicos se inclinarán más a gastar en lugar de ahorrar. Lo que es favorable en la producción de bienes y servicios de la empresa.

Además, tras un incremento del PIB, los ingresos de la empresa aumentan y la empresa se verá en un crecimiento económico muy grande.

2.1.1.4 Tasa de Interés Activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca. La tasa de interés activa es la forma que los bancos realizan el cobro de los préstamos a clientes de primera línea.

Febrero-28-2015	7.41 %
Enero-31-2015	7.84 %
Diciembre-31-2014	8.19 %
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %

Tabla#3. Tasa de interés activa

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

El Banco Central que fija la tasa de interés por cada servicio, por el crédito comercial fija una tasa de interés el 17,41%.



Análisis.- Según estos indicadores el interés de la tasa activa son altas por lo que se convierte en una amenaza para empresa cuando pretendamos realiza cualquier tipo de crédito o préstamo, lo que impide que la empresa puedan crecer económicamente.

Pero también observamos una estabilidad en el porcentaje del interés es una oportunidad que incentivara al requerimiento de préstamos ofreciendo una oportunidad económica que requiere toda empresa para el posicionamiento en el mercado.

2.1.1.5 Tasa de Interés Pasiva

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

Febrero-28-2015	5.32 %
Enero-31-2015	5.22 %
Diciembre-31-2014	5.18 %
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %

Tabla#4. Tasa de interés pasiva

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

La tasa pasiva referencial es el promedio ponderado de la tasa de las captaciones en los bancos privados, con plazos de entre 84 y 91 días. En el Ecuador la tasa de interés pasiva que se maneja al 5,32% en Febrero 2015 pero también se manejan tasas de interés por monto de personas naturales y de Empresas privadas.



Análisis.- En estos indicadores positivo al momento de realizar un depósitos de dinero por la empresa en las instituciones bancarias ya que se manejan un interés que no es muy alto pero mientras más dinero tengamos podemos acceder a mayor interés que será favorable para obtener un capital estable que conlleve al crecimiento de la empresa.

2.1.1.6 Tasa de Desempleo

Proporción de personas que desean trabajar y están en condiciones legales de hacerlo pero no encuentran un puesto de trabajo.

Diciembre-31-2014	4.54 %
Septiembre-30-2014	4.65 %
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 %
Diciembre-31-2009	7.93 %
Septiembre-30-2009	9.06 %
Junio-30-2009	8.34 %
Marzo-31-2009	8.60 %

Tabla#5. Tasa de desempleo

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

En Ecuador actualmente la tasa de desempleo ha disminuido considerablemente siendo la más baja de América Latina con un 4,54%, y la extrema pobreza ha disminuido en un 8,6%.

La evolución del mercado laboral es lo más importante que ha sucedido en Ecuador en la ciudad Quito el desempleo alcanza el 4,30 siendo así una de las ciudades con menor índice de desempleo.

Análisis.- Es una oportunidad para la creación de una empresa porque en Ecuador la economía está en buena forma, las empresas están constantemente trabajando y los trabajadores son capaces de mejorar la producción.

Lo que favorece a la economía de la empresa, sus empleados se sienten con puestos de trabajo estables con rendimientos muy altos por parte de los trabajadores que ayudará a la empresa en su crecimiento económico y de servicio.

2.1.2 Factor Social

Quito es la ciudad capital de la república del Ecuador y también de la provincia de Pichincha, es la segunda ciudad más poblada del Ecuador. Además es cabecera cantonal o distrital del Quito. Actualmente es considerada la capital económica del país. Debido a su alto índice de desarrollo humano.

La población ecuatoriana aproximadamente tiene 13.000.000 de habitantes. Quito es la segunda ciudad más poblada de Ecuador, con 2.439.191 habitantes en todo el Distrito Metropolitano hasta el año 2013. Mientras que en el área administrativa urbana existen 1'919.432 habitantes.

Territorialmente, menos de la mitad de los quiteños residen en la ciudad consolidada dentro de las zonas administrativas Eloy Alfaro (Sur), Manuela Sáenz (Centro), Eugenio Espejo (Norte), frente al 56,5% que lo hacía en el año 2001. Entre 2001 y 2010, la zona Manuela Sáenz ha perdido población residente, las zonas Eloy Alfaro y Eugenio Espejo han experimentado incrementos muy reducidos, en tanto que el incremento poblacional mayor se ha producido en las áreas en proceso de consolidación (Quitumbe, La Delicia, Calderón, Tumbaco y Los Chillos), en donde se han asentado porcentajes importantes del incremento poblacional del DMQ en el período.

NUNMERO DE HABITANTES SECTOR NORTE DE QUITO	
PARROQUIAS	TOTAL HABITANTES 18-65 AÑOS
CONDADO	34591
CARCELEN	26281
COMITÉ DEL PUEBLO	24947
PONCEANO	35160
COTOCOLLAO	19371
COCHAPAMBA	24868
COMCEPCION	22785
IÑAQUITO	42865
SAN ISIDRO INCA	16693
TOTAL HABITANTES	247561

Tabla#6. Factor social

Fuente: Censos de Población y Vivienda, INEC

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

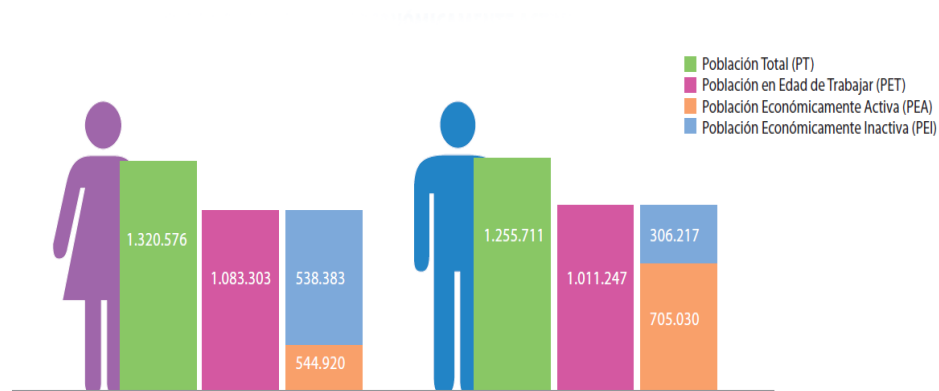
Observamos que el crecimiento poblacional en el norte de Quito es muy importante para el emprendimiento de la empresa, también es muy beneficiario ya que es un lugar donde se albergan importantes compañías y empresas, es donde la economía de Quito se mueve constantemente en este punto de la ciudad. El funcionamiento de la banca, el comercio, compras es un factor positivo al grupo objetivo al cual vamos a estar dirigidos que son las empresas y que puede aportar a la economía y al crecimiento de la empresa.

Análisis.-El constante crecimiento que sufre la población en la zona norte de Quito es muy importante para emprender una empresa, ya que con el crecimiento poblacional también crece el número de consumidores que puedan aportar a la economía de las empresas.

Pero también puede ser una amenaza para las empresas, mientras más sobrepoblación exista en Quito mayor será la demanda de trabajo.

2.1.2.1 Población Económicamente Activa

La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo.



* La Población en Edad de Trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

Tabla#7. Población Económicamente Activa

Fuente: Inec

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Los porcentajes más altos de la población económicamente activa se encuentran entre los 20 y 45 años en Pichincha encontramos un porcentaje que esta económicamente activo que tienen que ver con personas mayor a los 50 años que reciben ingresos de sus jubilaciones y otros beneficios sociales.

Análisis.- Tener una población de 20 años de edad que tengan un gran impacto en la población económica activa representa una gran oportunidad al momento del emprendimiento de una nueva empresa gran parte de la población percibe ingresos y tiene la capacidad de adquirir productos o servicios y la empresa podrá crecer económicamente.

2.1.3 Factor Legal

Para implementar una empresa debemos tener en cuenta este factor por lo cual tenemos que cumplir ciertos requisitos establecidos por las diferentes administraciones gubernamentales.

Esto nos ayudara con cualquier eventualidad futura para la empresa.

Los siguientes requisitos son:

A. Reserva un nombre. Este trámite se lo realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Se verifica que no exista ninguna compañía con el mismo nombre.

B. Elabora los estatutos. Es el contrato social que registrá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.

C. Abre una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno

-
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Se requiere el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega es de aproximadamente de 24 horas.

D. Eleva a escritura pública. Acude a un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

E. Aprueba el estatuto. Adquirida escritura pública acercarse a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.

F. Publica en un diario. La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

G. Obtén los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea la empresa, deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.

H. Inscribe tu compañía. Con todos los documentos antes descritos, acercarse al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

I. Realiza la Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

J. Obtén los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

K. Inscribe el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

L. Obtén el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios

-
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

M. Obtén la carta para el banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos podrás tener tu compañía limitada o anónima lista para funcionar. El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.

Un abogado puede ayudarte en el proceso. El costo de su servicio puede variar entre \$600 y \$1,000 o dependiendo del monto de capital de la empresa.

Al pertenecer a la junta de defensa del artesano el proyecto puede beneficiarse de los siguientes aspectos:

- Exoneración del impuesto al valor agregado
- Exoneración del impuesto a las patentes municipales
- Facturación 0% IVA
- Importación de maquinaria, insumos y herramientas con aranceles preferenciales.



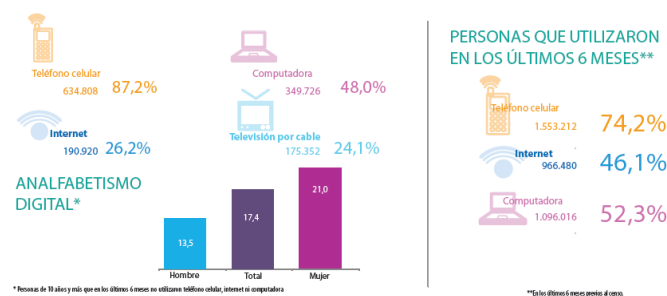
Ñ. Cuerpo de bomberos

El cuerpo de bomberos pide ciertos requisitos o normas los cuales son para el mejor funcionamiento del local según estas normas la empresa entra en el permiso "tipo A, el cual requiere los siguientes requisitos:

- a. Solicitud de inspección del local;
- b. Informe favorable de la inspección;
- c. Copia del RUC; y,
- d. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

2.1.4 Factor Tecnológico

En Ecuador la tecnología a nivel mundial no es muy competitiva, actualmente tiene avances en lo que se refiere con tecnología de comunicación como las redes sociales, teléfonos celulares, computadoras, internet, televisores pero no



existe mucha demanda en maquinaria.

Figura# 3. Población económicamente Activa

Fuente: Inec

Análisis.- Para el desarrollo de este proyecto es muy importante este factor, ya que mediante la maquinaria de estampado que necesitamos adquirir, nos beneficiara al momento de ofrecer nuestros servicios y productos, entregando al cliente un trabajo de calidad pero para esto se tiene que realizar investigaciones, tramites y capacitar al personal para el manejo, por lo que invertir tecnología para la empresa es muy costoso lo que puede ser una amenaza al momento de adquirir tecnología pero es muy necesario cuando se quiere competir en el mercado al no tener tecnología puede afectar a la producción de la empresa y por ende a la economía.

Es importante estar siempre a la vanguardia con la tecnología, ya que de esto depende el desarrollo de las empresa, será importante contar con maquinaria que ayuden a perfeccionar y agilizar los procesos de la empresa, con la finalidad de optimizar recursos que sean de beneficio para la organización.

2.2 Entorno Local

2.2.1 Clientes

La empresa que estará dedicada al Diseño Gráfico y publicidad en artículos promocionales en material reciclable será ubicada en la metrópolis del norte de Quito y ofrecerá sus productos a empresas aledañas al sector.

Al estar ubicada en esta área que tiene un mayor peso en la economía es una gran oportunidad para el desarrollo de la empresa puesto que en este sector se encuentran muchas empresas que quieren posicionarse en el mercado.

Se ha decidido a analizar a las empresas aledañas al sector, sabemos que en la metrópolis Quito se encuentra el centro financiero, bancario, sede de muchas empresas multinacionales y embajadas. Las casas matrices de muchos de los principales bancos que operan en Ecuador empresas muy importantes al nivel Nacional e Internacional.

Esto será muy importante para el servicio que se quiere ofrecer ya que las empresas siempre están en busca de nuevas formas de publicidad para sus

productos o servicios y al no existir publicidad con material reciclado será una fortaleza al momento de ofrecer el servicio y adquirir clientes potenciales que puede ser un factor muy importante para el desarrollo económico de la empresa.

2.2.2 Competidores

También podemos observar como competidores a las empresas gráficas, imprentas que ofrecen el servicio de serigrafía a bajos costos.

- INSIGHT
- LUMINOFLEX
- PUBLIEMPACK

2.2.3 Proveedores

Las empresas que nos proporcionaran artículos, servicios y materia prima los cuales serán transformados para venderlos posteriormente.

Ubicaremos a nuestros proveedores en lugares cercanos a la empresa esto nos brindará mayor agilidad al momento de entregar el producto finalizado y con el menor tiempo posible teniendo así una buena relación con nuestros proveedores y una forma de negociación que satisfaga a las dos partes la empresa y el proveedor.

Con una buena relación con los proveedores podremos contar con algún crédito lo cual beneficiará económicamente a la empresa.

Trabajaremos con los siguientes proveedores:

- MILENIUM MERCHANDISE
- BUESTAN
- KREATHOS

2.3 Análisis interno

2.3.1 Propuesta estratégica

2.3.1.2 Misión

Nuestro trabajo es generar y crear soluciones de en comunicación visual mediante los artículos promocionales y el diseño gráfico en material reciclado, para lograr nuestro objetivo nos adecuamos a las necesidades del cliente y de esta manera logramos el éxito en cada trabajo que desarrollamos con el profesionalismo y seriedad precisa en el uso de nuestros materiales.

2.3.1.3 Visión

Ser la empresa líder en la prestación de servicios y atención al cliente, siempre cumpliendo con los más altos parámetros de calidad. Contando con un conocimiento amplio del entorno empresarial aplicándolo en el desarrollo y crecimiento del país.

2.3.2 Objetivos

2.3.2.1 Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad adecuando los mecanismos para su ejecución y así poder brindar un producto y servicio de calidad a nuestros clientes para poder posicionarnos en el mercado.

2.3.2.2 Objetivos específicos

- Realizar un análisis situacional sobre el macro y el micro entorno de la empresa.
- Brindar al cliente un material creativo que se ajuste a las necesidades de la empresa.
- Implementar un estudio de mercado con estrategias para llegar a nuestro grupo objetivo.
- Diseñar estrategias para competir en el mercado.
- Fomentar nuevas plazas de trabajo

2.3.3 Principios

La imagen de nuestra empresa está conformada por los principios y las exigencias que cada persona debe cumplir en nuestra empresa.

2.3.3.1 Integridad

Contamos con la capacidad de dirigir con ética profesional nuestra empresa, manteniendo responsabilidad, realizando actividades en distintas áreas del conocimiento que pose todo el personal de la empresa.

2.3.3.2 Responsabilidad

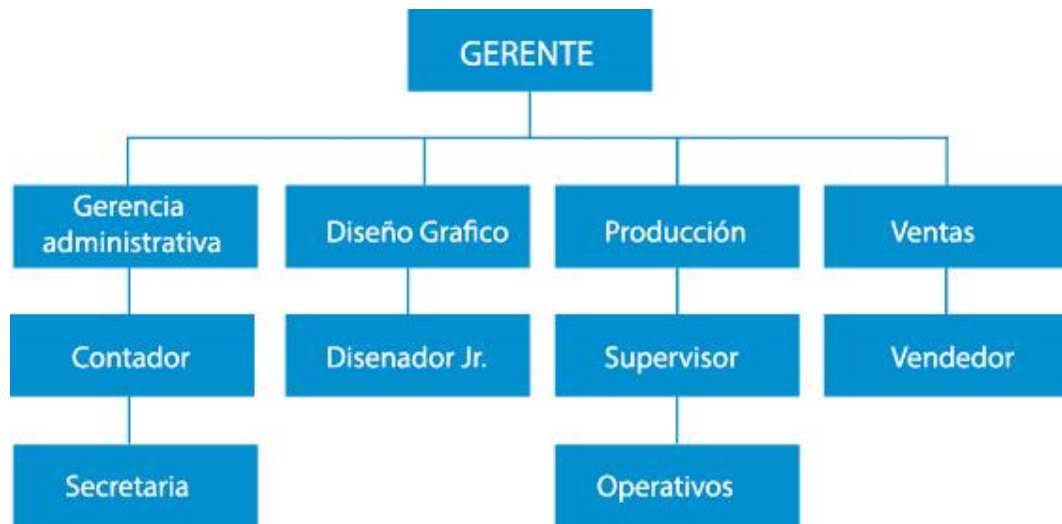
Cuidamos la atención de las actividades que cada persona cumple en nuestra empresa.

2.3.3.3 Honestidad

La empresa deposita toda la confianza a cada uno de nuestros colaboradores manteniendo una comunicación directa con el personal, teniendo un buen ambiente de trabajo para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

2.3.4 Gestión administrativa

Se muestra el organigrama de la empresa que representa la estructura orgánica del negocio, de forma esquemática. Un organigrama funcional en el que aparecen las principales funciones asignadas.



Figura# 4. Organigrama

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

2.3.4.1 Funciones desempeñadas por el personal

Gerente

Denominación Actual: Gerente General

Supervisión: Todos los departamentos

Misión: Planificar, organizar, liderar, controlar y evaluar la gestión administrativa y financiera de la empresa, según las políticas y normas legales, reglamentarias y técnicas, vigentes.

Gerencia administrativa

Denominación Actual: Gerencia administrativa

Se reporta a: Gerencia General

Supervisa a: Contador, secretaria

Misión: Manejar subsistemas de personal, manejar la nómina de personal evaluar la gestión del recurso humano en todas las áreas, desarrollar y controlar los presupuestos en el período económico, aplicar estrategias de financiamiento y recuperación de la inversión diseñar el flujo de efectivo, evaluar la gestión financiera

Diseño Grafico

Denominación: Actual: Diseño Grafico

Se reporta: Producción

Supervisa a: Diseñador Jr.

Misión: Crear la idea que transmita el mensaje básico de la campaña, expresar esa idea de manera que sea lo más persuasiva posible en su adaptación a cada medio.

Producción

Denominación Actual: Producción

Se reporta a: Diseño Grafico

Supervisa a: Supervisor y operativos

Misión: Realizar trabajo de estampación y serigrafía.

Ventas

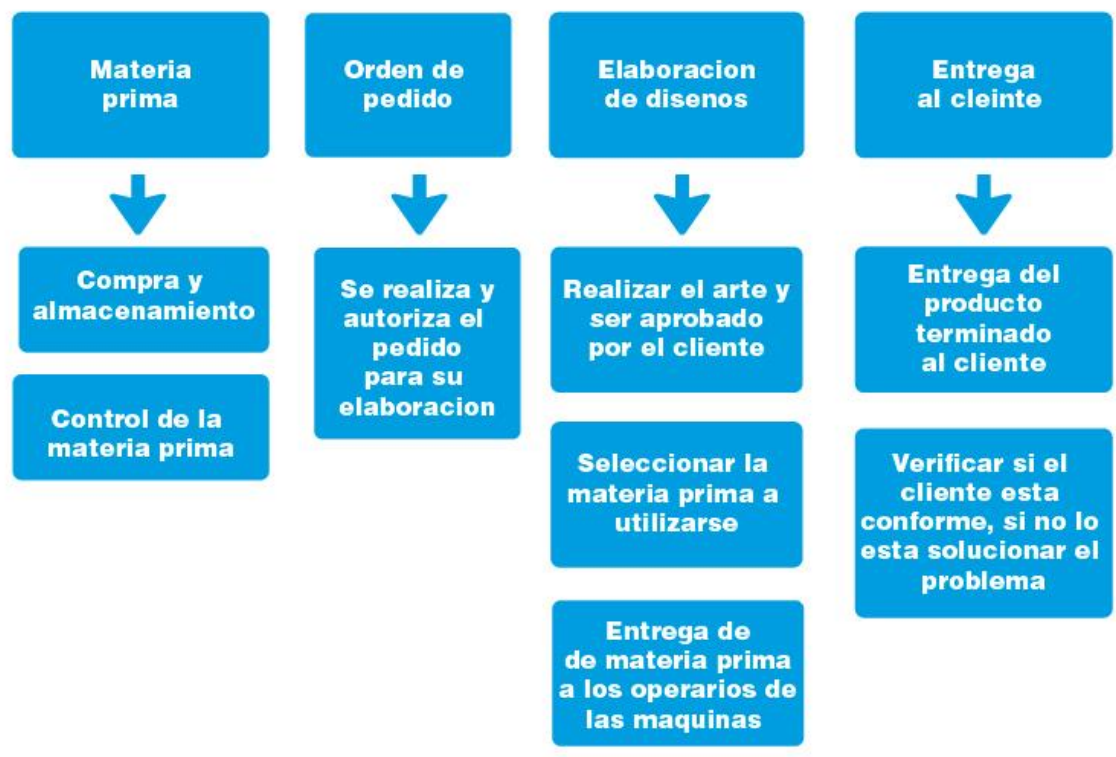
Denominación Actual: Ventas

Se reporta: Producción

Supervisa a: Vendedor

Misión: Está en constante comunicación con el cliente ofreciendo nuestros productos y servicios.

2.3.5 Gestión Operativa



Figura# 5. Proceso productivo de la empresa
Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

2.3.6 Gestión comercial

2.3.6.1 Publicidad

Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios en volantes, insertos o páginas web.

2.3.6.2 Promoción de ventas

Descuentos en diferentes productos para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.

2.3.6.3 Relaciones públicas

La creación de buenas relaciones con los proveedores y empresas, la creación de una buena imagen corporativa.

2.3.6.4 Ventas personales

Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta con tarjetas de presentación.



2.4 Análisis FODA

Es un acróstico de Fortalezas, factores críticos positivos con los que se cuenta, Oportunidades, aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas, Debilidades, factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir y Amenazas, aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos.

OPORTUNIDADES • Al adquirir créditos o préstamos para la obtención de un capital para la empresa. • Situarse en la metrópolis de Quito que alberga a importantes empresas. • Documentos necesarios para proteger a la empresa legalmente.	FORTALEZAS • Ser una empresa dedicada a la publicidad en artículos promocionales con material reciclado. • Actividades de logística internas y externa • Diseño de Publicidad para la empresa. • Fomentar una buena relación con los empleados. • Estrategia operativa para proporcionar servicios de serigrafía en artículos publicitarios con material reciclable. • Proveedores
AMENAZAS • No contar con tecnología por sus elevados precios para la empresa. • Falta de personal capacitado para el mantenimiento de la maquinaria. • La falta de comprensión de los cambios de expectativas de los clientes.	DEBILIDADES • Falta de capacitación al personal para una buen servicio al cliente • No existe una buena comunicación con los proveedores

Tabla# 8. FODA

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Análisis

Conocer los servicios y productos que tiene la competencia en el mercado es muy importante ya que con esta información la empresa podrá realizar un servicio de calidad satisfaciendo así las necesidades de nuestros clientes.

Oportunidades:

Adquirir créditos o préstamos para la obtención de un capital para la empresa

Es indispensable para el crecimiento de la empresa adquirir un capital, esto nos brindará un mejor sistema financiero, con lo cual la empresa tendrá un mejor posicionamiento en el mercado.

Situarse en la metrópolis de Quito que alberga a importantes empresas.

Estratégicamente situarse en la metrópolis de Quito nos brindará la facilidad de un acercamiento permanente con las grandes empresas que están a nuestro alrededor.

Ya que la metrópolis de Quito alberga a las más importantes empresas del país.

Documentos necesarios para proteger la empresa legalmente.

Legal mente la empresa tendrá un adecuado asesoramiento por cualquier eventualidad que pueda ocurrir en el futuro. Si bien las leyes en el país favorecen a las empresas, pero también son muy estrictas por lo cual debemos estar siempre informados a cualquier cambio que pueda ocurrir.

Fortalezas:

Ser una empresa dedicada a la publicidad en artículos promocionales con material reciclado.

El cuidado del medio ambiente es muy importante para nuestra empresa por lo que nuestros artículos promocionales son de material reciclado lo cual es una idea innovadora, en el mercado existen muchas empresas que ofrecen material publicitario pero no con material reciclado lo cual es un punto muy fuerte.

Actividades de logística internas y externas

Para que exista un servicio al cliente de calidad la empresa tiene que conocer y analizar tanto logística interna y externa, se convertirá en un fortaleza para la empresa algunas de las empresas reconocidas utilizan estas actividades.

Diseño de publicidad para la empresa.

Ser una empresa que maneje publicidad creativa fortalece a la creación y diseño para el posicionamiento de la empresa en el mercado y a la vez ser una marca reconocida en el país.

Fomentar una buena relación con los empleados

Un equipo motivado y con niveles de desempeño altos hace que los empleados se sientan parte de un equipo y fomenta una buena relación con cada uno de ellos, teniendo un trabajo eficaz donde puedan explotar sus capacidades, por lo que involucraremos a cada empleado en actividades de motivación para un mejor rendimiento en la empresa.

Estrategia operativa para proporcionar servicios de serigrafía en artículos publicitarios con material reciclable.

Implementar un plan a largo plazo que busque mejorar nuestros artículos con la competencia, aplicando nuestra misión, visión de la compañía, para encontrar una ventaja competitiva que diferencie claramente a la compañía de sus competidores

Proveedores

Una parte muy importante de nuestra empresa son los proveedores buscaremos la mejor relación posible con los mismos, teniendo un servicio de calidad y una estabilidad al momento de realizar cualquier negociación, manteniendo una confianza con nuestra empresa.

Amenazas:

No contar con tecnología por sus elevados precios para la empresa.

En Ecuador no existe un respaldo al momento de adquirir tecnología o maquinaria porque sus costos son muy elevados, creando una barrera para el crecimiento de la empresa y afectado a su capital. La empresa está sujeta a obtener préstamos de los bancos para financiar la maquinaria.

Falta de personal capacitado para el mantenimiento de la maquinaria.

El trabajo de serigrafía que realiza nuestra empresa está basado en la implementación de maquinaria y tiene un constate mantenimiento, existen muy pocas personas que realicen este trabajo necesitamos un personal capacitado que pueda cubrir todas las necesidades de nuestra empresa y maquinaria.

Falta de comprensión de los cambios de las expectativas de los clientes

Mantener un excelente servicio al cliente es fundamental para el crecimiento de la empresa, por eso nuestro personal estará debidamente capacitado por cualquier eventualidad que pueda surgir con nuestros clientes.

Debilidades:

Falta de capacitación al personal para un buen servicio al cliente

Tener capacitaciones mensuales es una prioridad para la empresa, pero también contratar a personas para que capaciten a nuestros empleados es fundamental, para no sufrir de la falta de capacitación en nuestra empresa.

No existe una buena comunicación con nuestros proveedores

En el comienzo de la empresa nuestros proveedores no se sentirán muy confiados con nuestros servicios ya que somos una empresa que se estará posicionando en el mercado y eso conlleva a no tener una buena relación con los proveedores por eso tenemos provisto un plan estratégico para nuestros proveedores para que se sientan confiados y podamos mantener una relación excelente.

III. Capítulo

Estudio de Mercado

Introducción:

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

3.1 Análisis del consumidor

Consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos del consumo, comportamientos de compras y otras características de los consumidores que conforman el mercado. Debemos tomar en cuenta que esa demanda tiene como motivación la satisfacción de necesidades por esa razón debemos tener muy claro este análisis ya que nuestros consumidores serán las personas que requieran nuestros servicios ajustándose a sus necesidades y demandas.

3.1.1 Determinación de la Población y muestra

3.1.1.1 Población

La población es el número de habitantes que integran un estado ya sea el mundo en su totalidad, o cada uno de los continentes, países, provincias o municipios que lo conforman. Pretendemos realizar una investigación con la cual obtendremos información que la utilizaremos en proyecto de factibilidad.

En el presente proyecto de la creación de una micro empresa de diseño gráfico y serigrafía para la realización de publicidad en artículos promocionales con el fin de ofrecer diseños innovadores y servicios de calidad para las empresas, para lo cual se determina lo siguiente:

Sector: Norte del Distrito Metropolitano de Quito

Población de 18 a 65 años: 247.561 habitantes en el norte de Quito.

Existen un aproximado de 6.689 mil empresas en todo Quito pero en la zona norte están ubicadas alrededor 2229 empresas.

3.1.1.2 Muestra

La muestra en el proceso cualitativo de un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, con el cual se representa el universo o población que se estudia, lo cual ayuda en la toma de decisiones.

$$n = \frac{N}{(n-1)e^2 + 1}$$
$$n = \frac{2229}{(2228)0,0025 + 1}$$
$$n = \frac{2229}{6,57}$$
$$n = 339,26$$

Para el presente proyecto se ha determinado que la muestra óptima para estudiar y recibir información de la población; y de esta manera poder tomar decisiones acerca de nuestro proyecto es de 339,26

3.1.1.3 Técnicas de obtención de la información

Para obtener la información sobre el estudio de mercado para la creación de una microempresa de diseño gráfico y serigrafía para la realización de publicidad en artículos promocionales, se ha determinado utilizar como herramienta una encuesta la cual ha planificado extraer la siguiente información:

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

Buenos (días/tardes), gracias por brindarnos unos minutos de su tiempo; esta encuesta tiene como objetivo hacer un estudio de factibilidad para establecer una microempresa de diseño gráfico y serigrafía para la realización de publicidad en artículos promocionales en el norte de Quito, por favor marque con una (x) las opciones que usted considere correcta.

Nombre: _____ Edad: _____

Sexo: _____ Teléfono: _____

1.- ¿sabe usted lo que es la serigrafía?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Tal vez



2.- ¿sabe usted lo que son artículos promocionales?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Tal vez

2.- ¿Utiliza su empresa o usted material publicitario?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Tal vez

3.- ¿Qué tipo de material publicitario utiliza usted o su empresa?

- ☐ Artículos promocionales
- ☐ Material publicitario Impreso
- ☐ Otros

4.- ¿Cómo adquiere material publicitario?

- ☐ Imprentas
- ☐ Agencias de publicidad
- ☐ Otros

5.- ¿Su empresa cuida del medio ambiente cuando utiliza publicidad?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Tal vez



6.- ¿conoce de alguna empresa que ofrezca material publicitario que cuide el medio ambiente?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Tal vez

7.- ¿le gustaría adquirir material publicitario ecológico para el cuidado del medio ambiente?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Tal vez

8.- ¿Que medios de comunicación utiliza habitualmente para conocer nuevos productos?

☐ Radio

☐ Tv

☐ Redes Sociales

3.1.1.4 Análisis de la información

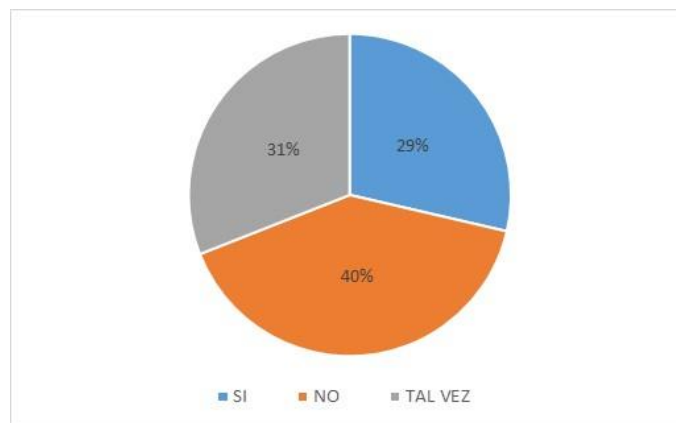
Posteriormente a la obtención de información necesaria en las encuestas realizadas a la población según la muestra calculada obtuvimos los siguientes resultados.

1.- ¿Sabe usted lo que es la serigrafía?

Tabla # 9
Porcentaje Pregunta 1

Sabe usted lo que es serigrafía

SI	29%	97
NO	40%	137
TAL VEZ	31%	105



Figura# 6. Tabla Estadística de la encuesta

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Análisis:

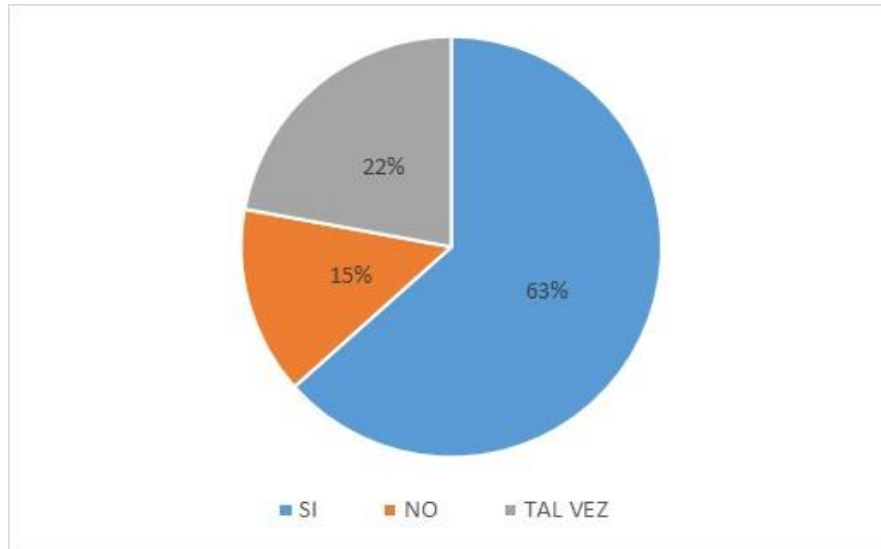
Existe un desconocimiento de la serigrafía con un 40% de las personas encuestadas y un 31 % de personas que tienen alguna idea de lo que se trata, con un 29% que no tienen conocimiento de lo que es la serigrafía.

Es muy importante esta información para nuestro proyecto ya que mediante esto podemos realizar publicidad en redes sociales así las empresas conocerán un poco más de lo que es serigrafía, con esto será una manera de promocionar a la empresa y que puedan conocer de los servicios que ofrecemos.

2.- ¿sabe usted lo que son artículos promocionales?

Tabla # 10
Porcentaje Pregunta 2

Sabe usted lo que son artículos promocionales		
SI	63%	215
NO	15%	49
TAL VEZ	31%	75

**Figura# 7. Tabla Estadística de la encuesta**

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vázquez

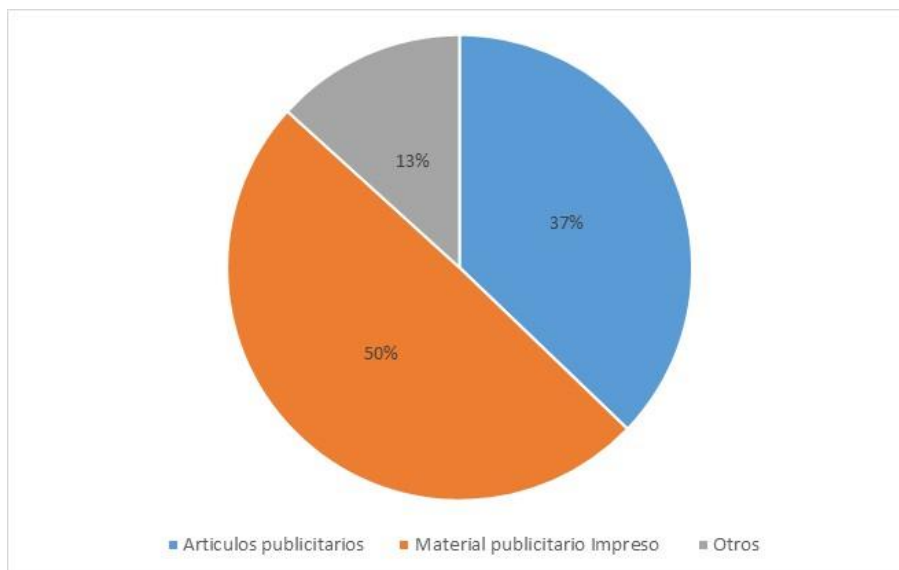
Análisis:

Existe un gran conocimiento acerca de los artículos promocionales con un 63% de las personas encuetadas, el 22% de personas que no saben cómo se les denomina o cuál es su nombre real pero según nuestro análisis podemos ver que estos dos porcentajes manejan este tipo de publicidad contante mente es muy favorable para nuestra empresa porque podemos mantenernos en el mercado por la gran demanda que existe con artículos promocionales.

3.- ¿Qué tipo de material publicitario utiliza usted o su empresa?

Tabla # 11
Porcentaje Pregunta 3

Qué tipo de material publicitario utiliza usted o su empresa		
Artículos publicitarios	37%	126
Material publicitario Impreso	50%	168
Otros	13%	45
		339



Figura# 8. Tabla Estadística de la encuesta

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Análisis:

Tenemos en cuenta que la mayoría de empresas utilizan material publicitario impreso según nuestra estadística existe un 50% de personas que utilizan este tipo de publicidad con un 37% de personas que utilizan artículos publicitarios.

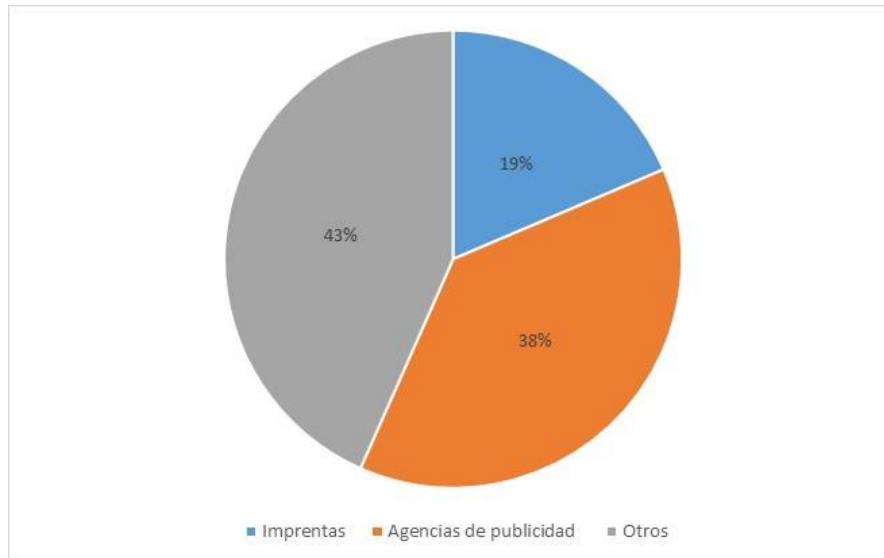
Tomando en cuenta estos datos observamos que estos dos tipos de publicidad van de la mano cuando se quiere realizar cualquier tipo de campañas publicitaria esto es favorable para nuestra empresa ya que las personas están adquiriendo estos servicios.

4.- ¿Cómo adquiere material publicitario?

Tabla # 12
Porcentaje Pregunta 4

Como adquiere material publicitario

Imprentas	19%	63
Agencias de publicidad	38%	129
Otros	43%	147



Figura# 9. Tabla Estadística de la encuesta

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Análisis:

Vemos que la mayoría de las personas que contestaron esta pregunta adquieren material publicitario ya sea de agencias con un 38 % y un 43 % de otros proveedores.

Esta información nos muestra que hay pocas empresas que se especializan específicamente en comercializar artículos promocionales, puede ser porque no existe mucha información y tienen que recurrir a agencias de publicidad y a otros proveedores.

Manejando una campaña publicitaria que pueda cubrir toda la información necesaria para que la empresa pueda entrar en el mercado y

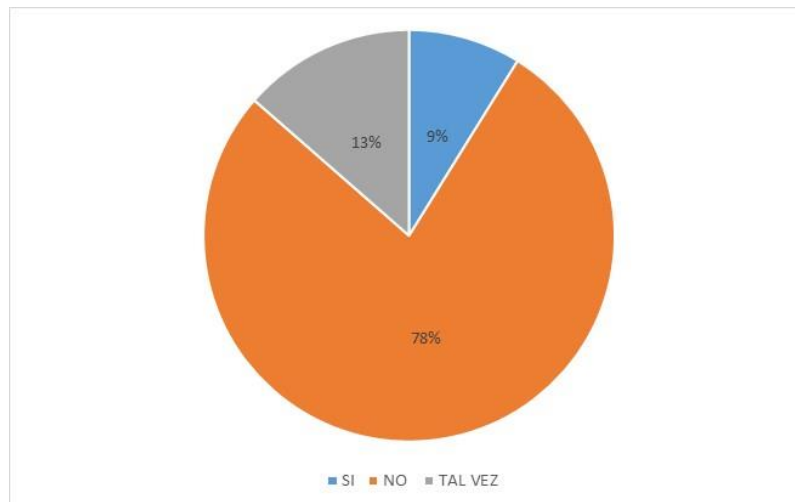
pueda ser reconocida lograremos una oportunidad para el crecimiento y el posicionamiento de la misma.

5.- ¿Su empresa cuida del medio ambiente cuando utiliza publicidad?

Tabla # 13
Porcentaje Pregunta 5

Su empresa cuida del medio ambiente cuando utiliza
publicidad

SI	9%	30
NO	78%	263
TAL VEZ	13%	46



Figura# 10. Tabla Estadística de la encuesta

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Análisis:

El 78% las empresas no utilizan o no tienen una estrategia cuando adquieren material publicitario para el cuidado del medio ambiente esto es un problema no solo a nivel nacional sino también a nivel mundial la contaminación de la producción y distribución de material impreso es muy grande, el material que se utiliza para el trabajo de impresión no es reutilizable por sus tintas a base de petróleo y sus solventes causando daños al medio ambiente.

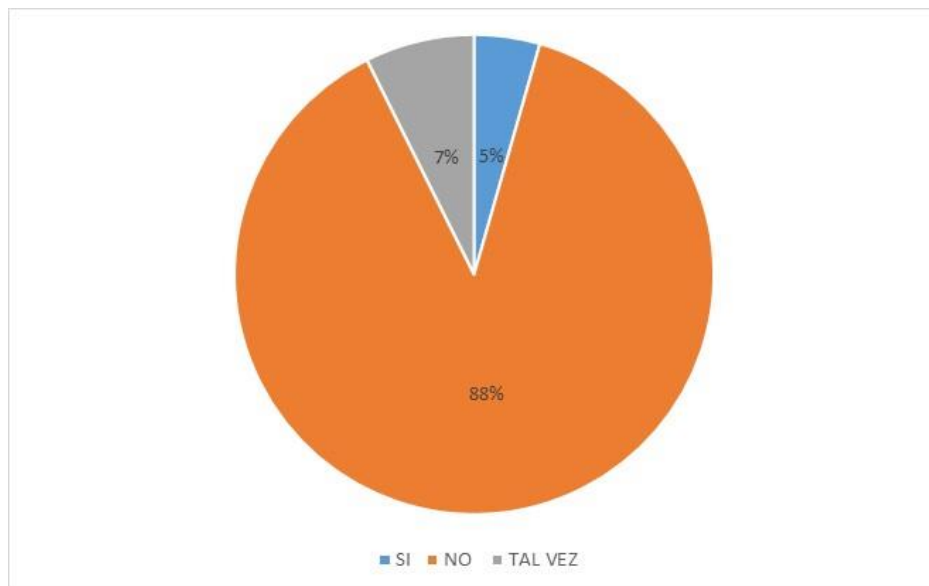
Los materiales promocionales que ofreceremos a nuestros clientes la gran mayoría son total mente ecológicos logrando así que las empresas puedan cuidar el medio ambiente porque esta publicidad perdura con el tiempo, además de ser un producto innovador que puede llegar al grupo objetivo específico, logrando una oportunidad de mantenerse en el mercado.

6.- ¿conoce de alguna empresa que ofrezca material publicitario que cuide el medio ambiente?

Tabla # 14
Porcentaje Pregunta 6

Conoce de alguna empresa que ofrezca
material publicitario que cuide el medio
ambiente

SI	5%	15
NO	88%	299
TAL VEZ	7%	25



Figura# 11. Tabla Estadística de la encuesta

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Análisis:

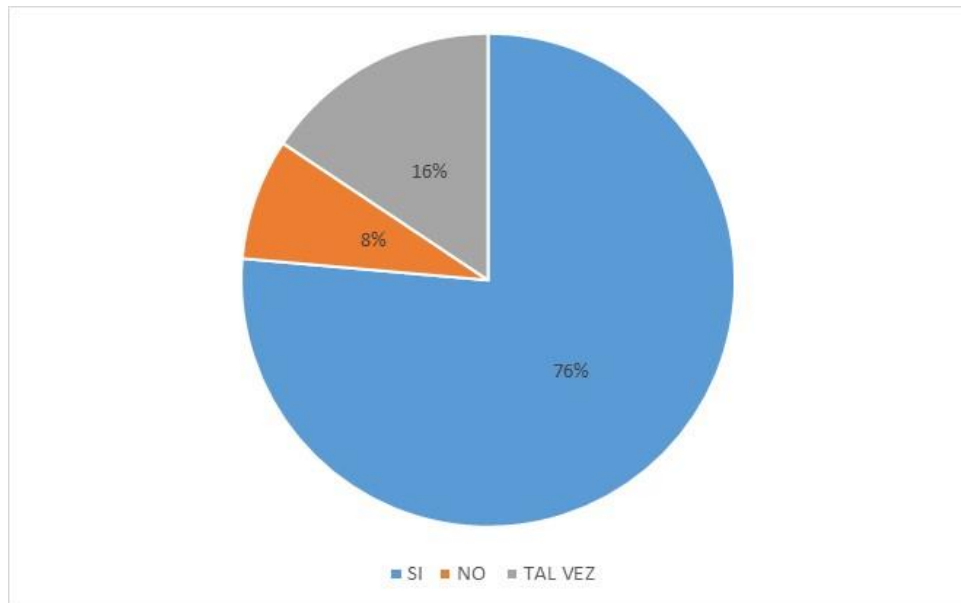
El 88% de las personas encuestadas no tienen conocimiento de alguna una empresa que tenga los servicios de artículos promocionales con material ecológico. Tenemos un 5% que tiene algún conocimiento y con un 7% otros que pueden ser proveedores.

La empresa tiene oportunidad de brindar nuestros servicios porque en el mercado no existe una empresa que brinde material publicitario con el cual se pueda cuidar el medio ambiente esto puede generar una gran demanda con las empresas que quieran adquirir nuestros productos y servicios.

7.- ¿le gustaría adquirir material publicitario ecológico para el cuidado del medio ambiente?

Tabla # 15
Porcentaje Pregunta 7

le gustaría adquirir material publicitario ecológico para el cuidado del medio ambiente		
SI	76%	259
NO	8%	27
TAL VEZ	16%	53



Figura# 12. Tabla Estadística de la encuesta

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Análisis.-

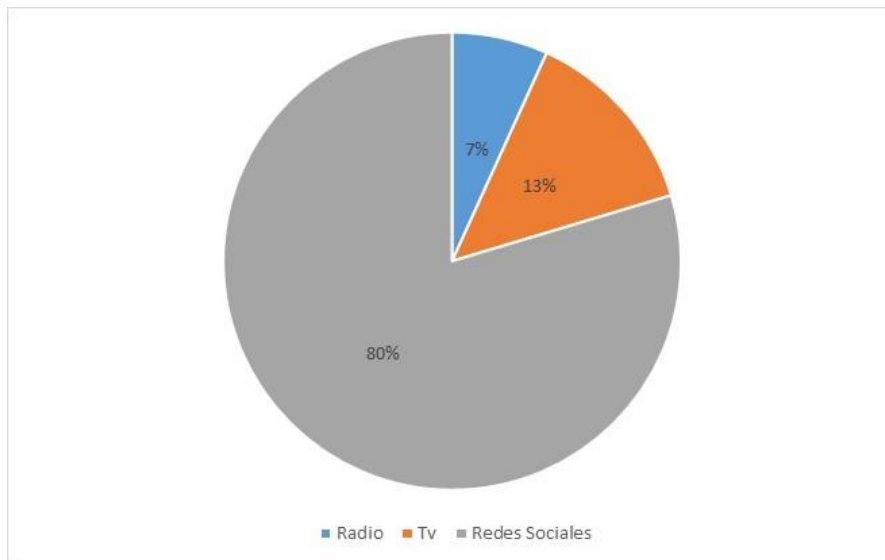
Observamos que el 76% de las personas si están dispuestas en adquirir material publicitario para el cuidado del medio ambiente, puede ser una gran fortaleza para nuestra empresa brindar este servicio con material reciclado ya que en el mercado hay poca demanda de los mismos, las personas estarían prestos a comprar nuestros productos dándonos así la oportunidad de situarnos como una empresa importante para nuestros clientes.

8.- ¿Que medios de comunicación utiliza habitualmente para conocer nuevos productos?

Tabla # 16
Porcentaje Pregunta 8

Que medios de comunicación utiliza habitualmente para conocer nuevos productos

Radio	7%	23
Tv	13%	46
Redes Sociales	80%	270



Figura# 13. Tabla Estadística de la encuesta

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Análisis:

Obtuvimos un resultado de 80% de personas encuestadas, el cual el medio habitual para conocer nuevos productos o servicios son las redes sociales, la tv obtuvo un 13% y la radio un 7%.

Es importante conocer este dato para nuestra empresa ya que estamos conscientes que la mayoría de personas utilizan las redes sociales es la mejor manera de manejar publicidad en internet por que podemos llegar a más personas en todo el mundo nuestra publicidad se manejara por redes sociales e internet pero sin dejar a un lado los otros medios de comunicación

IV. Capítulo

Estudio Técnico

Introducción:

Realizar un estudio técnico para nuestra empresa es de gran importancia, podremos estudiar la localización de nuestra empresa, la maquinaria con la que contaremos y el tamaño de nuestras instalaciones.

4.1 Tamaño del proyecto

La capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción. Las máquinas de estampado para serigrafía y los materiales, para realizar nuestro trabajo dependerán del desarrollo de la empresa y la atención para nuestros clientes.

Tomando en cuenta que nuestra muestra que es de 339.26

4.1.1 Capacidad Instalada

La infraestructura necesaria para un funcionamiento de calidad en todas las áreas, los servicios y equipos de nuestra empresa, bajo las condiciones tecnológicas que requiera la misma, con la mayor comodidad para nuestros empleados.

4.1.1.1 Maquinaria

Maquina circular

Para el presente proyecto utilizaremos una maquina circular serigrafía eléctrica está diseñada para realizar estampados en cualquier tipo de bolígrafos en varios colores esta máquina también puede estampar cualquier objeto cilíndrico ya sea termos o envases pasticos.



Figura# 14. Maquina circular
Fuente: www.mercado libre.com
Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Maquina plana serigrafía

Esta máquina nos proporciona cualquier tipo de estampado en superficies planas ya sea plástico, textil. Metal o vidrio



Figura# 15. Maquina plana

Fuente: www.mercado libre.com

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Maquina Tampográfica de 5 colores

Esta máquina es eléctrica y permite un estampado a los artículos promocionales en cualquier tipo de superficie y consta de 5 colores



Figura# 16. Maquina Tampográfica

Fuente: www.mercado libre.com

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Pulpo para serigrafía

Es una máquina que nos permite estampar cualquier prenda textil costa de 8 colores y 8 estaciones, tiene un aproximado de 900 prendas estampas por hora.



Figura# 17. Maquina Pulpo
Fuente: www.mercado libre.com
Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Pre secador Eléctrico

Permite un secado al estampado textil y consta de un control de temperatura



Figura# 18. Maquina presecador
Fuente: www.mercado libre.com
Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Plancha termo fijador

Permite una larga duración a los estampados que se realiza en las prendas textiles consta de un control de temperatura para mantener un calor uniforme.



Figura# 19. Maquina termo fijador

Fuente: www.mercado libre.com

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Mesa de revelado

Esta máquina nos permite revelar cualquier diseño en las matrices consta con un horno para el secado de los marcos, timer digital y funciones automáticas



Figura# 20. Maquina mesa de revelado

Fuente: www.mercado libre.com

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Auxiliares de Serigrafía

Poliuretanos, durezas 65, 75, 85.



Figura# 21. Poliuretanos

Fuente: buestan

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Emulsionadores.



Figura# 22. Emulsionadores

Fuente: buestan

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Racles de Aluminio.



Figura# 23. Racles de aluminio

Fuente: buestan

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Sedas desde la 15 hasta la 180T



Figura# 24. Seda

Fuente: buestan

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Maquinaria Diseño Grafico

Computadora Mac

Procesador 1,4 GHz Core i5 de Intel de doble núcleo, Memoria 8gb, disco duro de 500gb, HD graphics 500 intel.

Para nuestros diseñadores es fundamental contar con una computadora de estas características. Ya que los diseños siempre tienen que contar con alta calidad y un manejo excelente.



Figura# 25. Imac

Fuente: www.apple.com

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Impresora a laser

Velocidad 12 ppm Primera página en 10 sg, Resolución 1200x1200 dpi, Memoria de 2 MB, Toner 2000 hojas, 1 bandeja entrada (150 hojas) Salida de 100 hojas, Papel normal, sobres, etiquetas y transparencias.

Necesitamos una impresora con estas características para lograr impresiones de calidad para que al momento de grabar en las matrices pueda perdurar por más tiempo y no tener ningún inconveniente al momento de entregar nuestro producto al cliente.



Figura# 26. Impresora

Fuente: www.hp.com

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

4.1.2 Capacidad Óptima

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital a obtener el costo unitario mínimo (BACA, Estudio Técnico, 2005)

La capacidad óptima de este proyecto tiene una relación con la capacidad productiva para evaluar la productividad de la empresa la información de las ventas y la distribución del el tiempo es muy importante, de esta manera se conseguimos mayores ventas necesitaremos mayor capacidad de trabajo.

- El primer nivel se refiere a la aproximación de la localización, o sea la determinación de una región o zona probable de localización, a la cual se la denomina “macro localización”.
- El segundo nivel del estudio consistiría en un análisis determinar la ubicación concreta del proyecto, o sea su “micro localización”, en donde se llegaría a definir la ubicación exacta en la ciudad de Quito.

4.2 Localización

4.2.1 Macro localización

El presente proyecto tiene una macro localización en el Ecuador en las siguientes áreas geográficas.

- Región: Sierra
- Provincia: Pichincha
- Capital: Quito
- Sector: Norte de Quito

A continuación mostramos los factores investigados del 0 al más bajo y 1 al más alto

MACROLOCALIZACIÓN							
SECTOR	ACCESIBILIDA	SEGURIDAD SOCIAL	MOVILIDAD	SERVICIOS BASICOS	RELACIÓN PROVEEDORES	RELACIÓN CLEINTES	TOTAL
Norte	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	3,75
Centro	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,5	3.00
Sur	0,50	0,25	0,75	0,75	0,25	0,25	2,5

Tabla# 17. Macro localización

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Análisis:

Macro sector sur existe un nivel de seguridad baja los últimos datos de la policía nacional ha existido eventos negativos en esta parte de la ciudad esto puede afectar a nuestra empresa porque contamos con maquinaria muy costosa por lo que puede perjudicar a nuestro trabajo y a nuestros clientes, en cuanto a la movilidad es normal en este punto de la ciudad existen diferentes líneas de transporte y se implementado una mejor fluidez

Los servicios básicos en este sector son buenos y se encuentran en función, con lo que respecta a nuestros clientes y proveedores se encuentran muy distanciados la mayoría de estos están ubicados en el sector norte puede ser una falencia para poder lograr una relación buena entre clientes y la empresa.

Macro sector centro existe un nivel elevado de seguridad por la afluencia de turistas que están contante movimiento en este sector de la ciudad cuenta con vigilancia policial la mayoría del tiempo, el transporte en esta parte de la ciudad cuanta con diferentes líneas de transporte en las cuales se puede viajar a cualquier destino de Quito aunque en ciertas horas del día existe mucha afluencia de automóviles. Los servicios básicos en este sector son buenos y están en funcionamiento.

La relación con nuestros clientes y proveedores podría ser buena ya que no están muy distantes, el sector norte se encuentra en crecimiento y podremos atender a nuestros clientes de una mejor manera.

Macro sector norte de la ciudad existe un nivel de seguridad aceptable en la mayoría de empresas o lugares residenciales cuenta con vigilancia privada eso la convierte en un sector donde existe seguridad para las empresas.

En la actualidad el sistema de transporte público en el norte de Quito cuenta con varias líneas de viaje y con disponibilidad a cualquier hora aunque en ciertas horas del día existe demasiada afluencia de vehículos, en cuanto a servicios básicos son buenos en esta parte de la ciudad.

La mayoría de nuestros clientes y proveedores se encuentran en este sector por lo cual podemos manejar una mejor relación y manejar una constante comunicación, el sector norte de la ciudad se encuentra en un constante crecimiento y tendremos la facilidad de manejar de mejor manera a nuestros clientes en este sector.

4.2.2 Micro localización

Después de un análisis para determinar el macro sector donde se encontrara ubicada nuestra empresa logramos extraer sectores específicos para tener una ubicación exacta donde estarán ubicada las instalaciones de nuestra empresa

Siguientemente realizaremos un estudio de factores que nos proporcionaran un determinado lugar donde estarán las instalaciones de la empresa, dando la misma valoración utilizada para encontrar el macro sector:

MICROLOCALIZACIÓN							
SECTOR	ACCESIBILIDA	SEGURIDAD SOCIAL	MOVILIDAD	SERVICIOS BASICOS	RELACIÓN PROVEEDORES	RELACIÓN CLEINTES	TOTAL
Iñaquito	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	3,75
La mariscal	0,50	0,5	0,75	0,75	0,5	0,5	3.00
Sector aeropuerto	0,75	0,50	0,75	0,75	0,25	0,25	2,5

Tabla# 18. Micro localización

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Análisis:

El sector Iñaquito es muy transitado por lo que cuenta con una asequibilidad elevada con un sistema de transporte muy bueno, por lo que movilizarse en este sector a cualquier parte de la ciudad no se tendrá ningún inconveniente pero si en horas que usualmente existe demasiada afluencia de vehículos

La seguridad es muy elevada ya que en esta parte de la ciudad están ubicadas importantes empresas, además de ser un sector organizado y tranquilo por la gran afluencia de personal policial, existe un nivel de servicios básicos y tecnológicos muy elevados, la mayoría del tiempo están en funcionamiento, además de albergar a la mayoría de empresas importantes de la ciudad que pueden ser nuestros clientes, esto genera mayor posicionamiento en el mercado para nuestra empresa.

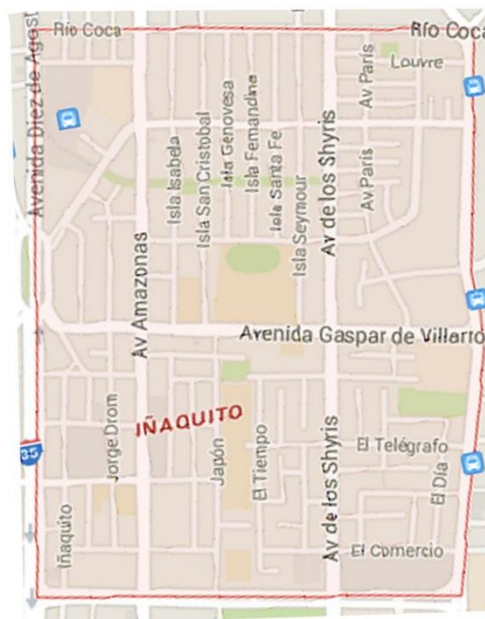
El sector la mariscal cuenta con una gran afluencia de automóviles por lo que movilizarse a tiempo en esta parte de la ciudad es muy complicado. La seguridad en este sector no es muy buena según los datos de la policía nacional en este sector existen organizaciones delictivas, consta de servicios básicos y tecnológico muy buenos y siempre están en un constante funcionamiento, tiene un crecimiento poblacional constante por lo que nos favorecerá para encontrar clientes potenciales que quieran adquirir nuestros servicios.

En sector el aeropuerto existe una asequibilidad buena por lo que movilizarse en este punto de la ciudad no tiene ningún inconveniente por que la afluencia de automóviles no es muy elevada, la seguridad en este sector no es buena porque existen muchos lugares de entretenimiento y ciertos grupos violentos, dispone de todos los servicios básicos y siempre están en funcionamiento con un crecimiento poblacional normal los cuales podrán adquirir nuestros servicios.

Mediante el análisis realizado podemos llegar a la conclusión que los micro sectores adecuados para las instalaciones de la empresa pueden ser el sector de Ñaquito y mariscal pero tomando en cuenta el factor de la seguridad, que es muy importante para nuestra empresa y por el cuidado de los recursos humanos como materiales, es factible colocar a nuestra empresa en el sector de Ñaquito.

4.2.3 Localización Óptima

Después del análisis que realizamos podemos llegar a la conclusión que es factible establecer las instalaciones de la empresa en el sector de Ñaquito entre la Av. Los chiris e Isla floreana.



Figura# 27. Localización optima

Fuente: Google maps

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

4.3 Ingeniería del producto

Introducción

“Es el diseño y desarrollo del producto desde la concepción inicial hasta su puesta en el mercado. Implica una continua toma de decisiones basadas en conocimiento positivo para ir modelando el producto que se desarrolla de acuerdo a factores tales como: Necesidades y costumbres de los usuarios, calidad, funcionalidad, novedad, costes, estrategia de marca, precio de venta, distribución y logística.”

4.3.1 Definición del producto

La creatividad y la innovación es la expectativa que desean los clientes al momento de adquirir nuestro producto para satisfacer las necesidades del grupo objetivo al cual estará dirigido con precios accesibles.

Mediante la técnica de serigrafía elaboraremos productos que cuenten con características esenciales y únicas, siendo un producto original e innovador, ofreceremos artículos promocionales con la técnica de serigrafía para las empresas.

Los artículos promocionales serán total mente reciclados y ecológicos esto ayudará a que las empresas puedan cuidar el medio ambiente. Los diseños que se realicen en los mismos dependerán de las necesidades y al grupo objetivo de nuestros



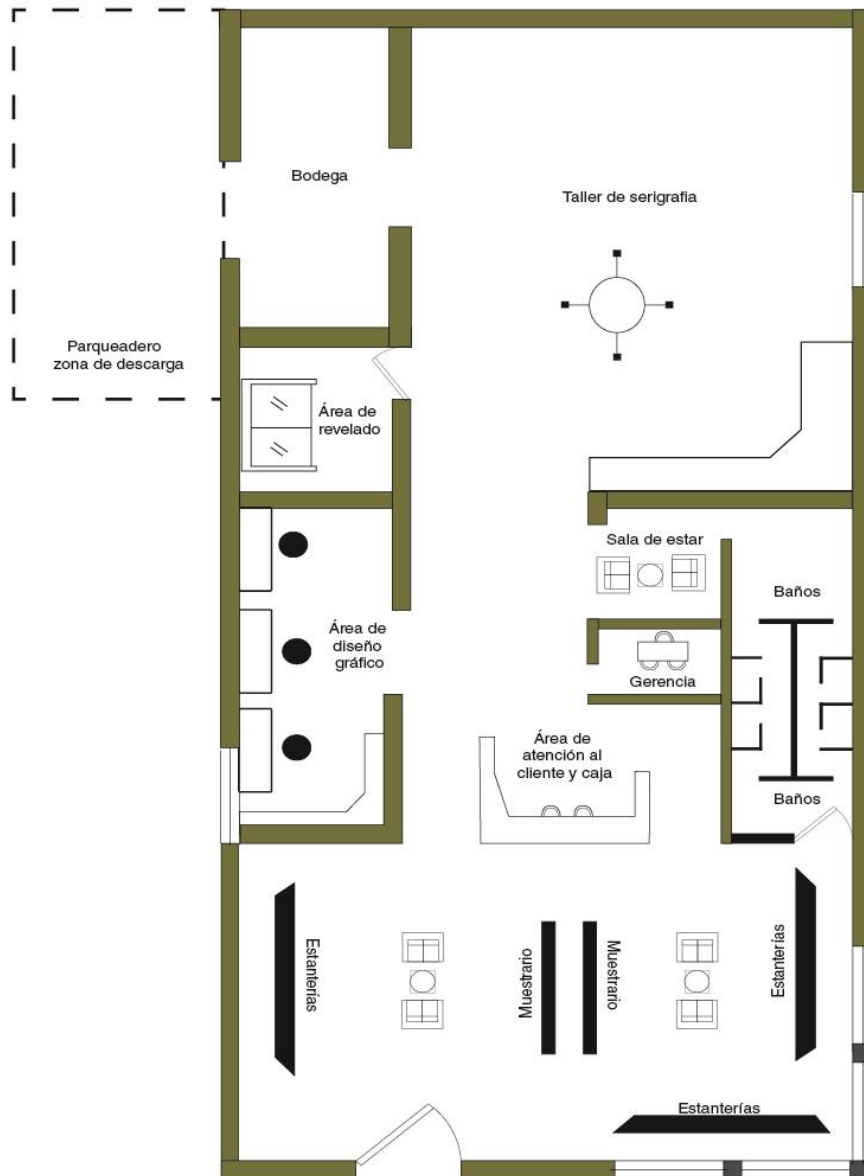
clientes, el costo dependerá del tipo artículo que se desea adquirir y su cantidad manteniendo siempre un servicio de calidad.

4.3.2 Distribución de la plata

Realizaremos un plano en el cual estarán distribuidos las áreas de la empresa, la ubicación tanto de las estaciones de trabajo como de la maquinaria y los puntos de almacenamiento de la empresa.

Figura# 28. Distribución de la planta

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez



4.3.2.1 Dimensiones de la planta

La micro empresa va a estar distribuida en diferentes áreas y dimensiones

ÁREAS	DIMENSIONES
Área de revelado	7,32 m2
Área de diseño grafico	16,32m2
Taller de serigrafía	32,32 m2
Gerencia	6,32 m2
Área de estanterías	24 m2
Bodega	17,32 m2
Baños	24,32 m2
Parqueadero	14,25 m2
ÁREA TOTAL	118,53 m2

Tabla# 19. Dimensiones de la planta

Fuente: Investigación

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez



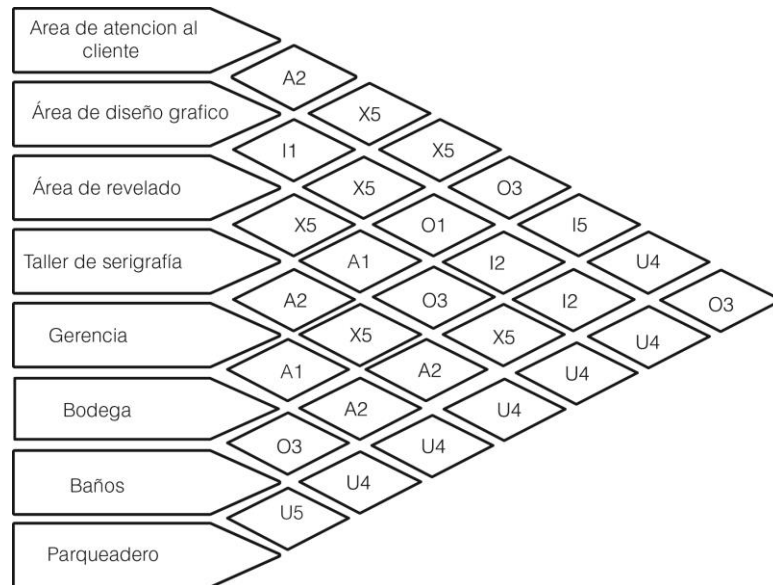
4.3.2.2 Layout

Grados de Cercanía	Razones de Cercanía
A Absolutamente importante	1= Por precaución
E Especialmente importante	2= Por cercanía del proceso
I Importante	3= Por higiene
O Cercanía ordinaria	4= Por manejo del proceso
U No importante	5= Por ruido
X Indeseable	6= Por cuestiones Administrativas

Tabla# 20. Cuadro de ayuda layout

Fuente: Investigación

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez



Figura# 29. Cuadro de ayuda layout

Fuente: Investigación

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

4.3.2.3 Descripción del proyecto

Área de atención al cliente

Esta zona es un lugar donde nuestros clientes podrán observar todos nuestros productos siendo una de las principales en nuestra empresa, nuestros vendedores podrán estar en contacto con los clientes ofreciendo un servicio de calidad y atendiendo cualquier novedad que se pueda presentar con los clientes, esta será una de las áreas más grandes de nuestra empresa contando con la comodidad para nuestros clientes.

Área de diseño gráfico

Es un espacio donde nuestros diseñadores contarán con la tecnología necesaria para realizar los diseños de los productos de nuestros clientes no es una área muy extensa porque la comunicación es fundamental entre los diseñadores y poder resolver cualquier eventualidad que pueda presentarse, cuanta con las comodidades necesarias para nuestro personal.

Área de revelado

Esta zona se caracteriza por no contar con iluminación se podría decir que es un cuarto oscuro para el revelado aquí es donde se graban todos los diseños para los clientes para después pasar al taller de serigrafía donde se realizará el estampado

Taller de serigrafía

Esta área es una de las principales de la empresa aquí es donde se realizan los estampados de los diseños en los artículos promocionales, cuanta con un espacio muy extenso y con todas las herramientas para realizar el trabajo.

Gerencia

Es una zona en la cual dispone la comodidad y las herramientas necesarias para realizar su trabajo, esta área es la más importante en la empresa porque su función es organizar a la empresa y cubre grandes responsabilidades como un buen uso de los recursos, capitales, humanas y de equipos.

Bodega

En este espacio es donde se almacena toda la materia prima, materiales que son esenciales para el proceso de producción de nuestros de los productos.

Baños

Los baños serán para clientes y empleados tendrá sus respectivas secciones tanto para mujeres como para caballeros.

Parqueadero

Este servicio es exclusivo para clientes y proveedores que necesiten descargar la materia prima u otro trabajo para un mejor servicio y comodidad

4.3.3 Proceso productivo

-El proceso productivo consiste en la transformación de factores productivos en bienes o servicios. Un proceso productivo incluye acciones que ocurren en forma planificada, y producen un cambio o transformación de materiales, objetos y/o sistemas, al final de los cuales obtenemos un producto.

El proceso productivo de la empresa es realizar serigrafía en artículos promocionales con material reciclado para obtener ingresos para satisfacer las demandas de la empresa, y así puede mantenerse en el mercado.

El proceso productivo es el desarrollo del producto de la empresa en distintas etapas o fases para conseguir un producto finalizado el cual esté listo para el mercado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y poder llegar al grupo objetivo que se necesita.

4.3.3.1 Tipos de sistemas de producción

Son tres tipos de sistemas de producción analizaremos cual es el más conveniente a nuestro proyecto.

- Sistema productivo continuo
- Sistema productivo intermitente por lotes
- Sistema productivo de proyectos

El más adecuado para nuestro proyecto es un sistema productivo continuo porque es un determinado producto el cual nos dedicaremos a la producción en un largo periodo la producción es continua y acelerada sin intercepciones pero también puede ser mejorado con los distintos cambios que exija nuestro cliente y el constante cambio en el mercado.

Materiales para serigrafía

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO FINAL	DESCRIPCION GENERAL
Tintas	10	18	180	Distintos colores marca bues tan
Emulsión	1	50	50	Marca Bues tan
solventes	6	15	90	Marca Bues tan
Matrices	6	15	90	Tamaño A5 de aluminio
Racleta	3	8	24	Aluminio de 5cm
		TOTAL	434	

Tabla# 21. Materiales serigrafía

Fuente: Investigación

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Equipos de Diseño Gráfico

EQUIPOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO FINAL	DESCRIPCION GENERAL
Computadora Mac	2	1,2	2400	21,5 pulgadas a 2,7GHz
Impresora a laser	1	80	80	Hp impresión a laser
Teléfono	1	60	60	Teléfonos de escritorio
Router wifi	1	21	21	Router wireles TP-link
		TOTAL	2561	

Tabla# 22. Equipos diseño Grafico

Fuente: Investigación

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez



Materiales de oficina

EQUIPOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO FINAL
Grapadora	2	1	10
Reglas	1	2	4
Sillas	1	6	25
Resmas de papel	1	5	5
Mesas	4	75	300
calculadoras	2	5	10
		TOTAL	344

Tabla# 23. Materiales de oficina

Fuente: Investigación

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Activos Fijos

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. (<http://debitoor.es/glosario>).

Activo diferido

Representan costos y gastos que no se cargan en el período en el cual se efectúa el desembolso sino que se pospone para cargarse en períodos futuros, los cuales se beneficiaran con los ingresos producidos por estos desembolsos; aplicando el principio contable de la asociación de ingresos y gastos. Son gastos que no ocurren de manera recurrente (<http://registrocontable.wikispaces.com>).

CUADRO DE ACTIVOS

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNIT	V.TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO				
Maquina circular	unidad	1		8,000
Maquina Plana Seri grafica	unidad	1		2,000
Maquina Tampográfica	unidad	1		5,000
Pulpo para serigrafía	unidad	1		1,600
Pre secador	unidad	1		120
Plancha termo fijadora	unidad	1		600
Mesa revelado	unidad	1		200
				17,520
MATERIALES DE ESTAMPADO				
Tintas	unidad	10	18	180
Emulsiones	unidad	1	50	50
Solventes	unidad	6	15	90
Matrices	unidad	6	15	90
Racleta	unidad	3	8	24
			106	434
EQUIPOS DE DISEÑO GRAFICO				
Computadora imac	unidad	2	1200	2400
Impresora a laser	unidad	1	80	80
Teléfono	unidad	1	60	60
Router wifi	unidad	1	21	21
				2,561
MATERIALES DE OFFICINA				
Grapadora	unidad	2	1	10



Regla	unidad	1	2	4
Sillas	unidad	1	6	25
Resma de papel	unidad	1	5	5
Mesas	unidad	4	75	300
Calculadora	unidad	2	5	10
			94	344
TOTAL DE ACTIVOS				
Activos diferidos				
Estudio de Factibilidad				1500
Gastos de adecuación del local				
Gastos de construcción				500
TOTAL DE CAPITAL OPERACIÓN			200	2,000
TOTAL DE LA INVERCION				22.859,00
PORCENTAJE PARTICIPACION				
PORCENTAJE DE PARTICIPACION			100%	

Tabla# 24. Cuadro activos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

4.3.4 Marca

La marca es aquel símbolo personal que identifica a la empresa, y se la utiliza la sus servicios y productos.



El logo de nuestra empresa está constituido por dos palabras la V y I que están unidas, conformando el nombre de la empresa que es "VAS-INK" VAS es el comienzo del apellido del creador de la empresa queremos que se identifique de esa manera para tener una tradición familiar, INK su significado en inglés es tinta nuestra materia prima más importante son las tintas que utilizamos para realizar nuestro producto por esto decidimos incluirla en nuestro logotipo, con esto queremos que el logo tipo se quede en la mente de nuestros clientes siendo fácil de recordar de una manera creativa, lo conforma también una mancha de pintura que denota que nuestra empresa tiene algo que ver con tintas e impresión o estampado en serigrafía .

Es una marca empresarial porque nuestro grupo objetivo son las empresas y queremos que denote seriedad y compromiso de nuestra marca

4.3.4.1 Slogan:

Marcando Ideas

Nuestro eslogan resalta las ideas de nuestros clientes al momento de adquirir publicidad la palabra “Marcado” tiene que ver con la estampación no solo queremos que se estampe una logotipo o una marca si no que se estampen ideas creativas en cada artículo promocional .

4.3.4.2 Misión

Ofrecer un producto de calidad que pueda cumplir con las expectativas de nuestros clientes con un alto estándar de trabajo, siendo una empresa innovadora cumpliendo los requerimientos de nuestros clientes teniendo la debida ética y moral, innovándonos constantemente para un mejor servicio.

4.3.4.3 Visión

Establecer la empresa de serigrafía y diseño gráfico para realizar publicidad en artículos promocionales en el mercado en el plazo de un año; haciendo de este un negocio rentable con ganancias liquidas y poder ser una de las empresas reconocidas en el país

4.3.4.4 Objetivos

Objetivo General

Ser una empresa altamente competitiva dando lo mejor en cada producto que realicemos siendo creativos he innovadoras y que cumplan con las necesidades y expectativas de cada cliente.

Objetivos específicos

Entregar a nuestros clientes un trabajo de calidad con una imagen creativa para lograr posicionarnos en el mercado

Contar con personal capacitado y especializados en cada área que se desempeñe que pueda genera ideas innovadoras y creativas para llegar a nuestro grupo objetivo.

4.3.4.5 Plan de Difusión y Marketing

4.3.4.6 Publicidad

Estrategia Creativa:

Beneficios Racionales

Beneficios Racionales

- Cuidado del medio ambiente
- Innovación

Beneficios Emocionales

- Compromiso
- Responsabilidad

Mensaje Básico:

- El medio ambiente se cuida responsablemente

Tono:

- El tono que utilizaremos será competitivo, queremos que nuestra empresa tenga los más altos estándares de calidad y de servicio para lograr posicionarnos en el mercado.

Estilo:

Ejecutivo nuestro producto está dedicado a las empresas por ese motivo tiene que existir seriedad y compromiso por parte de nuestra empresa

Eje de campaña

- Comprometámonos con el medio ambiente para innovar el mundo
- **Slogan:** Marcando ideas
- **4.3.2.2.2 Plan de medios**
- **Medios Primarios:** Facebook
- **Medios Secundarios:** Emailing

4.3.2.2.3 Plan de Marketing**Estrategias de Producto**

Crear una empresa de serigrafía y diseño gráfico para realizar publicidad en artículos promocionales ecológicos con ideas creativas personalizadas con el fin de satisfacer las necesidades de nuestro grupo objetivo.

Estrategias de Precio

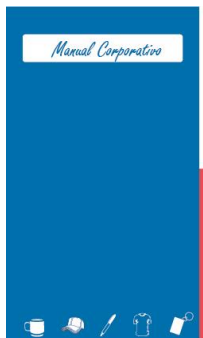
- **Estrategia # 1.**-Ingresar al mercado artículos promocionales ecológicos con precios accesible al bolsillo de nuestro grupo objetivo.
- **Objetivo # 1.**- Captar la atención del 70% de consumidores potenciales para nuestro producto. En el primer trimestre de su introducción.
- **Acción # 1.**- Ofrecer precios bajos en artículos promocionales dependiendo de la cantidad que adquiera nuestro grupo objetivo

Estrategias de Plaza

- **Estrategia #** Por medio de un catálogo promocionar nuestros productos a las empresas.
- **Objetivo # 1.**- Identificar adecuadamente a los cliente potenciales para nuestra empresa.
- **Acción # 1** obsequiar muestras de nuestro productos para nuestros clientes.
- **Estrategia # 2.**- Marketing Directo.- En nuestro local ubicaremos a nuestro producto en perchas llamativas.
- **Objetivo # 2.**- Captar la atención de nuestro grupo objetivo, ofreciendo nuestros productos de una forma directa en nuestro local
- **Acción # 2.**- Se ubicarán perchas de una manera creativa, dentro de nuestros locales, resaltando nuestros productos



- **Estrategia # 1.-** Ofrecer descuentos por la compra de la cantidad de artículos promocionales que adquiera nuestro cliente
- **Objetivo # 1.-** Incentivar para que nuestros clientes puedan mantenerse en la empresa
- **Acción #** esta promoción se realizará por la compra de 500 de artículos promocionales en adelante.
- **Estrategia # 2.-** Enviaremos e-mails que contengan los productos e información de nuestra empresa y los servicios que ofrecemos para mantener informados a nuestros clientes
- **Objetivo # 2.-** Crear un e- mail que contenga un catálogo de nuestro productos
- **Acción # 2.-** Ofrecer una comodidad de compra a nuestros clientes por medio de e-mail o venta personal.



Misión

Ofrecer un producto de calidad que pueda cumplir con las expectativas de nuestros clientes con un alto estándar de trabajo, siendo una empresa innovadora cumpliendo los requerimientos de nuestros clientes teniendo la debida ética y moral, innovándonos constantemente para un mejor servicio.

Visión

Establecer la empresa de serigrafía y diseño gráfico para realizar publicidad en artículos promocionales en el mercado en el plazo de un año, haciendo de este un negocio rentable con ganancias líquidas y poder ser una de las empresas reconocidas en el país.



Manual Corporativo

Logotipo y Justificación

El logo de nuestra empresa está constituido por dos palabras la V y I que están unidas, conformando el nombre de la empresa que es "VAS-INK". VAS es el comienzo del apellido del creador de la empresa, queremos que se identifique de esa manera para tener una tradición familiar, INK su significado en inglés es tinta nuestra materia prima más importante son las tintas que utilizamos para realizar nuestro producto por esto decidimos incluirlo en nuestro logotipo, con esto queremos que el logo tipo se quede en la mente de nuestros clientes siendo fácil de recordar de una manera creativa, lo conforma también una mancha de pintura que denota que nuestra empresa tiene algo que ver con tintas e impresión o estampado en serigrafía.



Manual Corporativo

Estructura Visual del slogan

Nuestro slogan resalta las ideas de nuestros clientes al momento de adquirir publicidad la palabra "Marcando" tiene que ver con la estampación no solo que vemos que se estampe una logotipo o una mancha si no que se estampen ideas creativas en cada artículo promocional.

Marcando Ideas



Manual Corporativo

Estructura del logotipo

El logotipo está conformado por una mancha de pintura que nos ayuda a entender que es una empresa de serigrafía. También está conformado por la letra "I" en el cual se desprende una letra "V" que es el nombre de la empresa.



Manual Corporativo

Justificación de la tipografía

La tipografía que utilizamos en este logotipo es "BAUER" de 8pt y denota elegancia.

VAS-INH

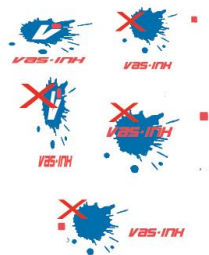
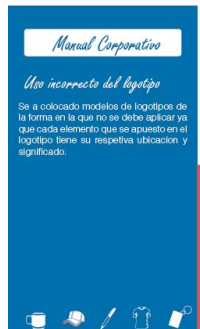
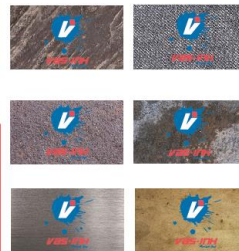
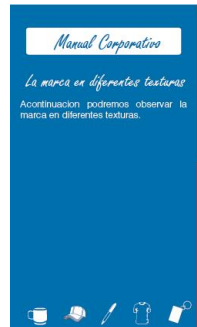
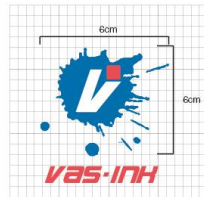
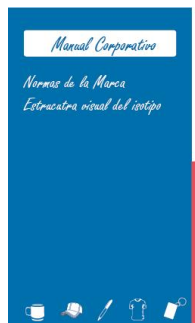
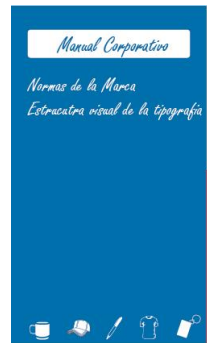
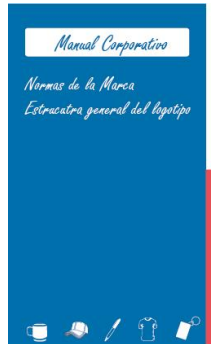


Manual Corporativo

Justificación del color

El color azul es considerado el color principal de virtud y trabajo. El color blanco es asociado con la pureza, fe, con la paz, alegría y limpieza. El color rojo tiene un significado de poder creativo es considerado un color de la realidad en la serigrafía el rojo es el color más común de la publicidad y de las tintas.





Tipografía



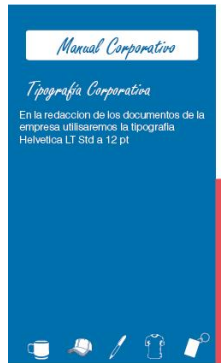
VAS-INH

Fuente	BAUER normal
Mayúsculas	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
Minúsculas	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
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Simbolos	! " # \$ % & ' () * + , - . : ;



Marcando Ideas

Fuente	Freestyle Script
Mayúsculas	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
Minúsculas	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
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Simbolos	! " # \$ % & ' () * + , - . : ;



Fuente	Helvetica LT Std
Mayúsculas	ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
Minúsculas	abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
Números	0123456789
Simbolos	{ } ~ * & # () +



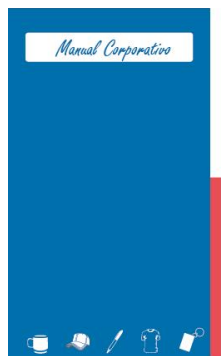
Color



Colores	CMYK	RGB
C:	100	R: 26
M:	39	G: 23
Y:	0	B: 27
K:	0	



Colores	CMYK	RGB
C:	0	R: 230
M:	96	G: 85
Y:	60	B: 78
K:	0	



Papeleria
Corporativa







V. Capítulo

Estudio financiero

En este capítulo se desarrollará el estudio financiero para establecer si el proyecto de la creación de una empresa de diseño gráfico y serigrafía situada en el norte de Quito para la realización de publicidad en artículos promocionales es viable.

5.1 Ingresos operacionales y No operacionales

De acuerdo al cálculo de la demanda insatisfecha y de la cuota de mercado mediante el siguiente cuadro se establecerá los ingresos operacionales de acuerdo a la producción y a los ingresos promedios de la asesoría con una tasa de inflación del 3,53%

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
Del al							
INGRESOS OPERACIONALES	Per. Preoperacional	01/01/2016	01/01/2017	01/01/2018	01/01/2019	01/01/2020	01/01/2020
Recuperación por ventas	\$ 0,00	\$ 187.500,00	\$ 194.062,50	\$ 200.854,69	\$ 207.884,60	\$ 215.160,56	\$ 222.691,18
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	\$ 0,00	\$ 129.684,11	\$ 134.215,85	\$ 139.750,41	\$ 144.663,72	\$ 150.636,89	\$ 155.964,98
FLUJO OPERACIONAL	\$ 0,00	\$ 57.815,89	\$ 59.846,65	\$ 61.104,28	\$ 63.220,88	\$ 64.523,67	\$ 66.726,20
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 33.410,00	\$ 10.952,71	\$ 12.321,03	\$ 6.726,25	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 33.410,00	\$ 32.430,60	\$ 32.251,06	\$ 34.638,13	\$ 38.198,71	\$ 39.513,63	\$ 40.873,48
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ 0,00	(\$ 21.477,89)	(\$ 19.930,03)	(\$ 27.911,88)	(\$ 38.198,71)	(\$ 39.513,63)	(\$ 40.873,48)
FLUJO NETO GENERADO	\$ 0,00	\$ 36.338,00	\$ 39.916,62	\$ 33.192,40	\$ 25.022,17	\$ 25.010,04	\$ 25.852,72
SALDO INICIAL DE CAJA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 36.338,00	\$ 76.254,62	\$ 109.447,02	\$ 134.469,19	\$ 159.479,22
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 0,00	\$ 36.338,00	\$ 76.254,62	\$ 109.447,02	\$ 134.469,19	\$ 159.479,22	\$ 185.331,94

Tabla# 25. Flujo de caja

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez



5.2 Costos

Representa el costo o el gasto económico que se realiza para la fabricación del producto o de un servicio.

5.2.1 Costo directo

El costo indirecto son gastos para la realización del producto y estos son: publicidad en artículos promocionales, materia prima para la serigrafía, los servicios como luz, agua, teléfono (incluyendo internet) que son muy necesarios para poder proporcionar el producto. De acuerdo a la siguiente tabla:

MANO DE OBRA DIRECTA				
		REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN
OBREROS	CANTIDAD	MENSUAL INDIV.	MENSUAL TOTAL	ANUAL
OBREROS CALIFICADOS	3	\$ 354,00	\$ 1.062,00	\$ 12.744,00
TOTAL	3	\$ 354,00	\$ 1.062,00	\$ 12.744,00
SUMINISTROS ANUALES				
		VALOR	VALOR	VALOR
CONCEPTO		INDIVIDUAL	MENSUAL	ANUAL
ENERGÍA ELÉCTRICA (KW/h)		\$ 0,52	\$15,6	\$187,00
INTERNET		\$ 25	\$ 25	\$300,00
AGUA POTABLE (m3)		\$ 1.87	\$ 56,1	\$ 673,00
TOTAL				\$ 1.160,00
MATERIAS PRIMA				
PRODUCTO	CANTIDAD	COST. UNID. DÓLARES	COST. TOTAL	
ARTICULOS PROMOCIONALES	30.000,00	\$ 0,60	\$ 18.000,00	
TINTAS	20,00	\$ 18,00	\$ 360,00	
EMULCION	10	\$ 50,00	\$ 500,00	
SOLVENTES	30	\$ 15,00	\$ 450,00	
MATRICES	15	\$ 15,00	\$ 225,00	
TOTAL			\$ 19.535,00	
VALOR TOTAL			\$ 34.079,00	

Tabla# 26. Costos directos

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Determinado los costos directos que son necesarios para la ejecución del proyecto de \$34.079,00 anuales, aumentando su valor en el mercado por medio de la inflación dependiendo del aumento o disminución.

5.2.2 Costos indirectos

El costo indirecto es el gasto no periódico o mensual pero son necesarios para la elaboración del producto. En esta tabla mostraremos los gastos de los costos indirectos para la fabricación.

MANO DE OBRA INDIRECTA				
CONCEPTO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN		
		VALOR HORA.	MENSUAL TOTAL	ANUAL
ASESOR TÉCNICO	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
TOTAL	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
MATERIALES INDIRECTOS				
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR		
		UNITARIO	MENSUAL	TOTAL
CAJAS	1.000,00	\$ 0,08	\$ 80,00	\$ 960,00
fundas	1.000,00	\$ 0,02	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL		\$ 0,10	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Valor TOTAL				2.160,00

Tabla# 27. Mano de obra indirecta

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

5.2.3 Gastos Administrativo

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
PERSONAL ADMINISTRATIVO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL
GERENTE GENERAL	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
ASISTENTE			\$ 0,00	\$ 0,00
CONTADOR	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00
SECRETARIA	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00
MENSAJERO			\$ 0,00	\$ 0,00
	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SUBTOTAL	3	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 15.696,00
			GASTOS MENSUALES	TOTAL ANUAL
			\$ 354,00	\$ 4.248,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 150,00	\$ 1.160,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 48,33	\$ 579,96
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 6,67	\$ 80,04
			\$ 41,67	\$ 500,04
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 191,67	\$ 2.300,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 792,34	\$ 9.508,04
			\$ 2.100,34	\$ 25.204,04

Tabla# 28. Gastos administrativos

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

\$ 25.204,4 serán los gastos determinados para la ejecución del presente proyecto para el primer año.

5.2.4 Costos de Ventas

En el siguiente grafico se muestran los gastos de venta que se ha coloca para producir el producto.

COSTO DE VENTAS				
		SUELDO	TOTAL	REMUNERACIÓN
PERSONAL DE VENTAS	CANTIDAD	MENSUAL	MENSUAL	ANUAL
VENEDORES	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00
SUBTOTAL	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD			\$ 150,00	\$ 1.800,00
TOTAL			\$ 504,00	\$ 6.048,00

Tabla# 29. Gastos de ventas

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Se determinó que el gasto del personal de ventas y la publicidad del primer año es de \$ **9.955,00** y se irá aumentando con la tasa del crecimiento del sector al que pertenece durante los 5 años que dura el presente proyecto.

5.2.5 Costos Financieros

Es la principal variable que se debe tener en cuenta al elegir un préstamo personal, prendario o hipotecario, ya que es el mejor indicador del costo global que deberá afrontar el cliente.

TABLA DE PAGOS (crédito a L/P)	
Monto de préstamo	\$ 30.000,00
Plazo de años	6
Periodo de gracia (Años)	1
Interés	9,25%
Fecha inicio plazo	01-ago-07

Tabla# 30. Créditos

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Mediante el presente cuadro se muestra los costos financieros del presente proyecto durante los 5 años de durabilidad.

5.2.6 Cotos fijos y variables

PUNTO DE EQUILIBRIO		
COSTOS FIJOS	01/01/2016	Porcentaje
Valores		
Mano de obra directa	\$ 12.744,00	9,21%
Mano de obra indirecta	\$ 2.160,00	3,07%
Reparación y mantenimiento	\$ 80,00	0,25%
Arriendos	\$ 0,00	0,00%
Seguros	\$ 0,00	0,00%
Imprevistos	\$ 200,00	0,60%
Depreciación y Amortización	\$ 3.336,00	3,27%
Costos de Ventas	\$ 6.048,00	7,49%
Gastos de Administración	\$ 25.204,04	28,29%
Gastos Financieros	\$ 2.967,75	2,23%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 52.739,79	54,41%
COSTOS VARIABLES		
Materias primas consumidas	\$ 19.535,00	15,80%
Suministros	\$ 150,00	0,45%
Materiales Indirectos	\$ 1.200,00	29,34%
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 20.885,00	45,59%
PUNTO DE EQUILIBRIO		
VALORES	\$ 73.624,79	70,89%

Tabla# 31. Punto de equilibrio

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

5.1 Inversiones

5.2 Inversión fija

5.2.1.1 Activos fijos

Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal), y son los q posee la empresa. De acuerdo a la siguiente tabla:

ACTIVOS FIJOS	VALORES	PORCENTAJE
Terrenos	\$ 0,00	0,00%
Edificios	\$ 0,00	0,00%
Almacén Comercial	\$ 0,00	0,00%
Galpón Industrial	\$ 0,00	0,00%
Vías de acceso	\$ 0,00	0,00%
Parqueadero, carga y descarga	\$ 0,00	0,00%
Cerramiento	\$ 0,00	0,00%
Maquinaria y Equipo	\$ 17.520,00	74,00%
Computadores	\$ 2.561,00	4,06%
Laboratorio	\$ 0,00	0,00%
Muebles y Enseres	\$ 343,00	10,00%
Software	\$ 200,00	0,00%
Estructura especiales	\$ 0,00	0,00%
Multimedia	\$ 0,00	0,00%
Menaje	\$ 0,00	0,00%
Vehículo	\$ 0,00	0,00%
Otros	\$ 0,00	0,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 20.624,00	88,06%

Tabla# 32. Activos fijos

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Estos activos se los utilizara en la parte operativa para que se conviertan en un apoyo para el presente proyecto.

5.2.1.2 Activos nominales (diferidos)

Las inversiones en activos nominales son todas aquéllas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos de Instalación	\$ 500,00	1,35%
Capacitación	\$ 0,00	0,00%
Investigación y desarrollo	\$ 0,00	0,00%
Gastos Legales de Constitución	\$ 1.800,00	4,88%
Viajes (Contactos con Proveedores/clientes)	\$ 0,00	0,00%
Impuestos por contratar crédito	\$ 0,00	0,00%
Intereses del período per operacional	\$ 0,00	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.300,00	6,23%

Tabla# 33. Activos Diferidos

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

Una vez establecido y determinado los permisos de funcionamiento para la ejecución del proyecto, la empresa se establecerá como Persona Natural Obligada a llevar Contabilidad.

5.2.2 Capital de trabajo

La empresa entrara en función con el capital de trabajo por la suma del capital más el activo fijo y más el capital operacional, con la suma de estos valores se obtendrá el capital.

CAPITAL DE TRABAJO		
Capital de operación	\$ 3.500,00	9,48%
Total activos fijos	\$ 20.624,00	84,29%
Total activos diferidos	\$ 2.300,00	6,23%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 26.424,00	100,00%

Tabla# 34. Capital de trabajo
Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

El capital de trabajo para la operación de la empresa en el transcurso de un año será \$ 26.824,00

5.2.3 Fuentes de financiamiento y usos de fondos

En el cuadro de inversiones se puede observar que del total de inversión requerida el 7,5% será aportado por capital propio, y el 92,5% con financiamiento de un microcrédito. Que se lo realiza por medio del Banco del Pacífico a una tasa de interés 9,25% anual.

5.2.4 Amortización de financiamiento (Tabla de amortización)

Una amortización es una disminución gradual o extinción gradual de cualquier deuda durante un periodo de tiempo. A continuación se indicara la tabla de amortización:

Monto del crédito 30.000,00

Tasa de interés (anual) 9,25%

Numero de pagos mensuales 72

Pago mensual 544,50

PERIODOS	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				30000
1	544,5	231,25	313,24593	29686,75
2	544,5	228,835396	315,660534	29371,09
3	544,5	226,402179	318,0937506	29053
4	544,5	223,950207	320,5457233	28732,45
5	544,5	221,479333	323,0165966	28409,44
6	544,5	218,989414	325,5065162	28083,93
7	544,5	216,480301	328,0156289	27755,92

Tabla# 35. Amortización

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

5.2.5 Estado de situación Inicial

Un informe financiero o estado contable en la cual refleja el capital de la empresa o el patrimonio en esta tabla podemos ver el balance de la empresa

El estado de situación inicial, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa, a continuación el balance de la empresa

ACTIVOS FIJOS	VALORES	PORCENTAJE
Terrenos	\$ 0,00	0,00%
Edificios	\$ 0,00	0,00%
Almacén Comercial	\$ 0,00	0,00%
Galpón Industrial	\$ 0,00	0,00%
Vías de acceso	\$ 0,00	0,00%
Parqueadero, carga y descarga	\$ 0,00	0,00%
Cerramiento	\$ 0,00	0,00%
Maquinaria y Equipo	\$ 17.520,00	74,00%
Computadores	\$ 2.561,00	4,06%
Laboratorio	\$ 0,00	0,00%
Muebles y Enseres	\$ 343,00	10,00%
Software	\$ 200,00	0,00%
Estructura especiales	\$ 0,00	0,00%
Multimedia	\$ 0,00	0,00%
Menaje	\$ 0,00	0,00%
Vehículo	\$ 0,00	0,00%
Otros	\$ 0,00	0,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 20.624,00	88,06%

Tabla# 36. Estado de situación inicial

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez



5.2.7 Estados de resultados proyectados (a cinco años)

Una vez proyectados los ingresos, gastos y costos del proyecto es menester construir el estado de resultados a fin de conocer la utilidad que generará la empresa con su operación en 5 años

Estado de pérdidas y ganancias										
Períodos	01/01/2016		01/01/2017		01/01/2018		01/01/2019		01/01/2020	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
Ventas Netas	\$ 187.500,00	100,00%	\$ 194.062,50	100,00%	\$ 200.854,69	100,00%	\$ 207.884,60	100,00%	\$ 215.160,56	100,00%
Costos de Ventas	\$ 102.089,11	54,45%	\$ 105.662,23	54,45%	\$ 109.360,41	54,45%	\$ 113.188,02	54,45%	\$ 117.149,60	54,45%
Utilidad bruta en ventas	\$ 85.410,89	45,55%	\$ 88.400,27	45,55%	\$ 91.494,28	45,55%	\$ 94.696,58	45,55%	\$ 98.010,96	45,55%
Gastos de ventas	\$ 6.040,00	5,31%	\$ 10.303,43	5,31%	\$ 10.664,04	5,31%	\$ 11.037,29	5,31%	\$ 11.423,59	5,31%
Gastos administrativos	\$ 3.500,00	1,87%	\$ 3.675,00	1,89%	\$ 3.858,75	1,92%	\$ 4.051,69	1,95%	\$ 4.254,27	1,98%
Utilidad (Pérdida) Operacional	\$ 71.955,89	38,38%	\$ 74.421,85	38,35%	\$ 76.971,49	38,32%	\$ 79.607,61	38,29%	\$ 82.333,10	38,27%
Gastos financieros (Intereses)	\$ 2.967,75	1,58%	\$ 1.599,43	0,82%	\$ 233,98	0,12%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%
Pago cuotas	\$ 10.952,71	5,84%	\$ 12.321,03	6,35%	\$ 6.726,25	3,35%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO GRÁFICO Y SERIGRAFÍA SITUADA EN EL NORTE DE QUITO PARA LA REALIZACIÓN DE PUBLICIDAD EN ARTÍCULOS PROMOCIONALES



Otros egresos	\$ 798,61	0,43%	\$ 826,56	0,43%	\$ 855,49	0,43%	\$ 885,43	0,43%	\$ 916,42	0,43%
Utilidad (Pérdida) Antes de Participación	\$ 57.236,81	30,53%	\$ 59.674,82	30,75%	\$ 69.155,76	34,43%	\$ 78.722,17	37,87%	\$ 81.416,67	37,84%
15% Participación Laboral	\$ 8.585,52	4,58%	\$ 8.951,22	4,61%	\$ 10.373,36	5,16%	\$ 11.808,33	5,68%	\$ 12.212,50	5,68%
Utilidad (Pérdida) Antes de impuestos	\$ 48.651,29	25,95%	\$ 50.723,59	26,14%	\$ 58.782,40	29,27%	\$ 66.913,85	32,19%	\$ 69.204,17	32,16%
Impuesto a la renta	\$ 12.162,82	6,49%	\$ 12.680,90	6,53%	\$ 14.695,60	7,32%	\$ 16.728,46	8,05%	\$ 17.301,04	8,04%
Utilidad (Pérdida) Neta	\$ 36.488,47	19,46%	\$ 38.042,70	19,60%	\$ 44.086,80	21,95%	\$ 50.185,39	24,14%	\$ 51.903,13	24,12%
Reserva Legal	\$ 3.648,85	1,95%	\$ 3.804,27	1,96%	\$ 4.408,68	2,19%	\$ 5.018,54	2,41%	\$ 5.190,31	2,41%

Tabla# 37. Estado de resultados

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

El proyecto de publicidad en artículos promocionales genera utilidades desde el primer año de operación con \$ 85.410,89 USD.

5.2 EVALUACION

Es la identificación de costos y beneficios resulta de contrastar los efectos generados por un proyecto con los objetivos que se pretenden alcanzar con su ejecución y puesta en marcha

5.3.1 Tasa de descuento

Es una medida financiera que se aplica para determinar el valor de un pago futuro, a continuación la tasa de descuento.

VALOR ACTUAL NETO EN BASE A LA TMAR			
01/01/2015			
Años	Flujo Operacional	VAN	
	TMAR	2,25%	
Inversión Inicial	(\$ 36.910,00)	(\$ 36.910,00)	
01/01/2016	\$ 36.338,00	\$ 35.539,59	
01/01/2017	\$ 39.916,62	\$ 38.181,80	
01/01/2018	\$ 33.192,40	\$ 31.052,22	
01/01/2019	\$ 25.022,17	\$ 22.894,46	
01/01/2020	\$ 25.010,04	\$ 22.380,57	
01/01/2021	\$ 25.852,72	\$ 22.626,34	
perpetuidad	\$ 0,00	\$ 0,00	
TOTAL	\$ 148.421,94	\$ 135.764,99	

Tabla# 38. Tasa de descuento

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

5.2.3 VAN

El valor actual neto, también conocido como valor presente neto (en inglés net presentable), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

Podemos interpretarlo de la siguiente manera.

Para obtener el valor actual neto de los flujos de fondos futuros, originados por la inversión del proyecto, se calcula una tasa de descuento del 3,36% el cual se obtuvo con la fórmula la cual es la sumatoria de los flujos netos menos la inversión inicial.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Años	Flujos Operativos	
	descontados	
Inversión Inicial		(\$ 34.700,00)
01/01/2015	\$ 37.539,59	
01/01/2016	\$ 35.417,80	R = <u>V. A. N.</u>
01/01/2017	\$ 30.052,22	Inversión
01/01/2018	\$ 22.894,46	
01/01/2019	\$ 22.380,57	R = \$ 4,23
01/01/2020	\$ 22.626,34	
Perpetuidad	\$ 0,00	
	\$ 170.910,98	

Tabla# 39. VAN

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez

El valor actual neto del proyecto es de \$ 170.910,98 USD, cifra positiva, lo que indica que el proyecto de creación de la empresa asesora es viable y factible.

5.3.3 TIR

El TIR es la tasa interna de retorno la cual nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá la empresa con lo cual la empresa en el futuro podrá tomar decisiones sobre reinvertir en el negocio.

TASA INTERNA DE RETORNO	
Años	Flujos Operativos
	descontados
Inversión Inicial	(\$ 34.700,00)
01/01/2016	\$ 37.539,59
01/01/2017	\$ 35.417,80
01/01/2018	\$ 30.052,22
01/01/2019	\$ 22.894,46
01/01/2020	\$ 22.380,57
01/01/2021	\$ 22.626,34
TIR	20,11%

Tabla# 49. TIR

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez.

El retorno del proyecto es suficiente para compensar la tasa de descuento, determinando que el proyecto es factible con un TIR de 20,11%.

5.3.5 RBC (relación costo beneficio)

Este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados por cada dólar que se ha invertido, mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

$$\text{relacion costo beneficio} = \frac{\text{Ganancias}}{\text{Costo total producto}} = \frac{30.000,00}{41.110,00} = 0,72$$

La empresa costara con un nivel medio de endeudamiento para el primer año con sus acreedores es decir que para el 1 dólar es del 0.72% de su patrimonio y está comprometido con sus acreedores.

5.3.6 Punto de equilibrio

Permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables. , es decir donde el inversionista no obtiene utilidad o perdida alguna, en el siguiente está expuesto el punto de equilibrio de la empresa:

PUNTO DE EQUILIBRIO		
COSTOS FIJOS	01/01/2016	Porcentaje
	Valores	
Mano de obra directa	\$ 12.744,00	9,21%
Mano de obra indirecta	\$ 2.160,00	3,07%
Reparación y mantenimiento	\$ 80,00	0,25%
Arriendos	\$ 0,00	0,00%
Seguros	\$ 0,00	0,00%
Imprevistos	\$ 200,00	0,60%
Depreciación y Amortización	\$ 3.336,00	3,27%
Costos de Ventas	\$ 6.048,00	7,49%
Gastos de Administración	\$ 25.204,04	28,29%
Gastos Financieros	\$ 2.967,75	2,23%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 52.739,79	54,41%
COSTOS VARIABLES		
Materias primas consumidas	\$ 19.535,00	15,80%
Suministros	\$ 150,00	0,45%
Materiales Indirectos	\$ 1.200,00	29,34%
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 20.885,00	45,59%
PUNTO DE EQUILIBRIO		
VALORES	\$ 73.624,79	70,89%
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		
	Costo ponderado	Unidades ponderadas
	\$	\$
Producto 1	73.624,79	5.761,76

Tabla# 41. Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Juan Carlos Vásquez.

VI. Capítulo

Análisis de impacto

6.1 Impacto del proyecto

6.1.1 Impacto ambiental

La evaluación ambiental está orientada en como la implementación del proyecto intervendrá o alterará el equilibrio en los ecosistemas de la naturaleza.

Los productos serán distribuidos y comercializados en la empresa "VASINK" cuanta con materia prima como las marizases para la serigrafía son realizadas con metal esto ayuda disminuir la tala de árboles y es un aporte al ecosistema

Los solventes y las tintas que utilizaremos tienen un grado de contaminación al ecosistema por lo que nuestra empresa realizará las investigaciones necesarias para poder adquirir materia prima que no contamine el medio ambiente.

6.1.2 Impacto económico

En la actualidad las empresas adquieren más artículos promocionales para publicitar las mismas, por lo que la serigrafía es de gran importancia en la economía al implementar una empresa estamos brindado oportunidades y creamos un impacto económico positivo en la generación de recursos del país.

6.1.3 Impacto productivo

Dentro del modelo propuesto por el Gobierno Nacional para cambiar la matriz productiva, se plantean numerosos proyectos que contribuyen al desarrollo económico, productivo y social del país. Uno de los elementos estratégicos para este cambio es, sin duda, el sector del conocimiento y talento humano.

Utilizando materiales para transformarlos en productos terminados de buena calidad se contribuirá en el sector Serigrafico para generar ingresos y trabajos en el país ya que queremos que nuestra empresa sea la mejor en el campo productivo.

6.1.4 Impacto social

En el presente proyecto después del estudio realizado se ha llegado a las siguientes conclusiones en el impacto social:

“VASINK” contribuye al país otorgando fuentes de empleo directos en el proceso productivo de la serigrafía así como fuentes de empleo indirectos en el sistema de comercialización y distribución del producto.

El proyecto forma parte de la matriz productiva del país, para generar fuentes de trabajo generando ingresos para el estado y para nuestra empresa.

VII. Capítulo

Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

Realizado el estudio se puede concluir que el presente proyecto es viable las investigaciones realizadas se obtuvieron valores que favorecen a la creación de la empresa como también una aceptación muy alta hacia el producto y los servicios de nuestra empresa por parte de las personas encuestadas.

La creación de la empresa de serigrafía y diseño gráfico se creó con el fin de brindar un servicio de calidad en el sector donde estaremos ubicados y generar el consumo de productos nacionales para contribuir económicamente al país y poder generar fuentes de empleo.

Uno de nuestros objetivos principales es crear un plan de mercado masivo para poder crear una buena imagen y publicidad para nuestra empresa, generando altas expectativas en nuestro grupo objetivo para logra ser reconocida y posicionarnos en el mercado.

7.2 Recomendaciones

Al Realizar el estudio nos indica que es una oportunidad de negocios por lo cual es un proyecto factible el cual se debe iniciar en el siguiente año para lograr los



objetivos deseados e implantar todos los pasos y procesos para no generar problemas que puedan causar pérdidas de capital.

Se recomienda tener personal capacitado para el cual permita un desarrollo de la empresa para poder brindar un servicio de calidad entregando un producto que satisfaga las necesidades de nuestros clientes.

7.3 Bibliografía

1 *Atlas* . (1992). Quito: ORSTOM.

ECUADOR, G. N. (11 de AGOSTO de 2013).

2 Andrade, S. (2004). *Diccionario de Economía* (tercera ed.). Quito: Andrade.

7.4 Webgrafía

1 Flores J.(16 de octubre,2013).productos artesanales. recuperda el 21 de noviembre 2013, desde http://www.revistalideres.ec/mercados/negocio-productos-artesantias-mercado-inversion_0_939506059.html

2 Banco Central de Ecuador(2013) Pib, rescuperado el 4 de agosto del 2014, desde <http://www.bce.fin.ec/index.php/publicaciones-de-banca-central3>

3 Banco Central de Ecuador(2014) Taza anual de desempleo, rescuperado el 4 de juliodel 2014, desde desde <http://www.bce.fin.ec/index.php/publicaciones-de-banca-central3>

4 Banco Central de Ecuador(2010-2013) Mercado laboral, rescuperado el 4 de julio del 2014, desde desde <http://analisiseconomico.info/index.php/opinion2/422-mercado-laboral-ecuatoriano>

5 Instituto Nacional de Estadística y Censos (2013) Crecimiento de la población, rescuperado el 18 de Mayo del 2014, desde desde <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

6 Index Mundi(2013) percapital, rescuperado el 5 de Mayo del 2014, desde desde http://www.indexmundi.com/es/ecuador/producto_interno_bruto_%28pib%29.html

7 Mypes(2013) Financiamiento a pequeñas y medianas industriasl, rescuperado el 16 de junio del 2014, desde desde <http://anmype.org.uy/p/115/183/ecuador-mypes-y-mercado-de-valores.html>

8 Andes I.(2013)Economía, recuperado el 2 de junio del 2014, desde <http://www.andes.info.ec/es/economia/pib-ecuatoriano-acercara-100000-millones-dolares-2014.html>

9 Plan del buen vivir.(2013)Plan del buen vivir, recuperado el 19 de abril del 2014, desde <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-3.-mejorar-la-calidad-de-vida-de-la-poblacion>

10 Ministerio del medio ambiente.(2013)Índices de contaminación, recuperado el 28 de abril del 2014, desde <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/PART11.pdf>