



TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN TALLER DE
SERIGRAFÍA UBICADO EN LAS PARROQUIA DE COTOCOLLAO AL NORTE DE
LA CIUDAD DE QUITO

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

Autor: Hernández Chochos Cristian Andres

Tutor: Ing. Luis Pillajo

Quito, Octubre 2014

DECLARACION DE AUTORIA

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

Cristian Andres Hernández Chochos

CC 172248793-9

CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de diseño gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnóloga en Diseño Gráfico, la estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN TALLER DE SERIGRAFÍA UBICADO EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO**", el cual incluye la creación y desarrollo de una empresa de diseño y venta de bolsos realizados en tela, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de una empresa asesora, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

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

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la empresa

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

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al

Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de 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) _____

Cristian Andres Hernández Chochos
C.C. N° 172248793-9
CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

A:

Dios ya que con el todo es posible, por iluminarme, por enseñarme el camino correcto y darme la mano cada vez que pensaba que estaba caído, a cada uno de los profesores gracias por transmitirnos sus conocimientos con paciencia y dedicación, a mis compañeros por darme una amistad sincera y su apoyo a lo largo de la vida académica transcurrida cuando más lo necesitaba.

Cristian Andres Hernández Chochos

DEDICATORIA

Dedico mi proyecto a Dios, a mis padres, a mis hermanos, y a mis sobrinos.

A Dios porque siempre me acompañado en cada una de mis decisiones en cada paso que doy, nunca me deja solo cuando más lo he necesitado gracias por no soltar mi mano cuando he caído y por ayudarme a cumplir una de mis metas.

A mis padres ILIVIANA Y ALBERTO por ser los padres más luchadores y comprensivos, porque a pesar de las circunstancias siempre han estado ahí cuando más los necesito, dándome fuerzas consejos para no decaer para ser una mejor persona siempre viviré agradecido con ustedes muchas gracias ILIBET los quiero mucho.

A mis hermanos por darme su apoyo les agradezco por no dejarme solo por darme unos sobrinos que son lo esencial para mí.

A mis sobrinos por ser el motivo de mi sonrisa por estar a mi lado a pesar de tantos enojos ustedes son el motor de mi vida con esto quiero demostrarles que con esfuerzo y dedicación todo se puede.

Hoy les dedico a ustedes mi esfuerzo y dedicación.

MUCHAS GRACIAS

INDICE GENERAL

Declaración de autoría.....	2
Contrato de cesion de derechos propiedad intelectual	3
Agradecimiento	7
Dedicatoria	8
Índice general	9
Resumen ejecutivo.....	15
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	18
1.1 Justificación	18
1.2 Antecedentes.....	19
CAPÍTULO 2: ANALISIS SITUACIONAL	20
2.01 AMBIENTE EXTERNO.....	20
2.01.01 Factor económico.....	20
2.01.01.01 PIB	20
Análisis.-.....	22
2.01.01.02 Índice de inflación	22
Tabla 1	22
Inflación	22
Análisis.-.....	23
2.01.01.03 Tasa de empleo y desempleo	24
Análisis.-.....	25
2.01.01.04 Balanza comercial.....	26
2.01.01.05 Tasas de Interés.....	26
Es el porcentaje	26
2.01.01.05.01 Tasa Activa	27
Análisis.-	28
2.01.01.05.02 Tasa Pasiva	28
.....	29
Análisis.-	29
2.01.02 Factor social.....	29

2.01.02.01 Educación.....	29
2.01.02.02 Salud	30
2.01.03 Factor legal	31
2.01.04 Factor tecnológico.....	38
2.01.05 Factor Ambiental	38
2.02 Entorno local.....	39
2.02.01 Clientes	39
2.02.02 Proveedores.....	40
2.02.03 Competencia	42
2.03 Análisis interno	42
2.03.01 Propuesta estratégica.....	42
2.03.01.01 Misión	42
2.03.01.02 Visión.....	42
2.03.02 Objetivos	43
2.03.02.01 Objetivo general.....	43
2.03.02.02 Objetivo específico	43
2.03.03 Principios	43
2.03.04 Gestión administrativa	45
2.03.05 Gestión operativa y comercial	46
2.03.05 Gestión operativa y comercial	47
2.03.05.01 Plan de difusión Y Marketing.....	69
2.03.05.02 Beneficios Emocionales.....	69
2.03.05.03 Mensaje Básico	70
2.03.05.04 Reason Why	70
2.03.05.05 Eje de campaña	71
2.03.05.06 Segmentación de Mercados	71
Plan de Medios.....	71
2.03.05.07 Estrategia de Marketing	72
2.04 Análisis FODA	75

III. Estudio de mercado	76
3.01 Análisis del consumidor.....	76
3.01.01 Determinación de población y muestra.....	76
3.01.01.01 Población	76
3.01.01.02 Muestra	77
3.01.01.03 Determinación de la información.....	77
3.01.01.04 Análisis del Estudio	80
ESTUDIO TÉCNICO.....	95
4.1 Tamaño del proyecto	95
4.02 Localización	98
4.02.01 Macrolocalización.....	98
4.02.02 Microlocalización	100
Computador Intel Core I7 3740 3.4 Led 20 750gb 4gb.....	113
Multifunción Epson Xp 400 + Sistema Tinta, Wifi, Touch.....	113
V Estudio financiero.....	117
5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales	117
5.02 Costos.....	119
5.02.01 Costo directo	119
5.02.02 Costo Indirecto.....	121
VI Análisis de Impactos	139
6.01 Impactos del proyecto	139
6.01.01 Impacto Ambiental	139
6.01.02 Impacto económico.....	139
6.01.01 Impacto Productivo.....	139
6.01.01 Impacto social	140
VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	141
7.01 Conclusiones.....	141
7.02 Recomendaciones	141

INDICE DE TABLAS

Tabla factor económico.....	21
Tabla índice de inflación.....	22
Tabla Tasa de empleo.....	23
Tabla Tasa desempleo.....	24
Tabla Tasa activa.....	27
Tabla Tasa pasiva.....	28
Tabla Análisis FODA	75
Tabla TABULACION PREGUNTA 1	81
Tabla TABULACION PREGUNTA 2.....	82
Tabla TABULACION PREGUNTA 3.....	83
Tabla TABULACION PREGUNTA 4.....	84
Tabla TABULACION PREGUNTA 5.....	85
Tabla TABULACION PREGUNTA 6.....	87
Tabla TABULACION PREGUNTA 7.....	88
Tabla ANALISIS PREGUNTA 8.....	89
Tabla TABULACION PREGUNTA 9.....	90
Tabla TABULACION PREGUNTA 10.....	91
Tabla Oferta actual.....	93
Tabla Oferta proyectada.....	94
Tabla Demanda actual	94
Tabla balance oferta y demanda.....	95
Tabla Macro Localización.....	99
Tabla Micro Localización.....	102
Tabla Cuadro de dimensión de tabla.....	106
Tabla Matriz triangular.....	108
Tabla Razones de cercanía.....	108
Tabla Maquinaria y equipo.....	113
Tabla Materiales de estampado.....	114

Tabla Equipo de computación.....	114
Tabla Materiales de oficina	115
Tabla Flujo de caja proyectada.....	119
Tabla Costo directo.....	121
Tabla Costos indirectos.....	122
Tabla Costos ventas.....	122
Tabla Gastos administrativos.....	123
Tabla Costo de ventas.....	124
Tabla Costo fijo y variables	124
Tabla Activos fijos	127
Tabla Activos nominales.....	128
Tabla Amortización.....	131
Tabla Estados de resultados proyectados.....	132
Tabla Flujo caja.....	133
Tabla Tasa de descuento.....	135
Tabla VAN.....	136
Tabla TIR.....	137
Tabla Punto de equilibrio.....	139

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene por objeto determinar la factibilidad en la creación de un taller de serigrafía.

Para la implementación de un taller de serigrafía 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 aprovechara la demanda insatisfecha que existe en el Distrito Metropolitano de Quito, en un lugar determinado según los datos que arroje el estudio de técnico que se realizara 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 el taller pueda obtener en el futuro un buen desempeño y desarrollo.

Para poder saber si el proyecto para la creación de un taller de serigrafía en el distrito metropolitano de Quito es viable o no, se 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 y 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 of creating a silkscreen.

To implement a silkscreen was determined to conduct a technical study, market research and financial analysis in the Metropolitan District of Quito, for the project's feasibility.

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

With the data obtained in the supply and demand generated by the feasibility study; unmet demand in the Metropolitan District of Quito, in a given according to the data yielding the technical study that was done through a small field investigation in the city with all that power to establish and determine the location variables are exploited technical, organizational requirements for the workshop may get in the future and played a good development.

In order to know whether the project for the creation of a printing workshop in the metropolitan district of Quito is viable or not, a financial study was conducted to identify appropriate methods and indicators for study with which to determine the feasibility of the project.

At the end of the financial study will proceed to conduct an analysis of impacts generated by the project; environmental impact by the level of pollution generated input or turn the project gives to the environment will be established; economic impact on the growth and

the contribution which gives the project both the company and the development of the country, with the social impact the project's impact related to society are analyzed and determined how this contributes to it and by productive impact the implementation of the new production model for the project was identified.

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

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

En el Ecuador sobre todo en el Distrito Metropolitano de Quito se ha visto una gran necesidad de servicios serigraficos, impresos publicitarios entre otros. También hemos encontrado que hay muchas zonas desatendidas que ofrezcan servicios de serigrafía los cuales provocan que la gente se traslade a lugares muy lejanos de sus hogares y aun costo excesivo tanto en tiempo dinero y en la distancia que se demora es por ello que se da la creación de este taller de serigrafía.

El estudio de factibilidad que se va a realizar busca establecer un taller de serigrafía que estará ubicado en el sector norte en la parroquia de Cotocollao. Se ha designado este lugar debido al alto índice de necesidad de las persona por adquirir los servicios. En el sector no hay un sitio especializado que se dedique a realizar trabajos enfocados al servicio de la serigrafía.

Los talleres que brindan este servicio no están actualizados, tampoco tienen las maquinarias necesarias para brindar garantía y calidad en sus servicios y se encuentran muy lejos del sector donde vamos a realizar el estudio de factibilidad. Dado estos inconvenientes se desea brindar un servicio mejorado en la serigrafía con diseños personalizados a gusto de nuestros clientes, en especial se enfocarnos en el grupo objetivo, tanto en personas naturales y jurídicas a esto nos referimos: a las grandes y medianas empresas que requieran nuestro servicio en masa para así llegar poco a poco al mercado y posicionarnos en el

mismo, también prestaremos servicios a las personas que deseen nuestro producto en cantidades mínimas, estas características son las que a taller le ayudara a dar realce y confianza al público en general.

1.2 Antecedentes

En el sector norte de la ciudad de Quito en la parroquia de Cotocollao nunca ha existido un taller de serigrafía por el déficit de personas que no tienen capacitación para poder manejar y cubrir las necesidades de las personas que requieran obtener un servicio de serigrafía, el proyecto que se desarrolla se enfoca en tener una aceptación en el mercado, para que el taller pueda ir creciendo y se pueda ir posicionando en la mente de las personas.

Con el taller de serigrafía se quiero llegar a ofrecer un producto innovador, hacer que el taller sea reconocido por dar fuentes de empleos a los moradores, ya que el sector tiene gran cantidad de población. Sé sabe que la serigrafía es una de las ramas del diseño más solicitada por su calidad y durabilidad en los diferentes productos que se vayan a realizarse, este proyecto tiene el fin de resaltar la creatividad e ingenio que tienen las personas que van a formar parte del mismo. Es por ello que se quiere sacar adelante el presente proyecto dando a conocer el producto y que este cumpla con los estándares de calidad establecidos y a la vez sea original.

CAPÍTULO 2: ANALISIS SITUACIONAL

2.01 AMBIENTE EXTERNO

Es todo aquello que no se puede controlar o manipular.

2.01.01 Factor económico

Para realizar cualquier producción el trabajo es el principal factor en la economía al ser esencial en las empresas ya que de esta manera se crean bienes y servicios los mismos que dan ingresos, y también impulsando al consumo y satisfacción de necesidades.

2.01.01.01 PIB

El PIB es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos.

El mismo que se resume en los bienes y servicios. Su cálculo se encuadra dentro de la contabilidad nacional para estimarlo, se emplean varios métodos complementarios.

(Joseph Stiglitz)

PIB ECUADOR	
PIB TOTAL	Fecha
49.914.615	2006
51.007.777	2007
54.250.408	2008
54.557.732	2009
56.168.864	2010
60.569.488	2011
63.672.625	2012

Matriz # 1

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Cristian Hernández



Matriz # 1

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis.- Este factor permite determinar si el presente proyecto es viable ya que si la producción de servicios ha incrementado en los últimos años podremos aportar a ese crecimiento con más producción.

2.01.01.02 Índice de inflación

Se refiere al aumento del nivel general de los precios, denominándose tasa de inflación al porcentaje de variación de este nivel lo que genera los precios, y para su cálculo se utiliza índices de precios que son medidas ponderadas de la evolución de un conjunto de bienes y servicios representativos tanto del consumo de las familias como al por mayor.

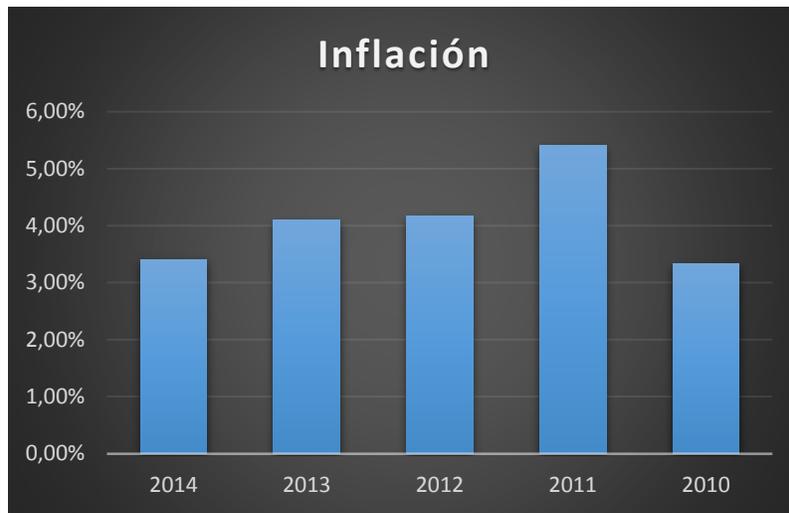
Tabla 1

Inflación

Año	Inflación
2014	3,41 %
2013	4,10%
2012	4,16%
2011	5,41%
2010	3,33%

Matriz # 2

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: Cristian Hernández



Matriz # 2

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis.- Según los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador la inflación en los últimos 5 años en el país ha tenido variaciones porcentuales, cerrando el año 2013 con el 2,70 % que con diferencia al año 2012 se encuentra a la baja, dando a entender que los precios han disminuido.

Por lo cual este factor constituye una gran oportunidad para el proyecto ya que al disminuir el costo de los productos de primera necesidad la población puede pagar por servicios o artículos que necesiten a un costo accesible y de calidad.

2.01.01.03 Tasa de empleo y desempleo

Este factor nos indica la parte de la población activa y no activa (expresa el nivel de desocupación entre la población económicamente activa).

Estos componentes tienen una gran relación con el proyecto por lo cual si la población tiene fuentes de trabajo tiene los recursos para poder adquirir los servicios del taller.

Año	Tasa de desempleo
2014	4,34 %
2013	4,44%
2012	4,44%
2011	4,04%
2010	4,33%

Matriz # 3

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Hernández



Matriz # 3

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Hernández

Año	Tasa de desempleo bruta
2014	26,94%
2013	29,93%
2012	26,29%
2011	35,32%
2010	31,78%

Matriz # 4

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Hernández



Matriz # 4

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis.- Los resultados obtenidos en los últimos años de estos dos factores constituyen en el presente proyecto una gran oportunidad ya que los porcentajes obtenidos,

nos dan a entender que la tasa de desempleo ha bajado y la de empleo ha logrado mantenerse en un porcentaje mayor de las personas desempleadas esto brinda al proyecto que más personas puedan acceder a los servicios ofrecidos.

2.01.01.04 Balanza comercial

Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. Este factor da a deducir que tan desarrollado se encuentra un país y que capacidad de producción puede tener.

Para el desarrollo del proyecto este factor es muy importante ya que ayudará a determinar los porcentajes de importaciones que el país realiza.

En la realización de los trabajos del taller se necesita de materia prima importada casi un 30% es necesario conocer si el país produce estos materiales ya que beneficiaría al momento de querer adquirirlos y esto facilitaría para la realización normal de nuestros productos.

2.01.01.05 Tasas de Interés

Es el porcentaje que se paga o cobra por adquirir un préstamo bancario y este porcentaje es fijado por el Banco Central del Ecuador y respetado por todas las instituciones financieras con la finalidad de dar una estabilidad económica.

2.01.01.05.01 Tasa Activa

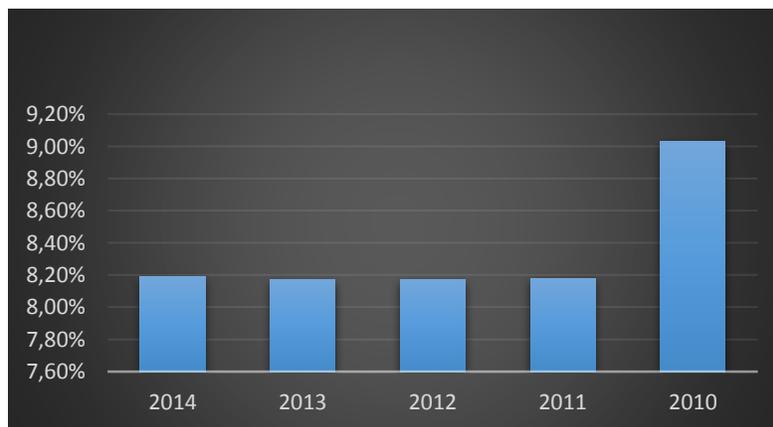
Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos, constituye una variable clave en la economía ya que indica el costo del financiamiento de las empresas.

TASA DE INTERES ACTIVA	
2014	8,19%
2013	8,17%
2012	8,17%
2011	8,18%
2010	9,03%

Matriz # 5

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Cristian Hernández



Matriz # 5

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Cristian Hernández

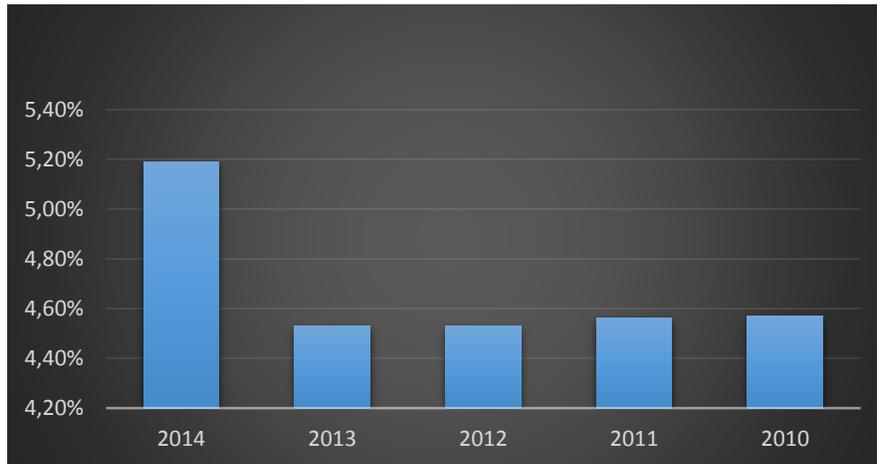
Análisis.- Este elemento tiene mucha relación e importancia de conocer sus funciones, ya que para realizar el proyecto se necesitara un préstamo bancario para financiarlo y se pueda poner en marcha.

2.01.01.05.02 Tasa Pasiva

La tasa pasiva es un factor macroeconómico que el banco central otorga a las instituciones financieras en porcentaje, para pagar a sus clientes por cualquier tipo de depósito que realice en cualquiera de estas instituciones.

A continuación se presenta un análisis del desarrollo y evolución de este factor en los últimos 5 años:

TASA DE INTERES PASIVA	
2014	5,19%
2013	4,53%
2012	4,53%
2011	4,56%
2010	4,57%



Matriz # 6

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis.- Este factor tiene relación con el proyecto ya que si otorga una rentabilidad podrá realizar inversiones en alguna institución financiera para poder incrementar las mismas.

2.01.02 Factor social

2.01.02.01 Educación

La educación en el Ecuador ha ido mejorando en comparación de otros años atrás con el nuevo sistema de educación que se ha puesto en marcha. La educación es un derecho humano fundamental, y es inherente a todos los niños y niñas. Es crucial para nuestro desarrollo como individuos y de la sociedad, y contribuye a sentar los cimientos para un futuro fructífero y productivo. Velando por que los niños y niñas tengan acceso a una

Educación de calidad, basada en los derechos fundamentales y en la igualdad entre los géneros, estamos creando una onda expansiva de oportunidades que incidirá en las generaciones venideras.

En la actualidad se ha invertido mucho en educación, no solo cuantitativa sino también cualitativamente, la creación de una nueva Constitución que da al Estado la responsabilidad de garantizarla y hacerla gratuita hasta el nivel superior creo un impacto positivo y de inclusión a nivel nacional, la revalorización del personal docente mediante la necesidad de mejorar su instrucción formal, La planificación de un currículo establecido para todo el país con veeduría permanente de la autoridad central, permiten regularizar ciertos aspectos legales sueltos de otras épocas, sin embargo, aún existe mucho por fortalecer, por debatir y sobre todo por construir para que el sistema educativo nacional de respuestas a una sociedad dinámica y generé los cambios que el país y la realidad mundial necesitan.

2.01.02.02 Salud

Ecuador en materia de salud desarrolla una política basada en el plan de desarrollo y del buen vivir, la misma que ha generado, un impacto importante en todos los estratos sociales gracias a políticas referentes a esta área. Sin embargo aún se generan dudas sobre los resultados de la fuerte inversión en materia de Salud.

El Sistema de Salud del Ecuador se caracteriza por la segmentación en sectores, privado y público. Como en otros países andinos de la zona, un sistema de seguridad social financiado por cotizaciones de los trabajadores del sector formal coexiste con sistemas privados para la población de mayor poder adquisitivo y con intervenciones de salud pública y redes asistenciales para los más pobres.

Para este proyecto será muy beneficiario contar con este servicio ya que la ciudadanía podrá trabajar con tranquilidad viendo los avances y ellos podrán realizar sus actividades sin ningún problema y así podrán adquirir de nuestros servicios.

2.01.03 Factor legal

Para el presente proyecto este factor es muy importante ya que actualmente en el país es necesario cumplir con ciertos requisitos o parámetros ya sea para implementar una empresa, negocio las mismas que están establecidas por las diferentes administraciones zonales y gubernamentales entre ellas se destacan los siguientes requisitos:

- a) Dar un nombre a la empresa
- b) El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- c) El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- d) El objeto social, debidamente concretado;
- e) Su denominación y duración;



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

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

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.

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

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

- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.
- IESS.- Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:
 - Actualización de Datos del Registro Patronal,
 - Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
 - Digitar el número del RUC y
 - Seleccionar el tipo de empleador.

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

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

Finalmente a nivel municipal se deberá efectuar:

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES USO DE SUELO

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

PATENTES MUNICIPALES

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

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

CERTIFICADO DE SEGURIDAD DEL B. CUERPO DE BOMBEROS

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado,

Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y

Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

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

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

IMPUESTO A LA RENTA Sociedades 101 Anual

IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales 102 Anual

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

IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas

2.01.04 Factor tecnológico

En la actualidad la tecnología ha ido avanzando con una gran variedad de servicios que se pueden obtener al alcance de cada uno de los ciudadanos. Este un factor muy importante ya que ayuda a reducir tiempo y costos a las empresas.

Una vez determinado este factor se puede ver que es muy necesario prescindir de la tecnología porque aporta al proyecto en su desarrollo. La tecnología nos sirve para estar al día en los servicios y poder brindar a la ciudadanía una mejor accesibilidad, la misma que podrá contactarse sin tener que desplazarse de su hogar.

2.01.05 Factor Ambiental

En los tiempos actuales este factor se ha convertido en uno de los más importantes ya que debemos tener muy en cuenta de proteger el medio ambiente y su desarrollo

El presente proyecto pretende aportar a este cambio en los siguientes aspectos:

- Disminuir el consumo de agua al momento de lavar las matrices en su recuperación.

- Disminuir el exceso de contaminación de las tintas con el agua al momento de lavar las racletas.

2.02 Entorno local

2.02.01 Clientes

Es toda persona que tiene la necesidad de obtener un producto o servicio para uso personal o de consumo para satisfacer su necesidad, también es aquel que necesita de los artículos o trabajos ya realizados para elaborar uno nuevo y volverlo a comercializarlo.

En el presente proyecto son muy esenciales los clientes ya que de estos mismo depende tener buenos resultados y el desarrollo del mismo y está dirigido a los clientes:

- Para las personas naturales o jurídicas, que necesiten llevar u obtener sus diseños personalizados en cualquier tipo de material que lo requieran.
- Para empresas grandes que necesiten promocionar marcas en material P.O.P

Para lograr los objetivos necesitamos realizar la completa fidelización del cliente, para lo cual se pretende implementar las siguientes estrategias:

- Dar un recibimiento muy sutil al cliente para que no se sienta incómodo.
- Ofrecer variedades de servicios de serigrafía.
- Dar completa flexibilidad de horario a disponibilidad del cliente.
- Dar atención inmediata sin hacer perder el tiempo del cliente.
- Ofrecer alternativas cuando haya exceso de trabajo.
- Otorgar facilidades de pago.

- Dar un obsequio cuando se realice trabajos en altos porcentajes.

2.02.02 Proveedores

Para poder prestar los servicios se necesita de proveedores de materiales de serigrafía para la distinta variedad de productos a ofrecer a las personas.

En el Ecuador contamos con proveedores de materiales para serigrafía los mismos que ofrecen variedades de material los mismos que podemos obtenerlos sin ningún inconveniente.

El contacto que se realiza con mencionados proveedores se realiza vía telefónica o se puede acercar a cada uno los locales que existen en diferentes puntos de la ciudad Existen también empresas que ayudan con la exportación de los materiales estas empresas también se convierten en proveedores ya que en este podemos conseguir material necesario en caso de que el mercado ecuatoriano no pueda proveernos del mismo.

El presente proyecto pretende trabajar con los proveedores según la necesidad de materiales con los siguientes acuerdos:

- Se realizar un pedido anticipado para que no haya inconvenientes en los trabajos a realizarse y un plazo de pago de 20 días.
- Entrega de materiales en cualquier punto de la ciudad para facilitar la adquisición del pedido.

Cuadro de proveedores		
DISTRIBUIDOR	PRODUCTO	DIRECCIÓN
	Tintas, solventes, emulsiones, sedas, poliuretanos, marcos, etc.	Quito Norte: Voz Andes N41-88 y Mariano Echeverría esq. Telf.: 022 461 610 – 022 255 184.
SERIGRAFIA SCREEN WORLD	Tintas serigraficas, Maquinarias, Auxiliares para Serigrafía, Servicio de tensado y Revelado.	ULLOA N 2877 Y DIEGO DE ATIENZA ESQUINA - Entre Bartolomé de las casas y Selva Alegre, -SECTOR CENTRO-NORTE QUITO (EC-593) - Pichincha teléfonos: 022543092 - Claro 094412846 022543092 -Movi 099744493

Elaborado por: Cristian Hernández

2.02.03 Competencia

En el sector norte de la ciudad de Quito parroquia de Cotocollao, es donde se ubicara el presente proyecto no existe competencia alguna, por tanto es una oportunidad realizar la implementación del mismo.

2.03 Análisis interno

2.03.01 Propuesta estratégica

Para la implantación del taller de serigrafía adoptaremos el servicio de corte y confección y poder cubrir completamente el área de la serigrafía y así brindar un servicio completo, agrandando nuestros servicios a nuestros clientes. Esto servirá para podernos posicionar sin perder ninguna oportunidad de crecer.

2.03.01.01 Misión

Consolidarnos como un taller con soluciones creativas, dedicados a la producción y comercialización de productos elaborados con serigrafía utilizando materiales de primera calidad a un precio accesible con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestros clientes

2.03.01.02 Visión

Constituirnos a un medio plazo como un taller líder en la producción y comercialización de productos a nivel local, manteniendo los más altos estándares de calidad con creatividad e innovación.

2.03.02 Objetivos

2.03.02.01 Objetivo general

Elaborar y comercializar productos con innovación para que sea del total agrado de los clientes a un precio accesible con la finalidad de posesionarnos como un taller líder en el mercado.

2.03.02.02 Objetivo específico

- Realizar un análisis situacional que permita orientar el negocio de una manera correcta que permita determinar la demanda insatisfecha.
- Identificar los clientes potenciales dentro del mercado.
- Fomentar nuevas plazas de trabajo
- Establecer estrategias de comercialización y distribución para cubrir las necesidades del mercado
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la rentabilidad que generara la distribución del producto en el mercado

2.03.03 Principios

Los valores son lo que nos identifica y nos distingue, basándonos en nuestra misión y sustentando nuestra visión, los cuales son:

- **Creatividad:** Innovación en cada proyecto para así marcar una diferencia con los demás

- **Puntualidad:** Trabajos entregados a tiempo y con un seguimiento oportuno y veraz.

- **Compromiso:** Atención y seguimiento personalizado a los proyectos para así sacar el mayor provecho de posible cambios y sugerencias.

- **Responsabilidad:** Satisfacción total de los clientes hacia los proyectos, transmitiendo seriedad y confianza, en la realización y ejecución del mismo.

2.03.04 Gestión administrativa

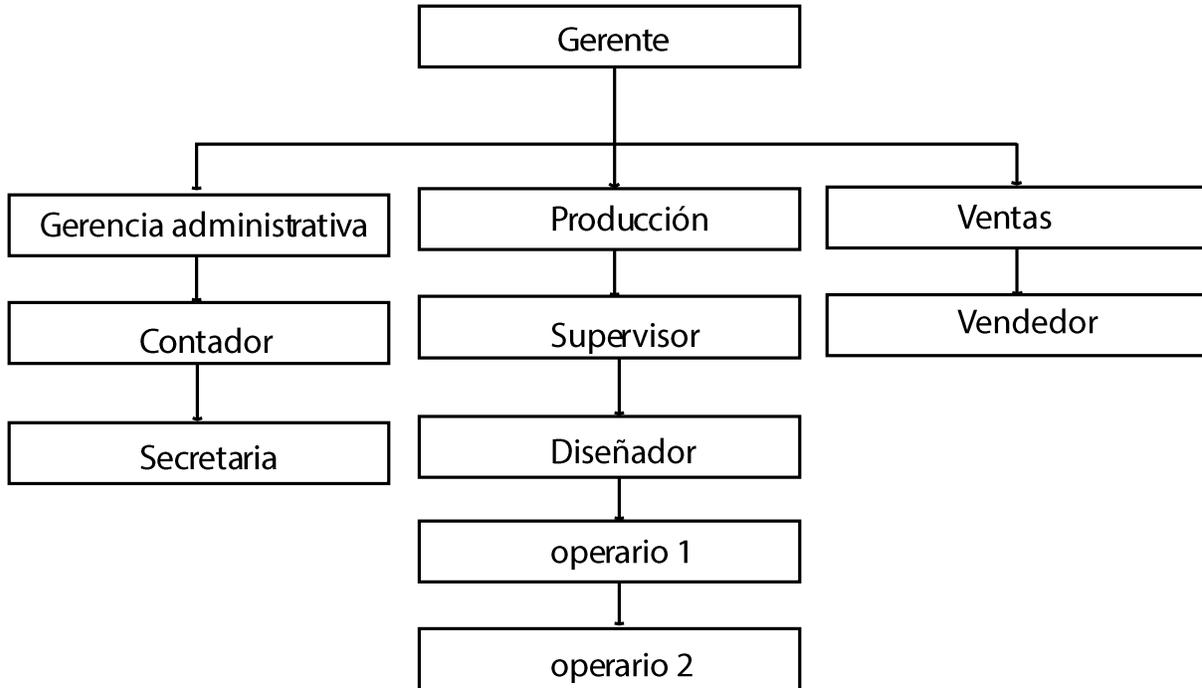


Figura organigrama funcional de la empresa

2.03.05 Gestión operativa y comercial

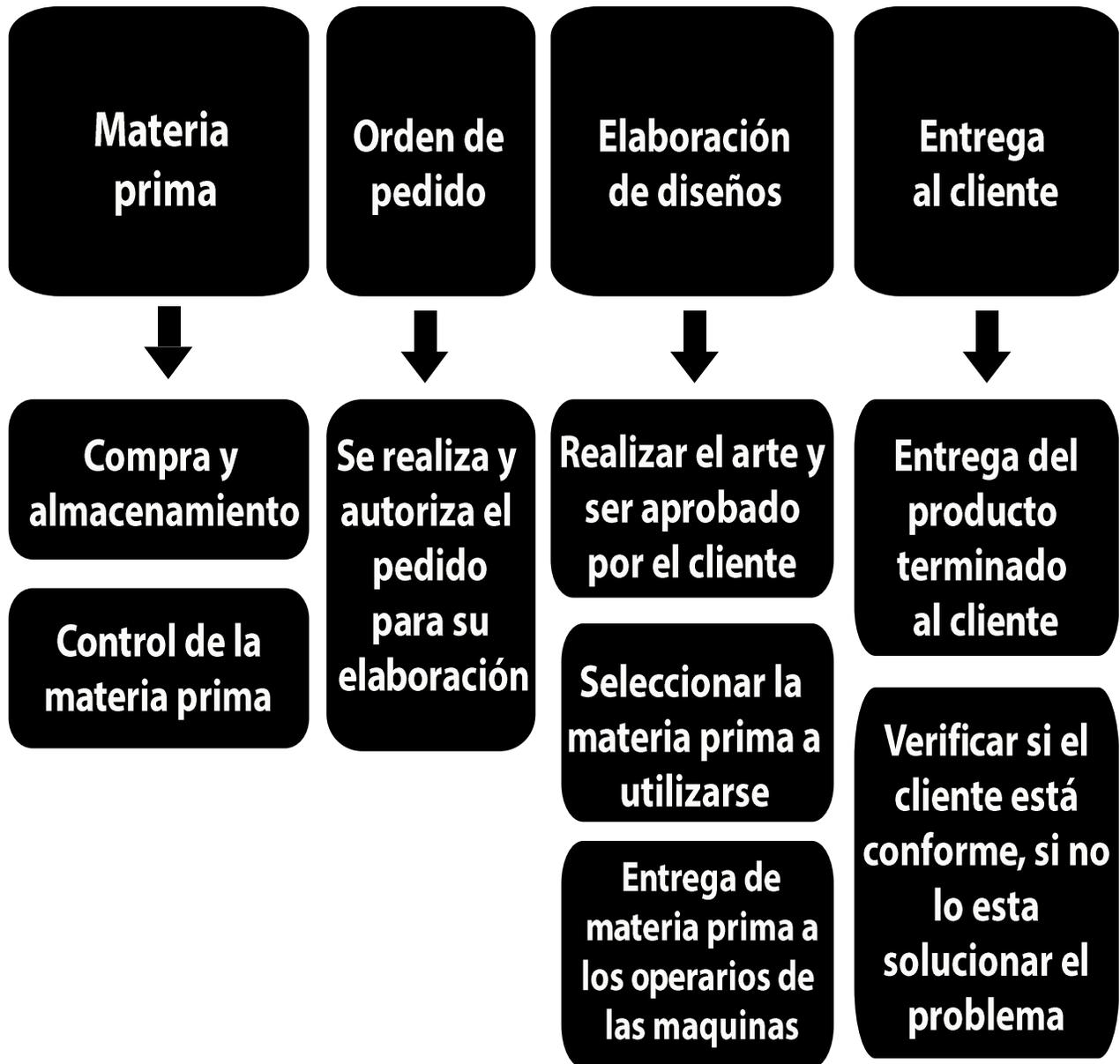


Figura: proceso productivo de la empresa

2.03.05 Gestión operativa y comercial

2.03.05.1 Manual corporativo



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.2 Índice

ITEM	PÁGINA
Uso de la Marca sobre Fondos	30
Colores Corporativos	30
Colores Varios	31
Sobre Texturas	32
Tipografía	33
Tipografía Corporativos	33
Tipografía de Uso Interno	34
Tipografía Alternativa	35
Papelería Corporativa	36
Hoja Membretada	37
Sobre para Carta	38
Carpeta	39
Tarjetas de Presentación	40
Nota de pedido	41
Papelería Interna	
Merchandising	42
Señalética	43

3

ITEM	PÁGINA
Uniformes	44

4

SERIGRAFÍA

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.3 Misión, Visión



MISIÓN

Consolidarnos como un taller con soluciones creativas, dedicados a la producción y comercialización de productos elaborados con serigrafía utilizando materiales de primera calidad a un precio accesible con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

SERIGRAFÍA

5

VISIÓN

Constituirnos a un medio plazo como taller líder en la producción y comercialización de productos a nivel local, manteniendo los más altos estándares de calidad con creatividad e innovación.

SERIGRAFÍA

6

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.4 Vocabulario, Símbolo

VOCABULARIO

Full color: cuando todo material impreso posee toda la gama de colores CMYK (cyan, magenta, yellow, black)

Imagen Corporativa: es el conjunto de ideas que el cliente relaciona; calidad de productos, atención al cliente, solvencia económica, cobertura de mercado y distribución, rapidez y eficiencia, etc.

Isotipo: se refiere a la parte icónica, se basa exclusivamente en un icono y carece de tipografía. Las imágenes son más fácilmente almacenadas por la memoria que las palabras.

Logotipo: es un elemento gráfico visual claramente identificando con las empresas que presentan, es el primero de los signos visuales de identidad convirtiéndolo en una pieza clave de su identidad pública.

Material P.O.P: es el material publicitario de apoyo de la imagen de la empresa.

SERIGRAFÍA

7

SÍMBOLO



El isotipo de Camaleón está representado por una camaleón y una silueta de un planeta que denotan la adaptación de los colores que realiza para ejecutar alguna actividad los mismos que complementan el nombre del taller de serigrafía.

SERIGRAFÍA

8

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.5 Logo, Información

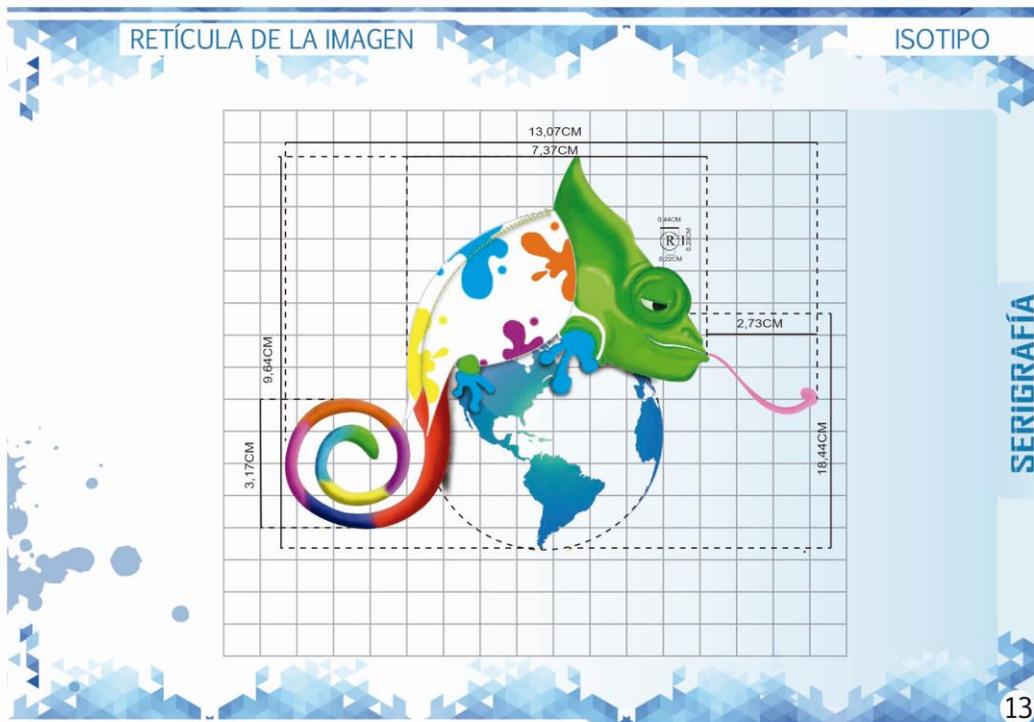


2.03.05.6. Marca gráfica, Símbolo



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.7 Isotipo, Tipografía



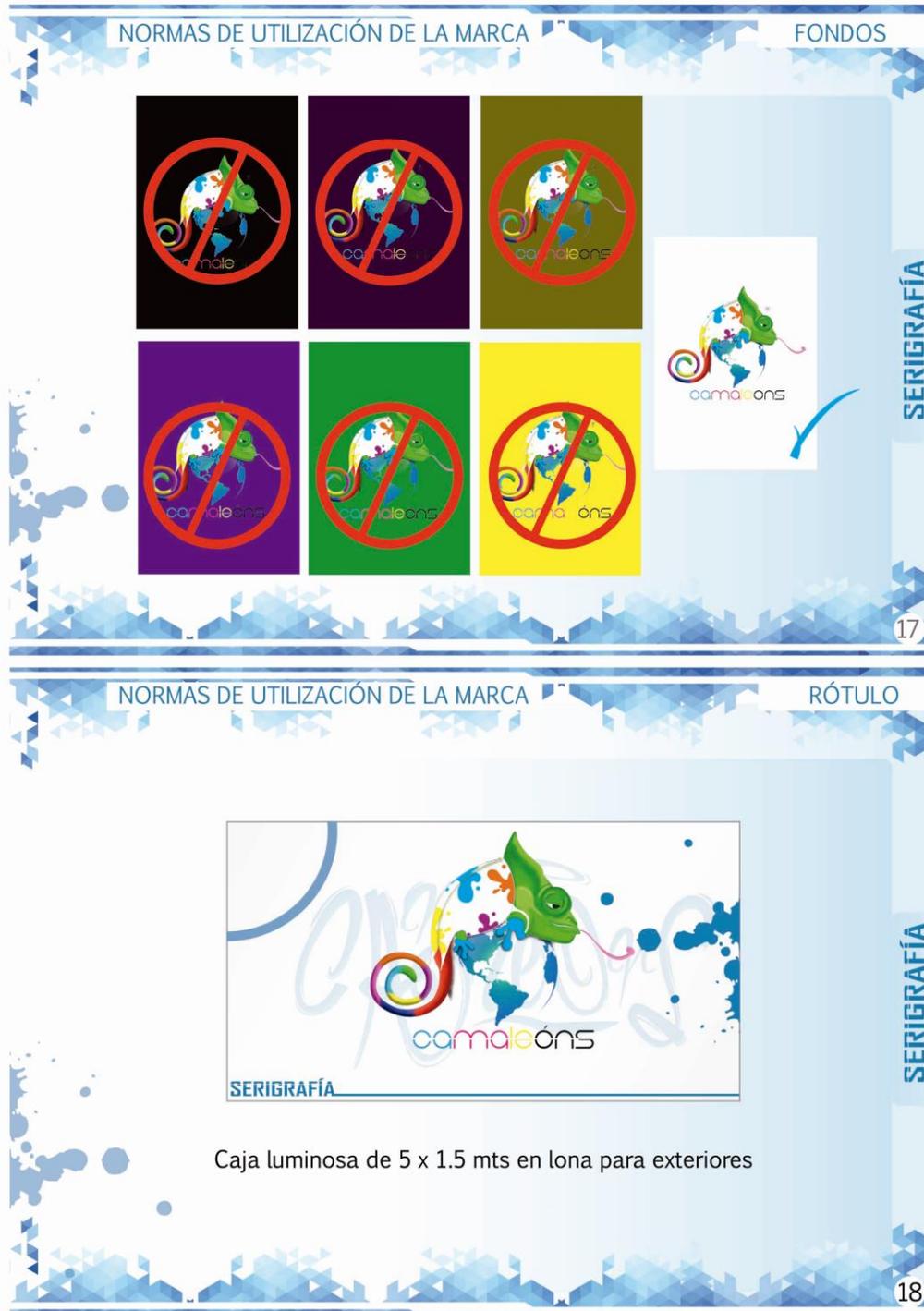
Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.8 Logotipo, Forma



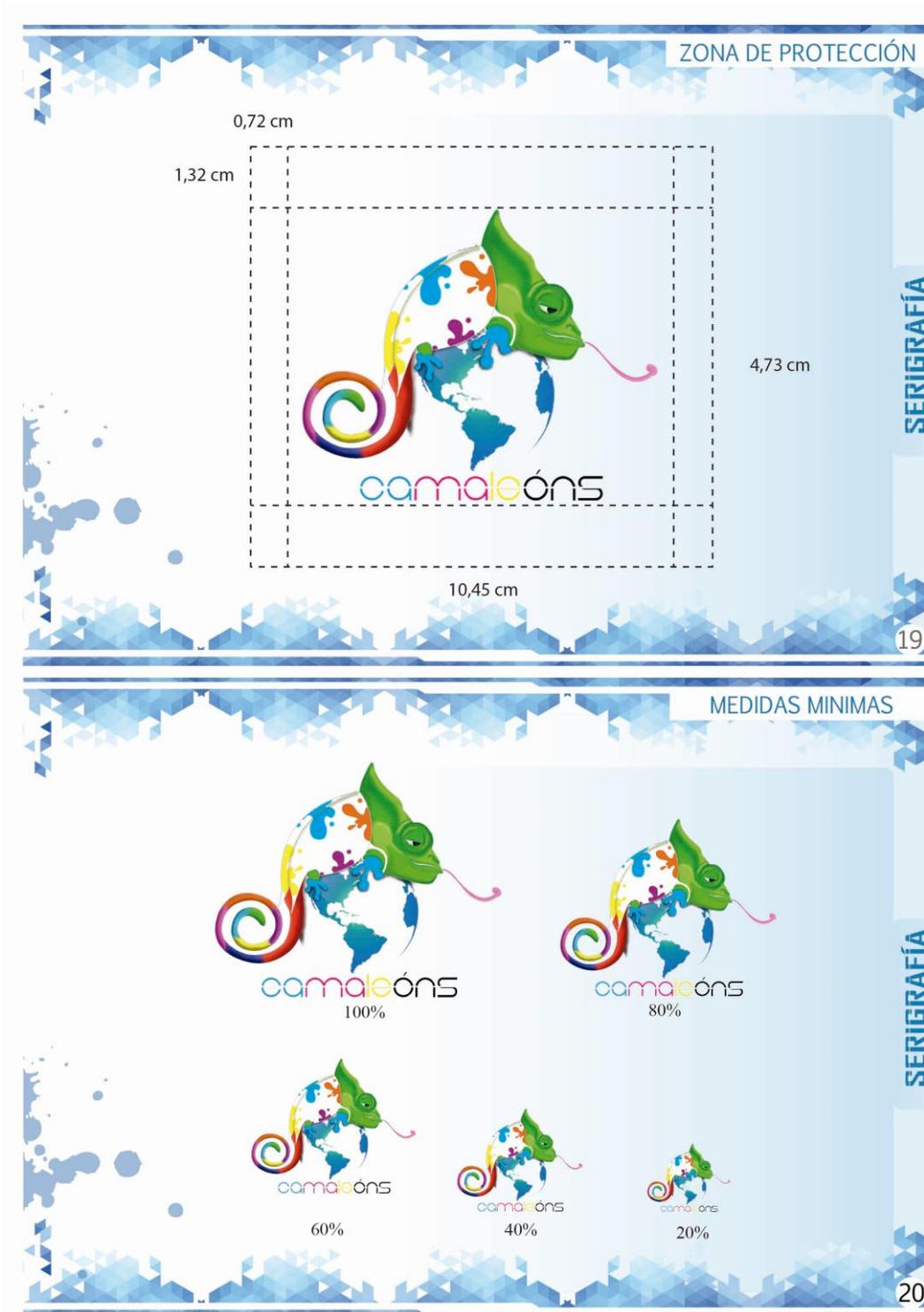
Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.9 Fondos oscuros y Claros, Rotulo



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.10 Zona de protección, Medidas mínimas



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.10.1 Cromática, Cmyk

CROMÁTICA

SERIGRAFÍA

21

COLORES CORPORATIVOS
CMYK

	C	M	Y	K		C	M	Y	K
	100	0	0	0		82	12	100	3
	0	100	0	0		4	73	94	31
	0	0	100	0		41	96	12	2
	90	77	62	96		93	74	0	0
	7	95	96	8		0	0	0	0

SERIGRAFÍA

22

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.3.4.10.2 RGB, Hexadecimal

COLORES CORPORATIVOS			RGB				
	R	G	B		R	G	B
	0	158	227		229	95	31
	229	0	125		162	38	121
	225	237	0		205	37	26
	1	1	1		43	76	155
	24	148	55		255	255	255

SERIGRAFÍA

23

COLORES CORPORATIVOS		HEXADECIMAL	
	009ee3		189437
	e5007d		e55f1f
	ffed00		a22679
	010101		2b4c9b
	cd251a		ffffff

SERIGRAFÍA

24

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.10.3 Pantones, Marca full color



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.04.10.4 Marca en positivo, Marca en negativo



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.04.10.5 Escala de grises, Colores corporativos



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.04.10.6 Definición de colores, Colores varios

COLORES CORPORATIVOS

El azul .- representa la función de pensar en equipo al momento de tomar decisiones laborales.

El amarillo .- es un color brillante, se expresa a la parte intelectual de nuestra mente y la expresión de nuestra mente o como bien llamamos la creatividad.

El Rosado .- representa fragancia, maternidad y delicadeza con el trato entre compañeros de trabajo.

El negro .- representa autoridad, fortaleza, prestigio. Es por ello que el color negro da sobriedad al logotipo.

El Blanco .- representa bondad que tiene cada trabajador al momento de relacionarse.

COLORES CORPORATIVOS

COLORES VARIOS

MARCA SOBRE FONDOS



camaleóns

Camaleóns presenta una gama de colores variada los mismos que son el reflejo del trabajo que realiza el taller de serigrafía.

SERIGRAFÍA

31

SERIGRAFÍA

32

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.04.10.7 Textura, Tipografía corporativa

COLORES CORPORATIVOS

SOBRE TEXTURAS



SERIGRAFÍA

33

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

eight one

abcdefghijklmnopqrñstuvwxyz

0123456789

!"#\$%&/()=?;_ *][:;><

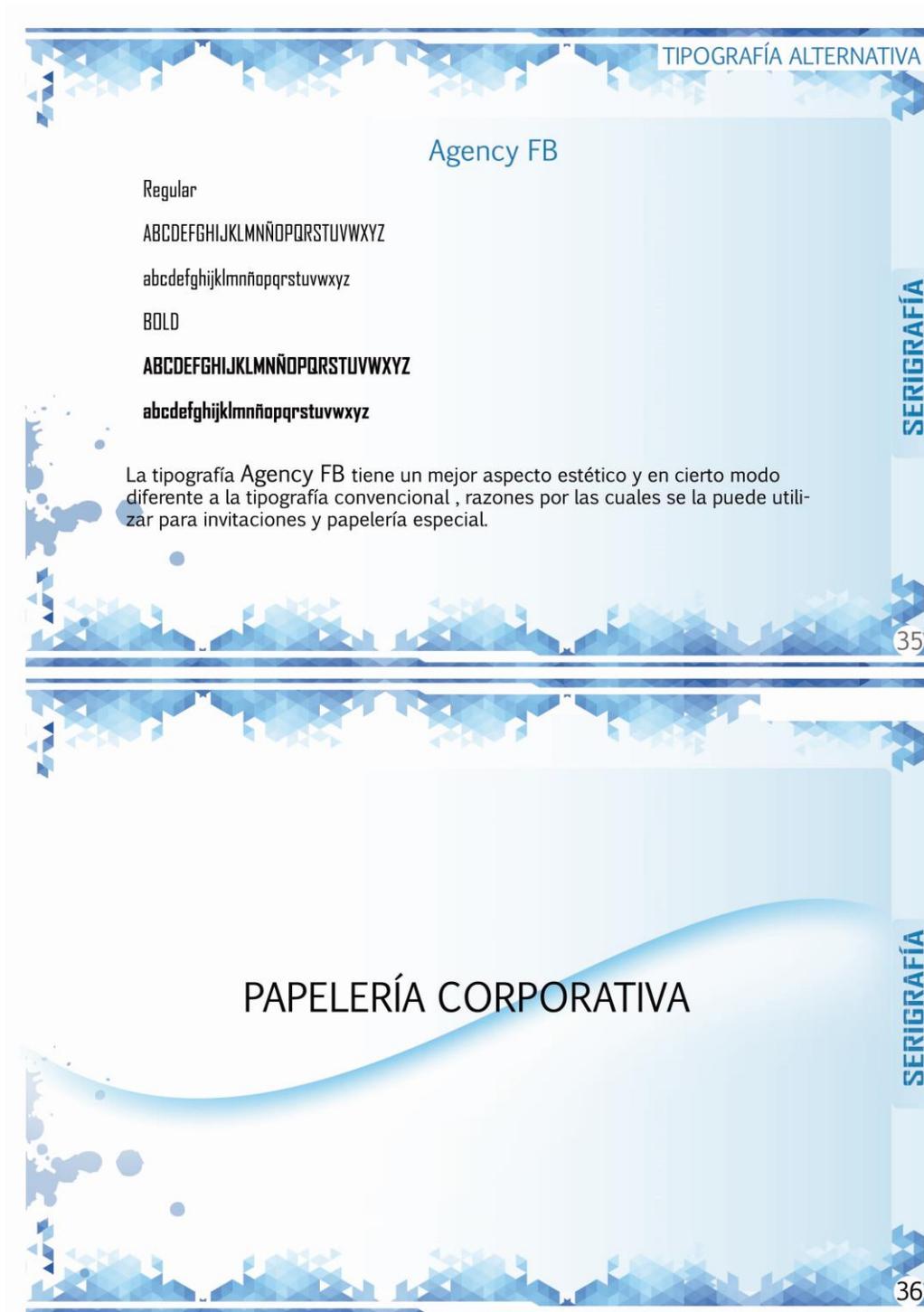
- Camaleóns utiliza una tipografía sans serif que denota solidez, consistencia, apropiada para el tipo de negocio .

SERIGRAFÍA

34

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.04.10.8 Tipografía alternativa,



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.5.10.8.2 Carpeta, Tarjeta de presentación



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.5.10.8.3 Nota de pedidos



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

2.03.05.01 Plan de difusión Y Marketing

Servicio

- Camisetas
- Buzos

Subproductos

- Batas
- Camisas
- Uniformes
- Gorras
- Jarros
- Esferos y vasos.

2.03.05.02 Beneficios Emocionales

Racionales

- Distinción
- Responsabilidad
- Innovación
- Creatividad

Emocionales

- Felicidad
- Conformidad

2.03.05.03 Mensaje Básico

Con innovación, la moda no incomoda

Tono y Estilo

Tono: indiferente

Estilo: juvenil

Insight: Camisetas Personalizado

2.03.05.04 Reason Why

Mensaje Básico

Se utilizara este mensaje porque se realizara diseños innovadores para estampados en camisetas y buzos ya que estos serán nuestro fuerte para hacer crecer el taller.

Tono

Se utilizara este tono porque el taller no competirá con ninguna otra empresa ya que en el sector no hay competencia y al mismo tiempo es nuevo en el mercado

Estilo

Se utilizara este estilo ya que se enfocara en el grupo objetivo que será jóvenes los cuales se brindara los servicios con un nivel medio alto.

2.03.05.05 Eje de campaña

Tu estilo es parte de tu personalidad

2.03.05.06 Segmentación de Mercados

Personas entre: 14 a 40 Años

Nivel socioeconómico: Medio alto.

Nivel Educativo: Estudiantes y Trabajadores

Sector norte de Quito: Parque de Cotocollao

Plan de Medios

Principales

- Fan page Facebook



Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

Secundarios

- Código QR



Auxiliares

- Mailing

2.03.05.07 Estrategia de Marketing

Precio

- Precios bajos, captar clientes, atraer clientes
- Precios altos: profesionales-confianza y calidad

Estrategia

Introducir el taller de serigrafía "CamaleónS" con servicios a precios más bajos que la competencia en determinados servicios

Objetivo

Captar una gran cantidad de clientes por un periodo de 3 meses en los siguientes servicios:

- Serigrafía en camisetas
- Serigrafía Uniformes
- Serigrafía gorras

Acción

Establecer el precio a las personas que se ofrecerán los servicios identificados

Plaza

Marketing directo código QR

Estrategia

Se utilizara el código QR en la etiquetas que irán en las camisetas el mismo que al momento que se escanee les direccionara a la página de Facebook en el cual podrán ver la información sobre los servicios que se ofrece en el taller.

Objetivo

Llegar de una manera directa a los consumidores indicando la información sobre el taller de serigrafía.

Acción

Introducir información en la página de Facebook para de esta manera emitir información adecuada al grupo objetivo.

Promoción

Se realizara el 50 % de descuento al realizar serigrafía a partir de 100 camisetas como mínimo

Objetivo

Tener afluencia de clientes que necesiten obtener el servicio que ofrece el taller de serigrafía

Acción

Realizara un descuento previo un cierto número de camisetas o buzos.

2.04 Análisis FODA

Este análisis sirve para saber la situación en la que se encuentra una empresa, en el proyecto este análisis se lo proyectará hacia la situación que se encontraría la microempresa en sus operaciones.

A continuación se realiza el análisis FODA del proyecto:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento del mercado ➤ Servicio eficaz y de calidad ➤ Motivación y capacitación del personal ➤ Atención personalizada ➤ Buen ambiente laboral ➤ Buena calidad del producto final ➤ Posibilidades de acceder a créditos ➤ Equipamiento de última generación ➤ Características especiales del producto que se oferta ➤ Cualidades del servicio que se considera de alto nivel 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulaciones gubernamentales a favor ➤ No existe competencia ➤ Crecimiento del <u>PIB</u> ➤ Disminución de las tasas de interés ➤ Necesidad del producto ➤ Competencia débil ➤ Mercado mal atendido ➤ Necesidad del producto ➤ Inexistencia de competencia
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de técnicos ➤ Falta de tele operadoras ➤ No tener cartera de clientes ➤ Ser nuevo en el mercado ➤ Falta de capacitación ➤ Problemas con la calidad ➤ incapacidad para ver errores ➤ Producto o servicio sin características diferenciadoras 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Restricción a importaciones ➤ Incremento de inflación ➤ Carencia de materia prima ➤ Competencia muy agresiva ➤ Aumento de precio de insumos ➤ Segmento del mercado contraído ➤ Regulación desfavorable

III. Estudio de mercado

3.01 Análisis del consumidor

El consumidor es aquella persona u organización que tiene la necesidad de adquirir un producto o servicio para su consumo. (Luis A. Recalde 2004)

Para el proyecto el consumidor de nuestros servicios prestados serán las personas que necesiten llevar sus diseños en diferentes materiales que no se pueden realizar en cualquier sitio ya que la serigrafía es una gran opción para elaborarlos.

3.01.01 Determinación de población y muestra

3.01.01.01 Población

Población es el número de personas o elementos que hay en un lugar determinado se realizara una investigación y mediante esta se podrá obtener una conclusión u observación que se necesite. (Antonio Dugarte)

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito se ha determinado lo siguiente:

Macrosector: Norte de Quito

Sector: Cotocollao

Población: 31,133 habitantes

3.01.01.02 Muestra

Las muestras es aquella que se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, la misma que se selecciona para realizar un estudio específico de este porcentaje dependerá algunos resultados del estudio que permitan tomar decisiones importantes.

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 396.

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

$$n = \frac{31133}{(31132)0,0025 + 1}$$

$$n = \frac{31133}{78,83}$$

$$n = 394,92$$

3.01.01.03 Determinación de la información

Para la obtenerla información del estudio de mercado del taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito, se ha determinado utilizar como herramienta una encuesta la cual ha planificado extraer la siguiente información:

No. Encuesta:..... Sector:.....

Género: M F Edad:..... FECHA:

...../...../.....

Cargas familiares:.....

Ocupación:.....

1. ¿Qué tipo de vestimenta usas con más frecuencia?

- Ropa deportiva
- Ropa casual
- Ropa formal
- Otros folclórico, emo, punk, etc.

2. ¿Te gustan los estampados en camisetas?

SI ___ No ___

3. ¿Conoce usted sobre los servicios que ofrece un taller de serigrafía?

SI ___ No ___

4. ¿De estas técnicas de estampado cual conoce usted?

- a) Sublimado
- c) Serigrafía
- d) Estampado
- e) Serigrafía alto relieve

5. ¿Ha usado los servicios de estampado en serigrafía en camisetas?

SI ___ No ___

¿Porque?.....
.....
.....

6. ¿A cuál de estos lugares suele acudir para realizar trabajos de serigrafía?

- Centros comerciales
- Centros de costura
- Taller de serigrafía
- Otros

7. ¿Qué le gustaría que exista en un taller de serigrafía?

- Comodidad
- Atención
- Servicio

8. ¿Cuántos talleres de serigrafía conoce alrededor, conoce uno indica su nombre?

.....
.....
.....
.....

9. ¿Te gustaría que el barrio de Cotocollao tenga su propio taller de serigrafía de estampados sobre textil?

SI ____ No ____

10. ¿De haber este taller de serigrafía pedirías los servicios, con qué frecuencia?

SI ____ No ____

.....
.....
.....

3.01.01.04 Análisis del Estudio

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

1. ¿Qué tipo de vestimenta usas con más frecuencia?

VESTIMENTA		
ROPA DEPORTIVA	80	20,20%
ROPA CASUAL	208	52,53%
ROPA FORMAL	52	13,13%
OTROS	56	14,14%

Matriz # 10

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

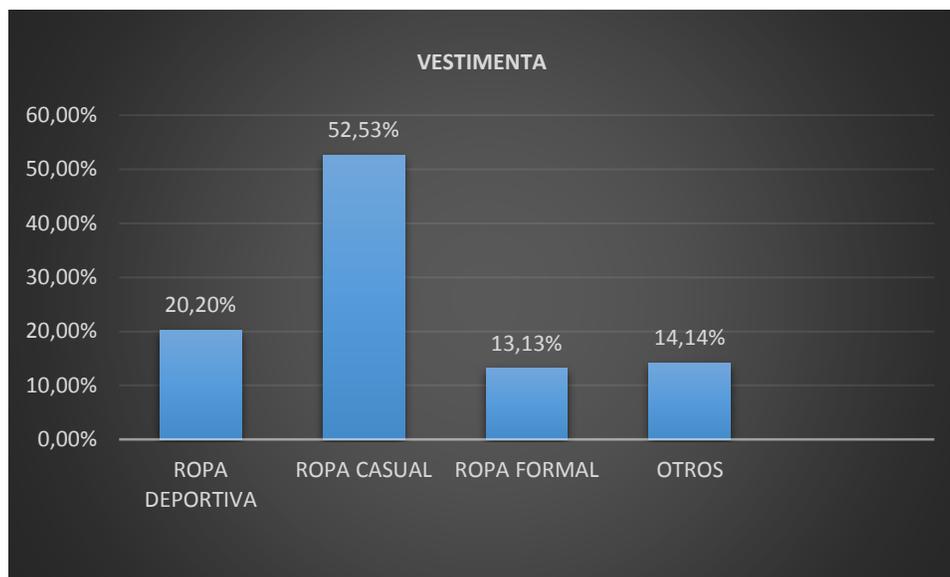


Gráfico # 8

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis:

La población entre las diferentes opciones de vestimenta que usa con más frecuencia, opto por ropa casual (52,53%) y la de ropa deportiva (20,20%) la misma que les da comodidad al realizar diferentes actividades.

Mientras que en entre la vestimenta de otros nos da un resultado del (14,14%), y las personas que utilizan ropa formal con (13,13%).

Los siguientes resultados nos indican que el servicio brindado por nuestro taller de serigrafía debe realizar trabajos en ropa casual ya que en esta opción se puede trabajar en

Distintos tipos de vestimenta los mismos que serán llamativos, novedosos y demostrar que el

taller deja completamente satisfechos las necesidades de nuestros clientes.

Como medio publicitario para poder buscar nuevos clientes podemos optar por flyers los cuales se entregaran en distintos locales comerciales de ropa en el sector de Cotocollao.

2. ¿Te gustan los estampados en camisetas?

SABEN QUE LE GUSTA		
SI	234	59,09%
NO	162	40,91%

Matriz # 11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Cristian Hernández

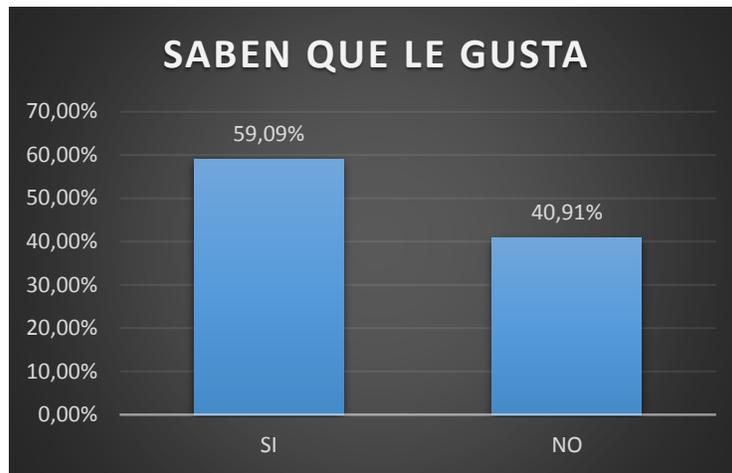


Gráfico # 9

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis:

El 59,09% de la población Si le gustan los estampados en camisetas, por tanto con esta cifra podemos saber el grado de aceptación de estampados en camisetas y poder ir creando nuevos diseños disponibles para el consumidor.

3. ¿Conoce usted sobre los servicios que ofrece un taller de serigrafía?

CONOCEN SOBRE SERIGRAFÍA		
SI	172	43,43%
NO	224	56,57%

Matriz # 12

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

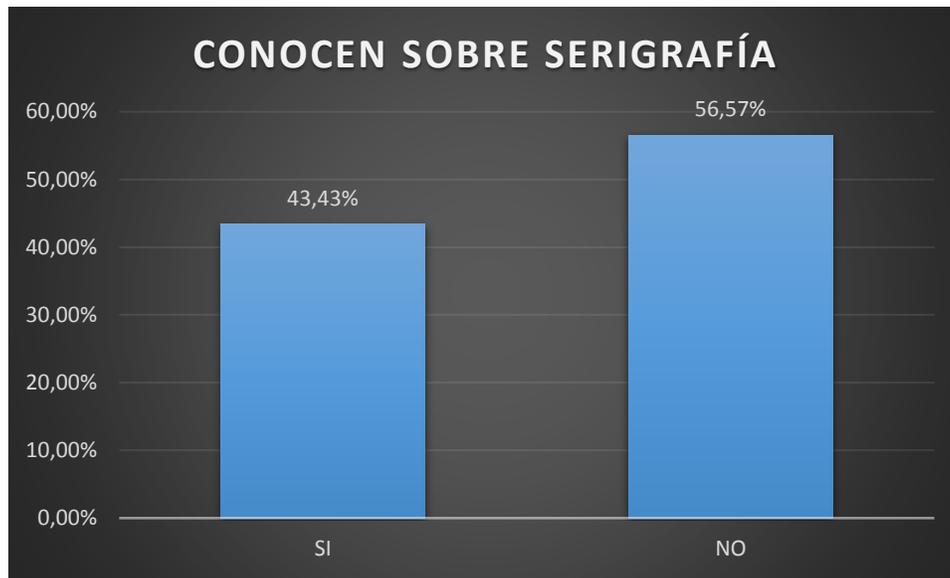


Gráfico # 10
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis:

El 56,57% de la población No conoce sobre los servicios que ofrece un taller de serigrafía por lo cual el taller tendrá que ser llamativo y dar variedades de productos para que se vaya reconociendo la técnica de la serigrafía, y distribuir información sobre el servicio que se va a brindar mediante flyers.

4. ¿De estas técnicas de estampado cual conoce usted?

TÉCNICAS DE ESTAMPADO		
SUBLIMADO	90	22,73%
SERIGRAFÍA	87	21,97%
ESTAMPADO	152	38,38%
SERIGRAFÍA DE ALTO RELIEVE	67	16,92%

Matriz # 13
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Cristian Hernández

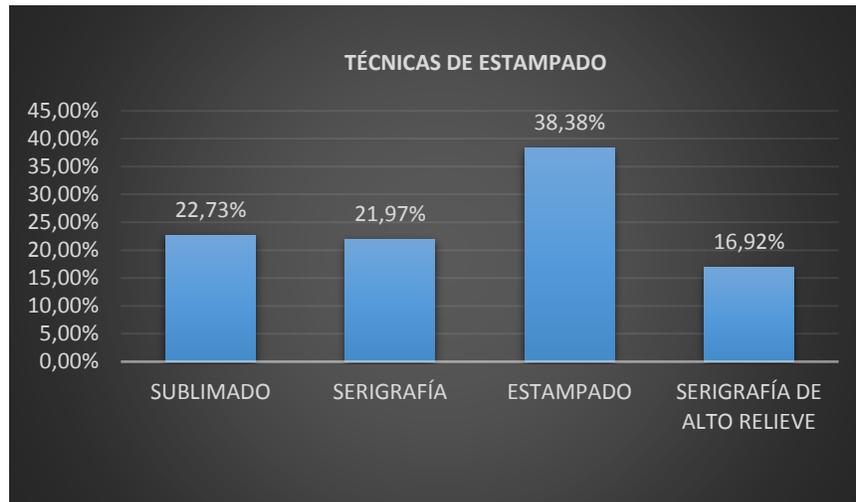


Gráfico # 11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis:

El 38,38% de la población indica que conoce la técnica de estampado para realizar sus trabajos en variedades de textiles. El 22,73% conoce la técnica del sublimado la misma que se puede ofrecer en el taller de serigrafía, por lo cual esta cifra nos indica que se conoce el nombre de la técnica más recurrida para la elaboración de productos a partir de la serigrafía y es un buen punto para el desarrollo del proyecto.

5¿Ha usado los servicios de estampado en serigrafía en camisetas?

UTILIZACIÓN DEL SERVICIO		
SI	185	46,72%
NO	211	53,28%

Matriz # 14

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Cristian Hernández

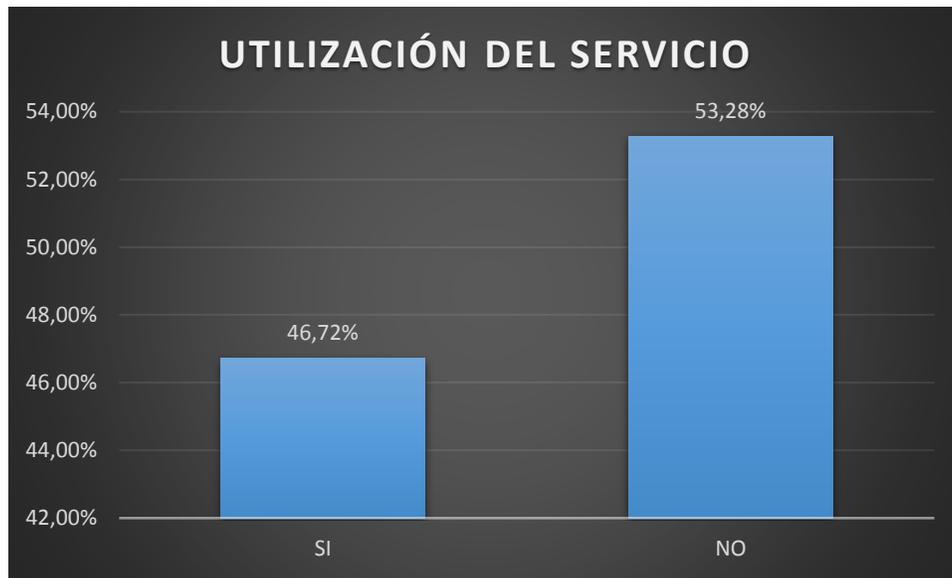


Gráfico # 12

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis:

El 46,72% de la población si ha usado los servicios de la serigrafía y entre las diferentes cualidades que han caracterizado esta opinión se destacan las siguientes:

- Por deberes
- Para realizar uniformes deportivos
- Flexible en precios y horarios
- Regalos personalizados

El 53,28% de la población no ha requerido de los servicios de serigrafía o no han tenido buena experiencia con los servicios que han usado y las cualidades que destacan esta opinión:

- No conocen del servicio
- Sin garantía y costosas

- Entrega demorosa e incumplida

6. ¿A cuál de estos lugares suele acudir para realizar trabajos de serigrafía?

SABEN DONDE IR		
CENTROS COMERCIALES	165	41,67%
CENTROS DE COSTURA	51	12,88%
TALLER DE SERIGRAFÍA	76	19,19%
OTROS	104	26,26%

Matriz # 14

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

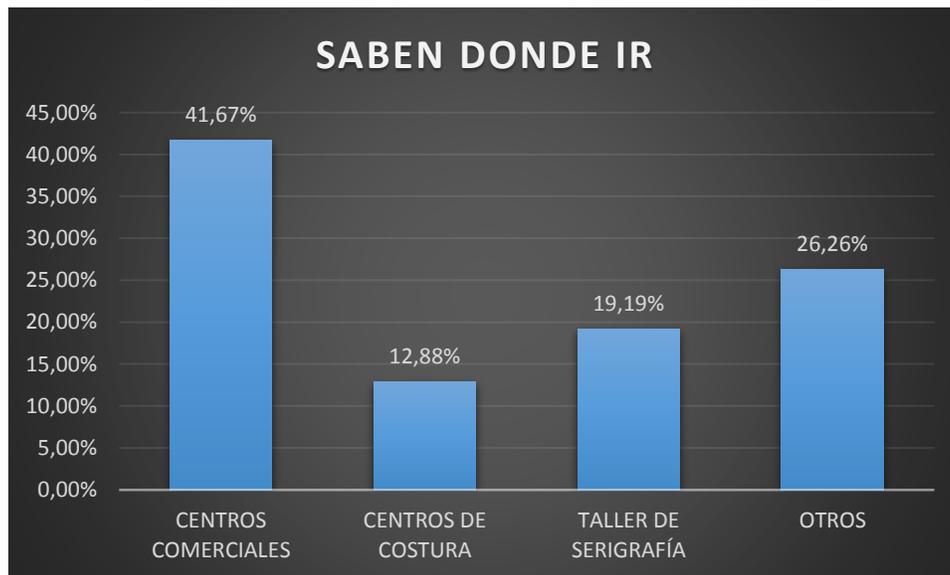


Gráfico # 12

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis:

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

La población para realizar diferentes trabajos de serigrafía, decidió entre los diferentes lugares para encontrar ayuda con sus trabajos, a centros comerciales con un (41,67%) la confianza dada de ir a otros lugares (26,26%) la concurrencia de ir a un taller de serigrafía (19,19%) talleres de costura (12,88%).

Los resultados obtenidos nos indican que las personas desconocen a dónde acudir para realizar trabajos de serigrafía, por lo cual acuden a centros comerciales los mismos que no ofrecen un servicio completo como lo haría un taller serigrafía satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes los mismos que recomendarán a nuevos clientes los cuales forman parte del crecimiento.

Como medio publicitario para poder mejorar la concurrencia de clientes al taller de serigrafía se adoptara en anuncios de la guía telefónica y redes sociales.

7. ¿Qué le gustaría que exista en un taller de serigrafía?

MEJORAS PARA UN TALLER		
COMODIDAD	119	30,05%
ATENCIÓN	143	36,11%
SERVICIO	134	33,84%

Matriz # 14

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

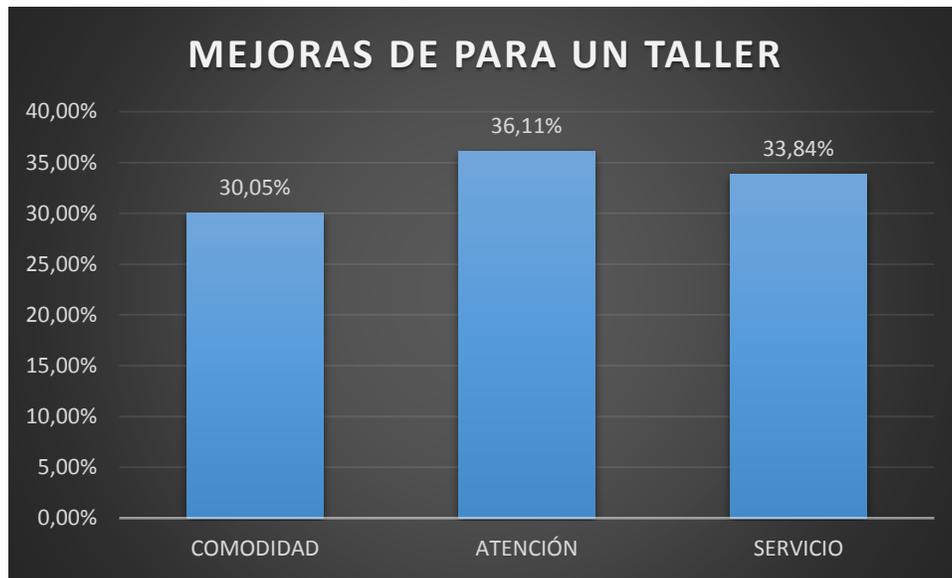


Gráfico # 13

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis:

El (36,11%) de la población está en desacuerdo con la atención de diferentes talleres a los

que han concurrido (33,84%) no está de acuerdo con el servicio (30,05%) de la población en comodidad no se siente a gusto con el espacio de atención.

Estas cifras nos indican cuales son las principales molestias que un cliente encuentra en un taller de serigrafía al momento de adquirir el servicio.

8. ¿Cuántos talleres de serigrafía conoce alrededor, conoce uno indica su nombre?

Análisis:

Esta pregunta sale del contorno de opinión para nuestro proyecto, ya que se pretende conocer si las personas conocen sobre talleres de serigrafía aledaños al sector.

Recopilando toda la información obtenida en la encuesta se ha llegado a la conclusión que para la población de Cotocollao si es necesario contar con el servicio, ya que en respuestas analizadas ninguna persona dice conocer talleres de serigrafía ubicados en la zona. Los mismos que dicen ser muy necesarios para los diferentes locales comerciales que necesitan de este servicio

La encuesta realizada nos ha dado varios resultados los cuales nos ha permitido dar un concepto de la palabra servicio que nos permita saber que desean nuestros clientes.

9. ¿Te gustaría que el barrio de Cotocollao tenga su propio taller de serigrafía de estampados sobre textil?

ACEPTACIÓN		
SI	335	84,60%
NO	61	15,40%

Matriz # 15

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández



Gráfico # 14

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis:

El (84,60%) de la población ha respondido que Si acepta en su sector un taller de serigrafía. Para nuestro proyecto saber que la población ha respondido favorablemente nos Ayuda a que sea factible y si se pueda implementar nuestro proyecto en el lugar seleccionado.

Esta cifra nos da el porcentaje de aceptación que tendría nuestro taller al momento de iniciar sus actividades

Este factor es muy indispensable para poder iniciar nuestras actividades ya que si la población no estuviera de acuerdo con tener un taller de serigrafía nos impide poder desempeñar nuestros servicios con la eficiencia que se pretende atender a nuestros clientes.

10. ¿De haber este taller de serigrafía pedirías los servicios, con qué frecuencia?

FRECUENCIA		
SI	312	78,79%
NO	84	21,21%

Matriz # 16

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

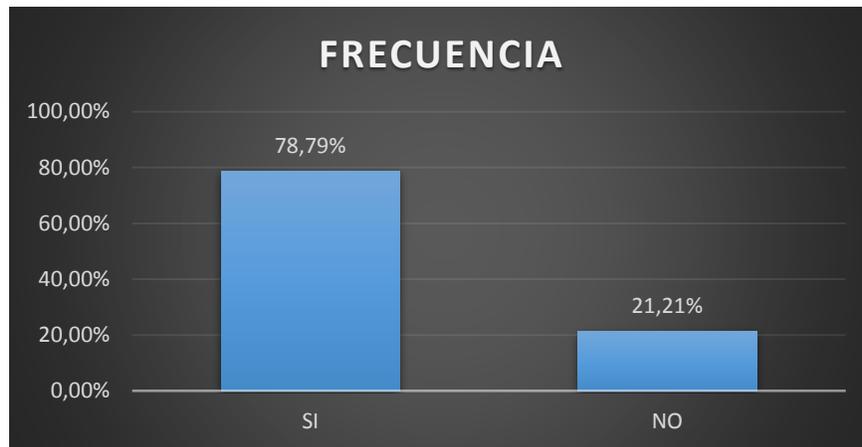


Gráfico # 15
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Cristian Hernández

Análisis:

El (78,79%) de la población ha respondido que Si pediría los servicios del taller de serigrafía esta cifra nos indica que tendríamos una gran aceptación para nuestro proyecto y la concurrencia de nuestros clientes será con variaciones favorables y poder ir avanzado.

3.2 OFERTA

Concepto.- Cantidad de bienes y servicios que un producto ofrece en el mercado en un momento determinado y a un precio justo. (MURILLO, 2009)

3.2.1 OFERTA HISTÓRICA

Según la investigación se determinó que en el sector no existe ninguna actividad económica referente a realizar un taller de serigrafía, por tanto el servicio no tiene ningún dato que permita determinar oferta alguna en el sector dando como resultado la oferta histórica de 0.

3.2.2 OFERTA ACTUAL

En la actualidad no existe interesado alguno en ingresar al mercado con un taller de serigrafía, a partir de la viabilidad del presente proyecto habrá una oferta de servicios en el sector, con la segmentación de la encuesta hemos obtenido esta oferta actual de 15184 productos los cuales lograremos hacer el 0% que es 303680 al año.

OFERTA ACTUAL	
2014	1.800

Gráfico # 15

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Hernández

3.2.3 OFERTA PROYECTADA

La oferta se calcula con el porcentaje obtenido de las encuestas, la aceptación de la competencia según el método cualitativo de DELPHI.

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

$$Q = (1 + t)^n$$

Dónde:

Q= Cantidad de empresas ofertantes

t= Tasa de Crecimiento de compañías en el sector

n= Año de proyección

OFERTA PROYECTADA		
2014	1,0420	1800
2015	1,0858	1954
2016	1,1314	2211
2017	1,1789	2607
2018	1,2284	3202

Gráfico # 15
Fuente: INEC
Elaborado por: Cristian Hernández

3.4 Demanda

3.4.1 DEMANDA HISTÓRICA

3.4.1.1 DEMANDA HISTÓRICA POTENCIAL

No se ha encontrado datos históricos de consumo de materiales didácticos por ser un mercado reducido y no existir empresas dedicadas a esta actividad, se tomará datos recopilados del último censo del INEC en el 2010, se ha registrado el siguiente crecimiento en la población de la Parroquia de Cotocollao: 31 133 personas.

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

3.4.2 DEMANDA ACTUAL

POBLACION DE COTOCOLLAO	31133	
Pregunta	Porcentaje	
Vestimenta (Pregunta 1)	52,53%	16260
Saben que le gusta (Pregunta 2)	59,09%	9608
Utilización del servicio (Pregunta 3)	46,72%	4488

Aceptación (Pregunta 9)	84,60%	3796
----------------------------	--------	------

Demanda actual: 3796 X 4= 15184 unidades.

Con los resultados de la tabulación de la encuesta de mercado obtenemos como resultado nuestra demanda actual de 15184 unidades de materiales didácticos al año.

Demanda actual

Año	Demanda
2014	15184unidades

3.4.3 DEMANDA PROYECTADA

La demanda se proyectara con la tasa de crecimiento poblacional actual de 4.20% para cinco años.

3.5 Balance oferta-demanda

BALANCE OFERTA DEMANDA			
AÑO	OFERTA	DEMANDA	demanda - oferta
2014	1800	15184	13384
2015	1954	16486	14532
2016	2211	18652	16441
2017	2607	21989	19382
2018	3202	27011	23809

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es importante y fundamental en un proyecto porque se estudia la localización, el tamaño de las instalaciones y la maquinaria que se va a utilizar.

4.1 Tamaño del proyecto

A continuación realizaremos un análisis de los componentes que debe tener el proyecto para poder atender toda la demanda antes analizada. Depende del equipo que se posea para dar una buena atención en esta ocasión se debe poseer máquinas de estampado y diferentes materiales que hacen posible realizar el trabajo.

4.1.1 Capacidad instalada

La capacidad instalada del proyecto se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados trabajos que se vayan a realizar en el taller.

Maquinaria

Para el proyecto utilizaremos un pulpo de 6x6 con microregistro el mismo que nos facilitara realizar trabajos en gran cantidad, esta maquinaria nos sirve para estampado en

Diferentes tipos de tela se utiliza tintas convencionales llamadas así por exposición a las tintas ultravioletas que se secan por exposición a un golpe de ese tipo de luz. Se puede realizar trabajos que abarquen variedades de colores ya que gracias a sus 6 estaciones que permiten obtener grandes resultados al momento de realizarlos.



Pulpo para serigrafía de 6x6 con micro registro

- Mesa reveladora para serigrafía esta maquinaria nos ayudara a revelar los artes que los clientes quieran estampar esta mesa tiene por dentro una luz blanca muy intensa la misma que debe ir ubicada en un lugar oscuro para lograr el revelado de los trabajos que se vayan a realizar.



Mesa reveladora para serigrafía

- Pistola de agua a presión esta maquinaria nos ayudará a rescatar la matriz que se haya y así poder volver a utilizarla.



Pistola de agua a presión

4.1.2 Capacidad Óptima

La capacidad óptima estará relacionada con la capacidad productiva deseada. Para calcularla deberemos disponer de información sobre cuáles serán nuestras ventas y cómo se distribuirán en el tiempo. De esta forma, a mayor volumen de ventas, mayor capacidad necesitaremos para realizar nuestro trabajo.

4.02 Localización

4.02.01 Macrolocalización

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

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

MACROLOCALIZACIÓN						
SECTOR	SEGURIDAD	MOVILIDAD	SERVICIOS	RELACIÓN	RELACIÓN	TOTAL
			BÁSICOS	PROVEEDORES	CLIENTES	
COTOCOLLAO	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	3,75
SAN JOSE DE JARRIN	0,75	0,50	0,75	0,50	0,75	3,25
PLAZA GUAYAQUIL	0,75	0,50	0,75	0,50	0,75	3,25

Matriz # 25

Fuente: Municipio de Quito
Elaborado por: Pablo García

Análisis:

Macro sector Cotocollao tiene un nivel elevado de seguridad ya que la población es organizada y cuentan con vigilancia policial en todos los rincones, así mismo el transporte tiene un porcentaje elevado ya que el sistema de transporte público cuenta con varias líneas de recorrido y las vías de acceso se encuentran en buen estado, cuenta con todos los servicios básicos sin ninguna suspensión, la relación con nuestros clientes se encuentra mejor ya que no es distante y existe menos tráfico para poder ingresar al sector, la población se encuentra en crecimiento por tanto podemos atender a los hogares de este sector.

Macro sector San José de Jarrin tiene un nivel medio alto de seguridad por ser un sector pequeño y no existen novedades con respecto a este factor, la accesibilidad a este sector se encuentra muy concurrida y tiene una gran vía de acceso la misma que permite dar acceso al sector donde nos iremos a ubicar, cuenta con servicios de transporte público, por encontrarse a las cercanías de las vías principales de la ciudad de Quito el sector tiene todos los servicios básicos, la población es muy pequeña por tanto no contamos con muchos hogares para dar atención.

Macro sector Plaza Guayaquil el nivel de seguridad es alto en este lugar, según la policía nacional y policía metropolitana se encuentran asentados un gran porcentaje pandillas y personas inescrupulosas que hace que el sector se encuentre vigilado, la movilidad en este sector es media ya que al encontrarse en lugares transitados por las

personas tienen la posibilidad de llegar gracias al implemento del transporte en la ciudad de Quito y no existe tráfico que impida movilizarse ya que si existen varias vías de acceso para poder llegar al sector , los servicios básicos se encuentran con normal funcionamiento y se puede acceder a todos los servicios básicos, la relación con nuestros proveedores no es distante ya que al no existir tráfico la mayoría de estos se encuentran ubicados en el sector centro norte de la ciudad de Quito es muy fácil poder llegar hacia ellos y viceversa, con relación a los clientes, existe un gran porcentaje de población con la cual podemos contar para brindar nuestros servicios sin ningún problema.

El macrosector del taller de serigrafía está ubicado en Cotocollao y según el análisis realizado este sector tiene las características más idóneas para poder instalar nuestro taller.

4.02.02 Microlocalización

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

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

MICROLOCALIZACIÓN							
SECTOR	ACCESIBILIDAD	SEGURIDAD	MOVILIDAD	SERVICIOS BÁSICOS	CRECIMIENTO	DEMANDA	TOTAL
Parque de Cotocollao	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	1,00	4,75
25 de Mayo	0,75	0,50	0,75	0,75	0,75	0,75	4,25
Avenida de la Prensa(cal le Unión y progreso)	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,50	4,25

Matriz # 26

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: Cristian Henrnandez

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

El sector 25 de Mayo tiene un nivel de accesibilidad medio ya que el tráfico de transporte es elevado y lleva mucho tiempo ingresar al sector el nivel de seguridad es muy bajo ya que el sector se encuentra en un nivel de inseguridad por la presencia de organizaciones delictivas, cuenta con todos los servicios básicos sin ninguna suspensión y

tiene un nivel de crecimiento de la población elevado el cual nos indica que contamos con hogares para poder brindar nuestro servicio.

El sector Avenida de la Prensa cuenta con un nivel de accesibilidad medio alto ya que es una vía de acceso principal de la ciudad y los caminos se encuentran en buen estado y el tráfico es ligero, el nivel de seguridad se encuentra en un nivel medio alto ya que cuenta con muchos lugares de entretenimiento y ciertos grupos violentos, cuenta con todos los servicios básicos y con un nivel de crecimiento que permita a la población usar nuestro servicio.

Por todo el análisis realizado llegamos a una conclusión que los microsectores idóneos para poder instalar nuestro taller de serigrafía son El parque de Cotocollao, Avenida de la Prensa (calle Unión y progreso), pero tomando en cuenta que el factor seguridad es muy importante para el cuidado de todos nuestros recursos tanto humanos como materiales es factible colocar nuestra empresa en el sector del parque de Cotocollao.

4.2.3 Localización Óptima

Después de haber analizado el macrosector y el microsector se llegó a la conclusión que el área donde se pretende instalar la microempresa es el Parque de Cotocollao.

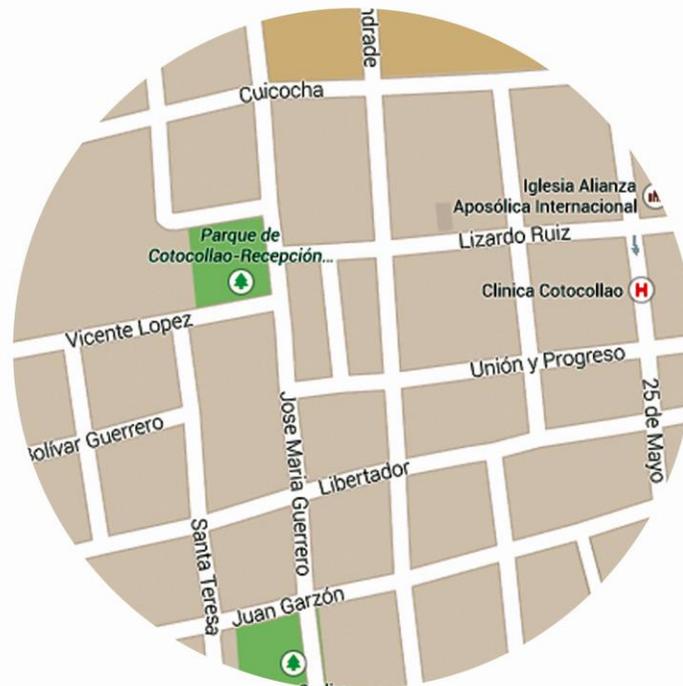


Gráfico # 21

Fuente: Google maps

Elaborado por: Cristian Hernández

4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

La ingeniería del proyecto incluye la estandarización y la simplificación, en esta etapa se define el diseño del producto como también los procesos para minimizar costes y evitar problemas de fabricación. (VALLHONRAT 2000)

En la ingeniería de productos es indispensable estar atentos a los cambios o modificaciones que requiere el cliente para poder satisfacerlo de forma inmediata.

La expresión ingeniería de producto se refiere al proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene un elemento apto para su comercialización mediante algún proceso de fabricación. Por lo general la ingeniería de producto comprende actividades relacionadas con optimizar el costo de producción, su facilidad de fabricación, su calidad, funcionalidad, confiabilidad y otras características importantes para el usuario. Por lo general se busca obtener un producto con estas características de manera que el producto resulte más atractivo y competitivo en el segmento del mercado que tiene por objetivo. (VALLHONRAT 2000)

4.3.1 Definición del producto

El producto que se desea llevar al mercado tiene como expectativa una innovación para los clientes el mismo que será de agrado satisfaciendo las necesidades del consumidor con precios más accesibles que los productos ya existentes en el mercado.

Los productos que se elaboraran con la técnica de la serigrafía cuentan con características esenciales y básicas a la hora de adquirir el producto, a pesar de no ser un producto original estos tendrán una presentación original innovadora se realizar camisetos con diseños de personajes (caracteres) llamativos utilizando la técnica de la sublimación.

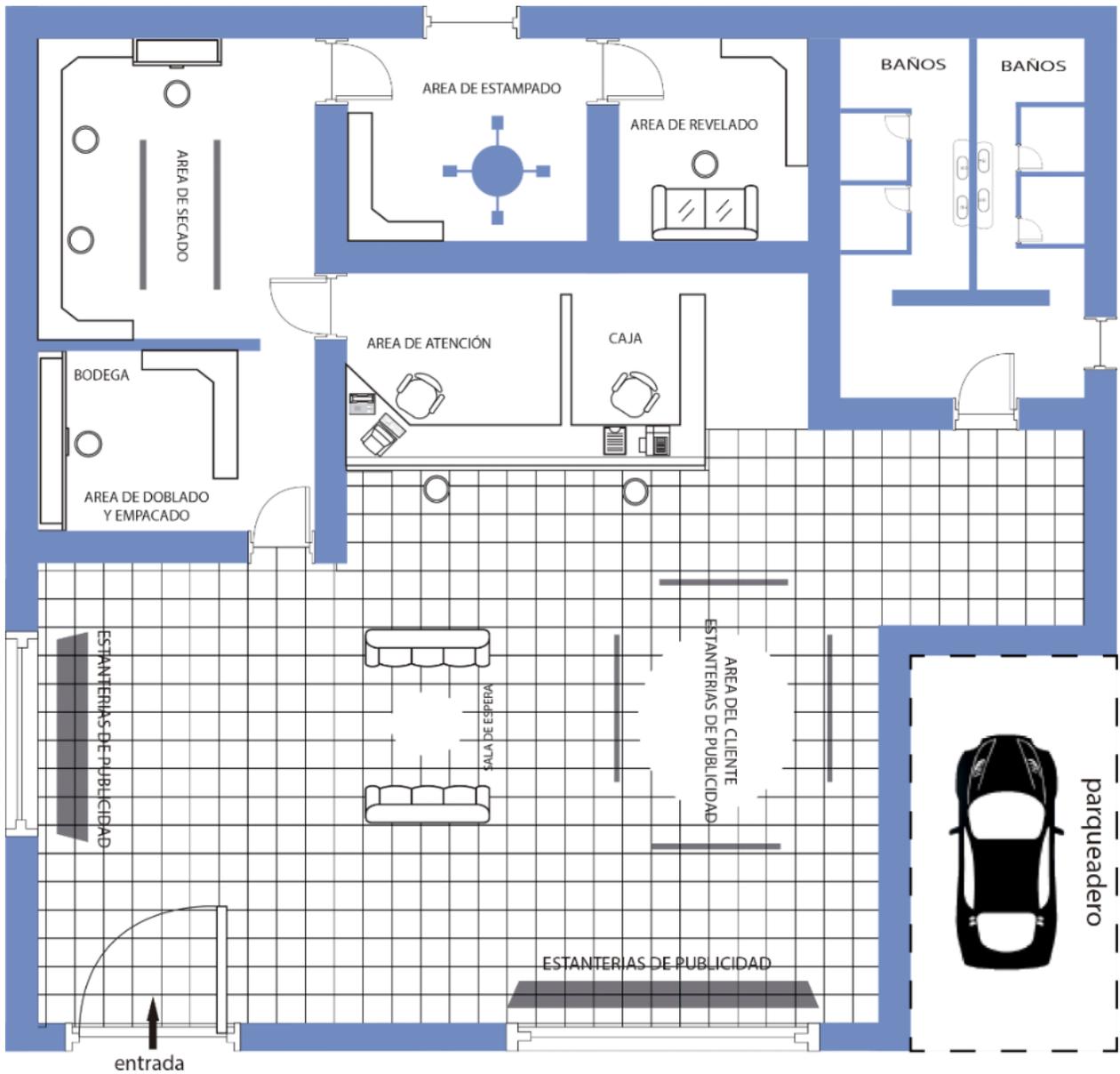
Se realizara diseños tanto como para mujeres, niños, hombres en varias presentaciones el precio será muy accesible y de fácil adquisición y así poder ir llamando la atención de los clientes.

Los productos estarán elaborados de una manera higiénica y segura, adicional todos los empleados encargados del proceso de elaboración estarán capacitándose continuamente con la finalidad de ofrecer un producto de calidad así como el de innovación.

Las camisetas que se darán a vender tendrán un costos dependiendo en qué tipo de tela se aplique el arte requerido ya sean en algodón tendrá un costo por unidad de \$20 dólares y para sublimación \$17 dólares en tela Qiana los demás servicios que se ofrece tendrán un valor según la cantidad pedida.

4.3.2 Distribución de planta

La decisión de distribución en planta comprende determinar la ubicación de los departamentos, de las estaciones de trabajo, de las máquinas y de los puntos de almacenamiento de una instalación.



Elaborado por: Cristian Hernández

CUADRO DE DIMENSIONES DE LA PLANTA

La microempresa va a estar distribuida de diferentes áreas la cual va a tener 80 m2.

ÁREAS	DIMENSIONES
Área de revelado	10,25m2
Área de estampado	19,25 m2
Área de secado	22,25 m2
Bodega área de doblado y empacado	12,25 m2
Baños	21 m2
Área de estanterías publicitarias y sala de espera	22,25 m2
Parqueadero	12,25 m2
AREA TOTAL	119,25 m2

Matriz # 27

Elaborado por: Cristian Hernández

Matriz triangular

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
A	Absolutamente necesario que este cerca.
E	Especialmente necesario que este cerca.
I	Importante que este cerca.
O	Cercanía ordinaria.
U	Cercanía sin importancia.
X	Cercanía indispensable.

Matriz # 28

Razones de cercanía

RAZONES	DESCRIPCIÓN
1	Por proceso
2	Por administración
3	Por conveniencia
4	Por ruido
5	Por higiene

Matriz # 29

Elaborado por: Cristian Hernández

Áreas o ambientes

AREAS

CAJA

DISEÑO GRÁFICO

MAQUINARIA

ADMINISTRACIÓN Y BODEGA

BAÑOS

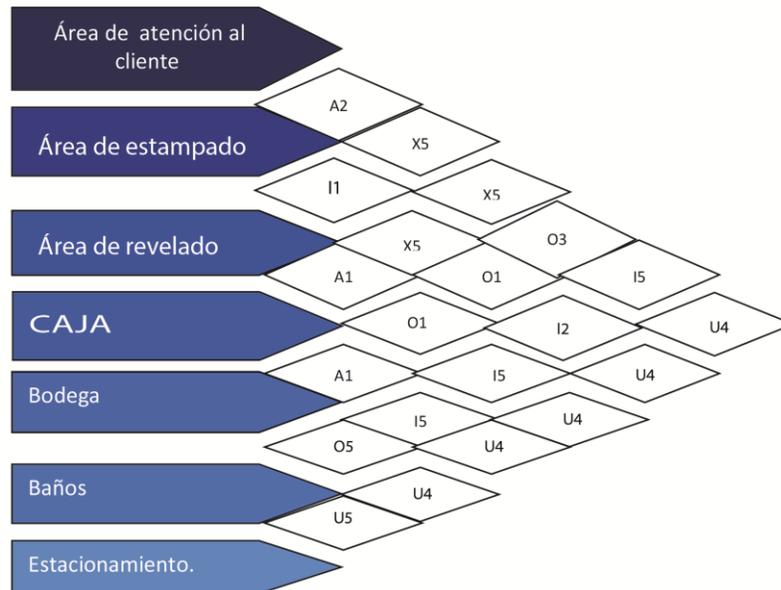
PARQUEADERO

Matriz # 30

Elaborado por: Cristian Hernández

Gráfico de cercanía

Grafio # 22
Fuente: Municipio de Quito
Elaborado por: Cristian Hernández



Descripción de las instalaciones del proyecto

Para la instalación de este proyecto se va a requerir de distintas áreas como son:

Área de caja y atención al cliente

Esta área contara con un amplio espacio donde el cliente podrá encontrar una zona de descanso con sillones, una zona con estanterías de publicidad donde se podrá observar los productos a ofrecerse tanto en el centro de esta área como en las principales ventanas se contara en este mismo sitio los cuales pueden ser adquiridos en el área de atención al cliente quien le explicara cualquier novedad que tenga sobre

el producto, este espacio físico será el más grande del local será un lugar amplio limpio aromatizado y con la comodidad necesaria para nuestros clientes.

➤ **Área de revelado**

Esta área será muy importante ya que esta es muy esencial y se requiere de poca luz para realizar los revelados de los diferentes trabajos de nuestros clientes, de esta área depende que se pueda seguir el siguiente proceso que será el estampado.

➤ **Área de estampado**

Esta área es una de las más importantes porque aquí es donde se desarrollará y estampa los diseños exclusivos e innovadores tanto como del taller o de cualquier cliente siempre y cuando hayamos realizado el debido proceso.

➤ **Caja**

Al momento de adquirir cualquier producto el pago deberá realizar en esta área de ya que es muy esencial no confundir una área con otra

➤ **Bodega**

En este espacio se podrá guardar la materia prima, materiales que son esenciales en la preparación para nuestro producto, como son tintas solventes, estropajos, racles, espátulas, matrices, etc.

➤ **Baños**

Los baños son para los clientes estarán divididos en dos, es decir uno será ocupado por las damas y el otro por los caballeros.

➤ **Estacionamiento**

Este sitio será únicamente para nuestros clientes para su comodidad al momento de requerir nuestros servicios.

4.3.3 PROCESO PRODUCTIVO

Es el conjunto de elementos interdependientes orientados hacia la consecución de un objetivo común que es la elaboración de un producto, estas generar valor.

En el inicio tenemos a los insumos, en la parte central un conjunto de etapas o fases y al final un producto terminado y listo para salir al mercado a satisfacer necesidades de los clientes (MORILLO, 2011 Pág. 20)

Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos

Elementos, de esta manera los elementos de entrada conocidos como factores pasan a ser elementos de salida que son los productos, tras un proceso en el que se incrementa su valor Cabe destacar que los factores son los bienes que se utilizan con fines productivos (Materia Prima), los productos en cambio están destinados a la venta al consumidor o mayorista. (MODD JOSEPH Conceptos de Producción, 1995)

El proceso productivo se refiere a cómo va a ser el desarrollo productivo de la empresa, en distintas etapas o fases consiguiendo un producto final terminado y listo para salir al mercado y satisfacer las necesidades de los clientes.

➤ TIPOS DE SISTEMAS DE PRODUCCIÓN

Existen tres tipos de sistemas productivos que son (MORILLO, 2011 Pág. 20)

➤ Sistema productivo continuo

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

El Sistema Productivo Continuo será el empleado en el proyecto debido a que nos dedicaremos a la producción de un determinado producto, por un largo periodo. El ritmo de producción es acelerado y las operaciones se ejecutan sin interrupciones. Como el producto es el mismo el proceso productivo no sufre cambios seguidos y este puede ser perfeccionado e innovarlo constantemente según las tendencias del mercado.

4.3.4.5 MAQUINARIA Y EQUIPOS

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO FINAL	DESCRIPCIÓN GENERAL
Pulpo para serigrafía de 6x6	1	2498	2498	Pulpo manual (6x6 con tres juegos de mesas) con microregistro -Fabricada en metal -Con timer para control de tiempo y apagado automático
Mesa de revelado	1	280	280	-Interruptor principal -Cuatro lámparas fluorescentes -Dimensiones: 90 x 64 cm
Lavadora de marcos	1	185	185	EWS11 Hidrolavadora - 2200 psi - 1800 W de potencia, pistola activa de alta presión
Presecador	1	65	65	Presecador para serigrafía a gas
Total			3028	

Matriz # 31

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: Cristian Hernández

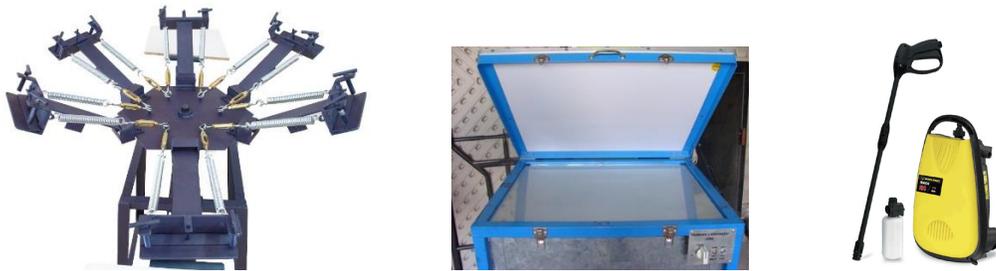


Grafico # 23

Elaborado por: Cristian Hernández

Materiales para estampado

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO FINAL	DESCRIPCIÓN GENERAL
Tintas	12	5,53	66,36	Marca sefi
Emulsión textil	3	7,13	21,39	Marca sefi
Adhesivo de mesa	2	9,88	19,76	Marca sefi
Recuperador de mallas	2	21,13	42,26	Marca sefi
Marcos	6	30	180	Tamaños A3 ,A4 de madera o aluminio
Racleta	6	10	60	Madera ,aluminio ,platico
Total			389,77	

Matriz # 33

Elaborado por: Cristian Hernández

Equipo de computación

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO FINAL	DESCRIPCIÓN GENERAL
Computadora Pc	1	720	720	Computador Intel Core I7 3740 3.4 Led 20 750gb 4gb.
Impresora láser	1	159	159	Multifunción Epson Xp 400 + Sistema Tinta, Wifi, Touch

Teléfono Panasonic	1	120	120	Teléfonos de escritorio
Router Wifi	1	21	21	Router inalámbrico N300 mpbs Wireless N tp linkTI-wr941
Total		1020		

Matriz # 35
Elaborado por: Cristian Hernández



Grafico # 24
Elaborado por: Cristian Hernández

Materiales de oficina

Equipos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Grapadora	1	25	25,00
Reglas fijas	2	5,00	10,00
Estiletes	1	1,50	1,50
Sillas	12	10,00	120
Resmas de papel	2	5,00	10
Mesas	5	60,00	300
Calculadora	2	50,00	100
Total			\$566,50

Matriz # 36
Elaborado por: Cristian Hernández

CUDRO DE ACTIVOS Y FIJOS

Activos fijos

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

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.

Activo Diferido

Los cargos diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos.

Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos,

Naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización.

(contaplub2009.blogspot.com/2009/11)



CUADRO DE ACTIVOS

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNIT	V.TOTAL
ACTIVO FIJO				
MAQUINARIA Y EQUIPO				
Pulpo para serigrafía	Unidad	1		2498
Mesa de revelado	Unidad	1		280
Lavadora de marcos	Unidad	1		185
Presecador	Unidad	1		65
Total de Maq. Y Equipo				3028
MATERIALES PARA ESTAMPADO				
Tintas	Unidad	12	5,53	66,36
Emulsión textil	Unidad	3	7,13	21,39
adhesivo de mesa	Unidad	2	9,88	19,76
Recuperador de mallas	Unidad	2	21,13	42,26
Marcos	Unidad	6	30	180
Racleta	Unidad	6	10	60
Total de Materiales para estampado			83,67	389,77
EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Computadora Pc	Unidad	1		720
IMPRESORA LASER	Unidad	1		159
Teléfono Panasonic	Unidad	1		120
Router wifi	Unidad	1		21
				1020
Materiales de oficina				
Grapadora	Unidad	1	25	25
Reglas Fijas	Unidad	2	5,00	10
Estiletes	Unidad	1	1,50	1,50
Sillas	Unidad	12	10	120,00
Resmas de papel	Unidad	2	5,00	10
Mesas	Unidad	5	60	300
Calculadora	Unidad	2	50	100
			156,50	566,50
TOTAL DE ACTIVOS				
Activos diferidos				
Estudio de factibilidad				1500
Gastos de adecuación del local				
Gastos de construcción				800
TOTAL DE CAPITAL OPERACIÓN			240,17	2.300,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN				7.304,27
PORCENTAJE PARTICIPACIÓN				0
Porcentaje de participación			100%	

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

V Estudio financiero

En el siguiente capítulo se desarrollara el estudio financiero para establecer si el proyecto de diseño y venta de bolsos reciclados en tela es viable.

5.01 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 4.20% u una tasa de crecimiento

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.

Matriz # 37

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	Del al						
INGRESOS OPERACIONALES	Per. Preoperacional	42005	42370	42736	43101	43466	43831
Recuperación por ventas	0	530100	490170	502558,95	515381,5133	528652,8662	542388,7165
FLUJO OPERACIONAL	\$ 0,00	\$ 79.630,48	\$ 67.958,64	\$ 68.389,32	\$ 69.438,64	\$ 69.850,74	\$ 70.909,44
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 31.551,50	\$ 3.842,17	\$ 4.220,56	\$ 2.263,69	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 31.551,50	\$ 41.407,41	\$ 37.771,96	\$ 38.592,78	\$ 39.751,77	\$ 40.739,78	\$ 41.761,27
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ 0,00	-\$ 37.565,24	-\$ 33.551,39	-\$ 36.329,10	-\$ 39.751,77	-\$ 40.739,78	-\$ 41.761,27
FLUJO NETO GENERADO	\$ 0,00	\$ 42.065,24	\$ 34.407,24	\$ 32.060,23	\$ 29.686,88	\$ 29.110,96	\$ 29.148,17
SALDO INICIAL DE CAJA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 42.065,24	\$ 76.472,48	\$ 108.532,70	\$ 138.219,58	\$ 167.330,55
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 0,00	\$ 42.065,24	\$ 76.472,48	\$ 108.532,70	\$ 138.219,58	\$ 167.330,55	\$ 196.478,71

5.02 Costos

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

5.02.01 Costo directo

Los gastos directos son todos aquellos se hacen al momento de la realización del producto y estos son: prendas de vestir que se utilizan en la realización de los bolsos, la tinta 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:

Matriz # 38

MANO DE OBRA DIRECTA				
		REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN
OBREROS	CANTIDAD	MENSUAL INDIV.	MENSUAL TOTAL	ANUAL
OBREROS CALIFICADOS	3,00	\$ 340,00	\$ 1.020,00	\$ 12.240,00
TOTAL	3,00	\$ 340,00	\$ 1.020,00	\$ 12.240,00
SUMINISTROS ANUALES				
		VALOR	VALOR	
UNITARIO	UNITARIO	UNITARIO	UNITARIO	
ENERGÍA ELÉCTRICA (KW/h)	\$ 1,00	\$ 250,00	\$ 250,00	
INTERNET	\$ 1,00	\$ 200,00	\$ 200,00	
AGUA POTABLE (m3)	\$ 1,00	\$ 150,00	\$ 150,00	
TOTAL			\$ 600,00	
Materia prima				
			COSTO UNID.	COSTO
CAMISETAS ESTAMPADAS	UNIDAD	CANTIDAD	DÓLARES	TOTAL
CAMISETAS	unidades	3800	\$ 4,50	\$ 17.100,00
TINTAS	unidades	2000	\$ 5,60	\$ 11.200,00
MATRICES	unidades	11000	\$ 22,00	\$ 242.000,00
ACETATO	unidades	4000	\$ 0,40	\$ 1.600,00
TOTAL				\$ 271.900,00
TAZAS	unidades	2500	\$ 5,00	\$ 12.500,00
MATRICES	unidades	7000	\$ 3,00	\$ 21.000,00
ENVOLTURA	unidades	1200	\$ 0,25	\$ 300,00
MATERIA PRIMA 4	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL				\$ 33.800,00
BUSOS	unidades	\$ 3.500,00	\$ 8,00	\$ 28.000,00
MATRICES	unidades	\$ 11.000,00	\$ 1,50	\$ 16.500,00
MATERIA PRIMA 3	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MATERIA PRIMA 4	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL				\$ 44.500,00
VALOR TOTAL				\$ 363.040,00

Una vez determinado los costos directos que se necesitara para la ejecución del proyecto son de \$ 363.040,00 anuales, lo cual va ir aumentando su valor en el mercado por medio de la inflación conforme esta vaya aumentando o disminuyendo.

5.02.02 Costo Indirecto

Los costos indirectos de fabricación son todos aquellos gastos que no son periódicos o mensuales sin embargo son necesarios para elaboración del producto. A continuación los datos de los costos indirectos de fabricación:

Matriz # 39

MANO DE OBRA DIRECTA				
		REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN
OBREROS	CANTIDAD	MENSUAL INDIV.	MENSUAL TOTAL	ANUAL
OBREROS CALIFICADOS	3	\$ 340,00	\$ 1.020,00	\$ 12.240,00
TOTAL	3	\$ 340,00	\$ 1.020,00	\$ 12.240,00
MATERIALES INDIRECTOS				
		VALOR	VALOR	
CONCEPTO	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL	
fundas	130000	\$ 0,02	\$ 2.600,00	
etiquetas	130000	\$ 0,20	\$ 26.000,00	
TOTAL		\$ 0,22	\$ 28.600,00	
TOTAL			\$ 40.840,00	

5.2.3 Gastos administrativos

Matriz # 39

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
		SUELDO	TOTAL	REMUNERACIÓN
PERSONAL ADMINISTRATIVO	CANTIDAD	MENSUAL	MENSUAL	ANUAL
GERENTE GENERAL	\$ 1,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
ASISTENTE	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
CONTADOR	\$ 1,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
SECRETARIA	\$ 1,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
MENSAJERO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SUBTOTAL	\$ 3,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 7.680,00
			GASTOS	TOTAL
			MENSUALES	ANUAL
GASTOS OFICINA			\$ 600,00	\$ 7.200,00
MOVILIZACIÓN Y VIÁTICOS			\$ 400,00	\$ 4.800,00
CUOTAS, SUSCRIPCIONES			\$ 50,00	\$ 600,00
ARRIENDO DE OFICINA			\$ 0,00	\$ 0,00
HONORARIOS DE AUDITORÍA			\$ 0,00	\$ 0,00
ENERGÍA, AGUA, TELÉFONO			\$ 370,00	\$ 4.440,00
SEGUROS			\$ 0,00	\$ 0,00
OTROS			\$ 785,00	\$ 9.420,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
DEPRECIACIÓN			\$ 51,03	\$ 612,30
EDIFICIOS ADMINISTRATIVOS			\$ 0,00	\$ 0,00
MUEBLES Y ENSERES			\$ 9,36	\$ 112,30
COMPUTADORES			\$ 41,67	\$ 500,00
SOFTWARE			\$ 20,83	\$ 250,00
MULTIMEDIA			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 191,67	\$ 2.300,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 3.159,55	\$ 37.914,60

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

Una vez determinado los gastos administrativos para la ejecución del presente proyecto para el primer año será de **\$ 37.914,60**

5.2.4 Costos de Ventas

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

Matriz # 40

GASTO DE VENTAS				
		SUELDO	TOTAL	REMUNERACIÓN
PERSONAL DE VENTAS	CANTIDAD	MENSUAL	MENSUAL	ANUAL
GERENTE DE VENTAS	0	0	0	0
VENEDORES	1	340	340	4080
SUBTOTAL	1	340	340	4080
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	0	0	0	250
				REMUNERACIÓN
	VOLUMEN	% COMISIÓN	TOTAL	ANUAL
PORCENTAJE DE COMISIÓN	529500	0,03	15885	15885
TOTAL GASTO DE VENTAS		3		20215

Para la determinación de los costos se estableció el gasto del personal de ventas y la publicidad dando como resultado el primer año es de **\$ 20215** y conforme 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.

Matriz # 41

TABLA DE PAGOS (crédito a L/P)	
MONTO DE PRÉSTAMO	\$ 30.000,00
PLAZO EN AÑOS	5,00
PERÍODOS DE GRACIA (AÑOS)	2,00
INTERÉS	10,92%
FECHA INICIO A PLAZO	01/08/2007

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

5.2.6 Costos fijos y variables

Matriz # 42

PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS	01/01/2015	Porcentaje
	Valores	
Mano de obra directa	\$ 12.240,00	2,68%
Mano de obra indirecta	0	0
Reparación y mantenimiento	\$ 96,00	0,02%
Arriendos	\$ 0,00	0,00%
Seguros	\$ 0,00	0,00%
Imprevistos	\$ 585,92	0,13%
Depreciación y Amortización	\$ 4.154,30	0,91%
Gastos de Ventas	\$ 20.215,00	4,42%
Gastos de Administración	\$ 37.914,60	8,29%
Gastos Financieros	\$ 2.621,57	0,57%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 77.827,39	17,02%

COSTOS VARIABLES		
Materias primas consumidas	\$ 350.200,00	76,59%
Suministros	\$ 600,00	0,001312257
Materiales Indirectos	\$ 28.600,00	0,062550933
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 379.400,00	82,98%

PUNTO DE EQUILIBRIO

VALORES	\$ 457.227,39	86,35%
----------------	----------------------	---------------

5.2 INVERSIONES

5.2.1 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

Matriz # 43

ACTIVOS FIJOS	unidades	valor unitario en USD	total	depreciación
Terrenos	119,00	\$80,00	\$9.520,00	
Edificios	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Almacén Comercial	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Galpón Industrial	0,00	\$0,00		\$0,00
Vías de acceso	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Parqueadero, carga y descarga	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Cerramiento	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Maquinaria y Equipo	1,00	\$720,00	\$720,00	\$72,00
Computadores	1,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$500,00
Laboratorio	1,00	\$200,00	\$200,00	\$20,00
Muebles y Enseres	1,00	\$561,50	\$561,50	\$112,30
Software	3,00	\$250,00	\$750,00	\$250,00
Estructuras especiales (capacidad técnica)	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Multimedia	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Menaje y servicios	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Vehículos y otros de carga pesada	1,00	\$16.000,00	\$16.000,00	\$3.200,00
Otros	1,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS			\$29.251,50	\$4.154,30

Todos estos activos fijos van hacer utilizados para la parte operativa y se convertirán en apoyo del proyecto.

5.2.1.2 activos nominales (diferidos)

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

Matriz # 44

ACTIVOS DIFERIDOS	valor totalizado en USD
Gastos de Instalación	\$ 500,00
Capacitación	\$ 0,00
Investigación y desarrollo	\$ 0,00
Gastos Legales de Constitución	\$ 1.800,00
Viajes (Contactos con Proveedores/clientes)	\$ 0,00
Impuestos por contratar crédito	\$ 0,00
Intereses del período preoperacional	\$ 0,00
SUBTOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.300,00

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

El capital de Trabajo está presentado por la suma del capital diferido más el activo fijo y más el capital operacional, con la suma de estos valores sacar el capital para que la empresa empiece a funcionar. **Matriz # 45**

CAPITAL DE TRABAJO		
SUBTOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.300,00	
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 29.251,50	
Capital de operación	\$ 3.500,00	9,99%
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 35.051,50	100,00%

El total de capital de trabajo para la operación de la empresa durante el primer año será de \$ **35.051,50**.

5.2.3 Fuentes de financiamiento y uso 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 11,83% anual.

5.2.4 Amortización de financiamiento (tabla 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) 11,83%

Numero de pagos mensuales 72

Pago mensual 547,19

PERIODOS	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				30000,00
1	547,190674	235,75	311,4406737	29688,56
2	547,190674	233,302595	313,8880784	29374,67
3	547,190674	230,835958	316,3547155	29058,32
4	547,190674	228,349937	318,8407363	28739,48
5	547,190674	225,844381	321,3462931	28418,13
6	547,190674	223,319134	323,8715394	28094,26
7	547,190674	220,774044	326,4166299	27767,84

Matriz # 46

Elaborado por: Cristian Hernández

5.2.6 Estado de situación inicial

El balance de situación inicial de la empresa previo a la construcción de los estados financieros que reflejan la operación de la organización en el tiempo

5.2.7 Estados de resultados proyectado (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.

Matriz # 47

UTILIDAD (PÉRDIDA) ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$ 106.310,87	20,08%	\$ 97.227,91	19,88%	\$ 103.050,23	20,55%	\$ 108.958,67	21,19%	\$ 111.672,95	21,17%	\$ 114.479,20	21,15%
15% PARTICIPACIÓN LABORAL	\$ 15.946,63	3,01%	\$ 14.584,19	2,98%	\$ 15.457,53	3,08%	\$ 16.343,80	3,18%	\$ 16.750,94	3,18%	\$ 17.171,88	3,17%
0												
UTILIDAD (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS	\$ 90.364,24	17,07%	\$ 82.643,72	16,90%	\$ 87.592,70	17,47%	\$ 92.614,87	18,01%	\$ 94.922,01	18,00%	\$ 97.307,32	17,98%
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 22.591,06	4,27%	\$ 20.660,93	4,23%	\$ 21.898,17	4,37%	\$ 23.153,72	4,50%	\$ 23.730,50	4,50%	\$ 24.326,83	4,50%
0												
UTILIDAD (PÉRDIDA) NETA	\$ 67.773,18	12,80%	\$ 61.982,79	12,68%	\$ 65.694,52	13,10%	\$ 69.461,15	13,51%	\$ 71.191,51	13,50%	\$ 72.980,49	13,49%
0												
RESERVA LEGAL	\$ 6.777,32	1,28%	\$ 6.198,28	1,27%	\$ 6.569,45	1,31%	\$ 6.946,12	1,35%	\$ 7.119,15	1,35%	\$ 7.298,05	1,35%

Matriz # 48

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERÍODOS	01/01/2015		01/01/2016		01/01/2017		01/01/2018		01/01/2019		01/01/2020	
	0	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO
VENTAS NETAS	\$ 529.500,00	100,00%	\$ 488.970,00	100,00%	\$ 501.358,95	100,00%	\$ 514.181,51	100,00%	\$ 527.452,87	100,00%	\$ 541.188,72	100,00%
COSTO DE VENTAS	\$ 392.321,92	74,09%	\$ 392.321,9200	74,09%	\$ 371.471,40	74,09%	\$ 380.972,01	74,09%	\$ 390.805,14	74,09%	\$ 400.982,43	74,09%
	0											
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 137.178,08	25,91%	\$ 126.677,93	25,91%	\$ 129.887,55	25,91%	\$ 133.209,50	25,91%	\$ 136.647,73	25,91%	\$ 140.206,29	25,91%
GASTO DE VENTAS	\$ 20.215,00	3,82%	\$ 18.667,66	3,82%	\$ 19.140,64	3,82%	\$ 19.630,18	3,82%	\$ 20.136,85	3,82%	\$ 20.661,25	3,82%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.500,00	0,66%	\$ 3.675,00	0,75%	\$ 3.858,75	0,77%	\$ 4.051,69	0,79%	\$ 4.254,27	0,81%	\$ 4.466,99	0,83%
	0											
UTILIDAD (PÉRDIDA) OPERACIONAL	\$ 113.463,08	21,43%	\$ 104.335,27	21,34%	\$ 106.888,16	21,32%	\$ 109.527,64	21,30%	\$ 112.256,61	21,28%	\$ 115.078,06	21,26%
GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)	\$ 2.663,16	0,50%	\$ 2.278,77	0,47%	\$ 983,55	0,20%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%
PAGO CUOTAS	\$ 3.903,12	0,74%	\$ 4.287,52	0,88%	\$ 2.299,60	0,46%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%
OTROS EGRESOS	\$ 585,92	0,11%	\$ 541,07	0,11%	\$ 554,78	0,11%	\$ 568,97	0,11%	\$ 583,65	0,11%	\$ 598,85	0,11%

5.2.8 Flujo caja

Matriz # 49

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Del al						
	Per.						
	Preoperacional	01/01/2015	01/01/2016	01/01/2017	01/01/2018	01/01/2019	01/01/2020
INGRESOS OPERACIONALES							
Recuperación por ventas	\$ 0,00	\$ 529.500,00	\$ 488.970,00	\$ 501.358,95	\$ 514.181,51	\$ 527.452,87	\$ 541.188,72
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	\$ 0,00	\$ 450.451,52	\$ 421.706,96	\$ 433.675,40	\$ 445.459,18	\$ 458.329,34	\$ 471.017,78
FLUJO OPERACIONAL	\$ 0,00	\$ 79.048,48	\$ 67.263,04	\$ 67.683,55	\$ 68.722,33	\$ 69.123,53	\$ 70.170,93
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 31.551,50	\$ 3.903,12	\$ 4.287,52	\$ 2.299,60	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 31.551,50	\$ 41.200,86	\$ 37.523,88	\$ 38.339,26	\$ 39.497,52	\$ 40.481,45	\$ 41.498,71
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ 0,00	-\$ 37.297,73	-\$ 33.236,36	-\$ 36.039,66	-\$ 39.497,52	-\$ 40.481,45	-\$ 41.498,71
FLUJO NETO GENERADO	\$ 0,00	\$ 41.750,75	\$ 34.026,68	\$ 31.643,89	\$ 29.224,82	\$ 28.642,08	\$ 28.672,22
SALDO INICIAL DE CAJA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 41.750,75	\$ 75.777,43	\$ 107.421,32	\$ 136.646,13	\$ 165.288,21
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 0,00	\$ 41.750,75	\$ 75.777,43	\$ 107.421,32	\$ 136.646,13	\$ 165.288,21	\$ 193.960,43

5.3 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 actual de un pago futuro, a continuación se presenta la tasa de descuento:

Matriz # 50

VALOR ACTUAL NETO EN BASE A LA TMAR		
01/01/2015		
Años	Flujo Operacional	VAN
	TMAR	1,73%
Inversión Inicial	-\$ 35.051,50	35.051,50
01/01/2015	\$ 41.750,75	41.040,99
01/01/2016	\$ 34.026,68	32.879,60
01/01/2017	\$ 31.643,89	30.057,33
01/01/2018	\$ 29.224,82	27.287,63
01/01/2019	\$ 28.642,08	26.288,89
01/01/2020	\$ 28.672,22	25.869,17
perpetuidad	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL	\$ 158.908,93	148.372,12

5.3.2VAN

El valor actual neto, también conocido como valor presente neto (en inglés net presentvalue), 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.

Interpretación

$VAN > 0$ La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r) El proyecto puede aceptarse

$VAN < 0$ La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r) El proyecto debería rechazarse

$VAN = 0$ La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Para obtener el valor actual neto de los flujos de fondos futuros, originados por la inversión en el proyecto, se ha calculado una tasa de descuento del 13.42%, mismo que se ha obtenido con la siguiente fórmula la cual es la sumatoria de los flujos netos menos la inversión inicial.

Matriz # 51

VAN=

$$\sum_{i=0}^n \frac{F_i}{(1+r)^n}$$

RAZÓN BENEFICIO / COSTO		
01/01/2015		
Años	Flujos Operativos descontados	
Inversión Inicial	-\$ 35.051,50	R = <u>V. A. N.</u> Inversión
01/01/2015	\$ 41.040,99	
01/01/2016	\$ 32.879,60	
01/01/2017	\$ 30.057,33	
01/01/2018	\$ 27.287,63	R = \$ 5,23
01/01/2019	\$ 26.288,89	
01/01/2020	\$ 25.869,17	
Perpetuidad	\$ 0,00	
	\$ 183.423,62	

El valor actual neto del proyecto es de **\$ 183.423,62** USD, cifra positiva, lo que indica que el proyecto de creación de la empresa asesora es viable y factible.

5.3.3TIR

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.

Matriz # 52

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)		
01/01/2015		
Años	Flujos Operativos descontados	
Inversión Inicial	-\$ 35.051,50	
01/01/2015	\$ 41.040,99	
01/01/2016	\$ 32.879,60	
01/01/2017	\$ 30.057,33	
01/01/2018	\$ 27.287,63	
01/01/2019	\$ 26.288,89	
01/01/2020	\$ 25.869,17	
perpetuidad	\$ 0,00	
TIR	0%	21,11%

5.3.5RBC (relación costo beneficio)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

$$RBC = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{B_i}{(1+r)^i}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+r)^i}}$$

Si el resultado es mayor que uno, significa que los ingresos actualizados son mayores que los costos actualizados, lo que el proyecto genera por cada dólar invertido se recuperara el 1,32 por cada inversión realizada.

5.3.5 RBC (relación costo beneficio)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

$$RBC = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{B_i}{(1+r)^i}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+r)^i}}$$

Si el resultado es mayor que uno, significa que los ingresos actualizados son mayores que los costos actualizados, lo que el proyecto genera por cada dólar invertido se recuperara el 1,32 por cada inversión realizada.

Matriz # 53

PUNTO DE EQUILIBRIO		
COSTOS FIJOS	01/01/2015 Valores	Porcentaje
Mano de obra directa	\$ 12.240,00	2,68%
Mano de obra indirecta	\$ 0,00	0,00%
Reparación y mantenimiento	\$ 96,00	0,02%
Arriendos	\$ 0,00	0,00%
Seguros	\$ 0,00	0,00%
Imprevistos	\$ 585,92	0,13%
Depreciación y Amortización	\$ 4.154,30	0,91%
Gastos de Ventas	\$ 20.215,00	4,42%
Gastos de Administración	\$ 37.914,60	8,29%
Gastos Financieros	\$ 2.663,16	0,58%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 77.868,98	17,03%
	0	0
COSTOS VARIABLES	0	0
Materias primas consumidas	\$ 350.200,00	76,59%
Suministros	\$ 600,00	0,13%
Materiales Indirectos	\$ 28.600,00	6,25%
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 379.400,00	82,97%
PUNTO DE EQUILIBRIO		
VALORES	\$ 457.268,98	86,36%
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		
	costo ponderado	unidades ponderadas
CAMISETAS ESTAMPADAS	\$ 355.029,80	19.723,88
JARROS	\$ 44.133,90	1.260,97
BUSOS ESTAMPADOS	\$ 58.105,28	11.621,06

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de serigrafía ubicado en la parroquia de Cotocollao al norte de la ciudad de Quito

VI Análisis de Impactos

6.01 Impactos del proyecto

6.01.01 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 que se comercializan y distribuyen en el taller de serigrafía “CAMALEÓNS” cuenta con marcos para matrices hechas de madera reciclada resistente que ayuda a no desperdiciar la madera que se quema en talleres de carpintería y permite disminuir la tala de árboles. Las fundas que se utilizara para entregar el producto serán biodegradables estas ayudan a no contaminar el ambiente.

6.01.02 Impacto económico

En la actualidad, el mercado de la serigrafía es de gran importancia, por lo que en su conjunto tienen un destacado impacto económico al implementar un taller nuevo con oportunidades de expansión producirémos un impacto económico positivo en la generación de recursos a nivel país.

6.01.01 Impacto Productivo

Se utilizara materias que no han sido aprovechadas a nivel país transformándolos en productos terminados de buena calidad se contribuirá en el sector serigrafico a nivel país lo que nos permite dar ingresos, permitiéndonos en un futuro no muy lejano ser un taller de

Serigrafía importante del sector. Lograremos una importante unidad de producción que más de ser un aporte se constituirá como una fuente de desarrollo y trabajo.

6.01.01 Impacto social

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

“CAMALEÓNS” busca contribuir con beneficios para nuestro país otorgando fuentes de empleo directos en el proceso productivo de la serigrafía así como fuentes de empleo indirectas en el sistema de comercialización y distribución del producto, contribuyendo de esta manera a llevar un mejor estilo de vida en los hogares ecuatorianos.

El proyecto formará parte del cambio de la matriz productiva del país, con lo cual generara fuentes de trabajo para muchos ciudadanos y a la vez dará ingresos para el estado y a la empresa.

VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

Una vez evaluado el proyecto para la implementación se puede concluir que es una alternativa viable, ya que en los estudios realizados, se obtuvieron valores favorables, así como un alto nivel de aceptación hacia el producto por parte de las personas encuestadas.

La iniciativa de emprender un taller de serigrafía, se generó con el fin de brindar un buen servicio en el sector que se va a ubicar, una alternativa para el consumo de productos

Nacionales, para de esta manera contribuir al desarrollo económico del país, y poder generar fuentes de empleos.

Como uno de los puntos más importantes es diseñar un plan de mercadeo masivo con una buena publicidad ya que al ser una nueva microempresa del sector serigrafico en la ciudad de Quito, debemos darla a conocer mientras logramos posicionarnos en el mercado, la estrategia será crear altas expectativas en el mercado y en su inauguración.

7.02 Recomendaciones

El proyecto es factible por lo cual se recomienda ponerlo en marcha ya que después de haber realizado el estudio nos indica que es una gran oportunidad de negocio con la cual se obtendrá los índices deseados.

Como política interna del taller se recomienda tener personal capacitado, el cual ayude a desarrollar con exactitud cada uno de sus servicios eficazmente dando un servicio de calidad.

Es importante tener una buena relación con los clientes ya que de ellos depende que el taller crezca y vaya teniendo un reconocimiento y buen funcionamiento.

BIBLIOGRAFIA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Barboza Palomino, G (2007). Acción de los mordientes o fijadores en el proceso de teñido artesanal con tintes naturales, Universidad San Cristóbal de Huamanga Ayacucho, Perú.
2. Bastiand Atto, M (2000). Producción Textil Prehispánica. Investigaciones Sociales año IV, número 5. Lima, Perú.
3. Carranza Forkel, I (2005). Colorantes y métodos de tinción en la artesanía textil guatemalteca. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Humanidades. Guatemala. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07_1513.pdf
4. Christie, T (2003). La Química del Color. Edit. Acribia, Zaragoza, España
5. Ecotintes (2009). Tintes naturales. <http://www.ecotintes.com/category/ecococes/tintes-naturales> (Visitado el 15-07-2010).
6. Gibaja, S (1998). Pigmentos naturales. Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima, Perú.

7. Gomez Orozco, D (2004). Comparación del porcentaje de extracto tánico de la corteza y de la madera de encino (*Quercus tristis* Liebm) proveniente de un bosque natural. Universidad de San Carlos de Guatemala-Facultad de Ingeniería. Guatemala.
8. Lesur L. (2007). Manual de Serigrafía. Edit. Trillas, México.
9. Miroslava B (2002). Serigrafía. Colección Educación y Arte. Lima, Perú.
10. Proyecto Ministerios de Educación–Ministerio Comercio Exterior y Turismo (2006). Guia de proyectos Tintes Naturales. Lima, Perú.
11. Printex Peru (2009). Manual Técnico de Estampado Textil. Lima, Perú.
12. Thompson Vicente, Elizabeth; Murillo Herrera, Alberto. Investigación de tintes derivados de plantas comunes para ser usadas con fibras celulósicas.
<http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/367>