INSTITUTO TECNOLOGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE LOS SERVICIOS DE DISEÑO WEB, MULTIMEDIA Y PUBLICITARIO AL SECTOR EMPRESARIAL DEL D.M.Q; UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

2014-2015.

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

Autor: Valencia Salgado Victor Eduardo

Tutor: Ing. Paola Martínez

Quito, Abril del 2015

DECLARATORIA

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

_____

Victor Eduardo Valencia Salgado

C.I 171696583-3

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparece en la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Victor Eduardo Valencia Salgado, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR 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 Grafico que imparte el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Diseño Grafico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE LOS SERVICIOS DE DISEÑO WEB, MULTIMEDIA Y PUBLICITARIO AL SECTOR EMPRESARIAL DEL DMQ; UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO. Para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b**) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del Proyecto descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar el 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 proyecto por cualquier forma o procedimiento; **b)** La comunicación pública del proyecto; **c)** La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; **d)** Cualquier transformación o modificación del proyecto; **e)** La protección y registro en el IEPI 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 del proyecto que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del proyecto a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTÍA.- 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 reconvención, 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 17 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) _____

Victor Valencia

C.I. Nº 171696583-3

CEDENTE

f) _____

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por permitirme vivir cada día y darme las fuerzas suficientes para seguir superándome.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por abrirme las puertas y dejarme ejercer mi carrera, brindándome todo el apoyo y el aliento para superarme.

A mis padres por haberme dado la vida y por impartirme sus valores y darme su confianza y porque me brindaron una educación de calidad, que me ha permitido surgir y por medio la cual ahora me permite ser un verdadero profesional.

A mi esposa por su apoyo incondicional en la realización de este proyecto, por la motivación que me da y por su gran amor.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto principalmente a la memoria de mi hermano Jonathan David Valencia Salgado, porque sus aspiraciones y anhelos viven en mí, porque su dedicación y esfuerzo que en vida puso a sus estudios se convirtieron en mi soporte cuando estuve por caer y porque en honor a su memoria me convertiré en un profesional apto, competente y exitoso, para que desde el cielo se sienta orgulloso de su hermano mayor.

Así mismo lo dedico a mi madre Susana Salgado, a mi padre Eduardo Valencia y como no Wilmer Carrera; gracias por apoyarme, porque en todo momento están trasmitiéndome sus consejos y sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona luchadora, pero más que nada, por su amor.

Y como no a mi bella esposa Rocío Jiménez, por su gran apoyo, motivación y paciencia, que fueron bases fundamentales para la culminación de mis estudios superiores y sobre todo por su infinito amor y la confianza que deposita en mí.

ÍNDICE GENERAL

Acta de aprobación del tema de proyecto de grado i

Declaratoria ii

Contrato de cesión de derechos iii

Agradecimiento vii

Dedicatoria viii

Índice general iv

Índice de tablas xiv

Índice de figuras xvii

Resumen ejecutivo xix

Abstract xx

CAPÍTULO I 1

Introducción 1

1.01 Justificación 1

1.02 Antecedentes 3

CAPÍTULO II 5

Análisis Situacional 5

2.01 Ambiente Externo 5

2.01.01 Factor Económico 5

2.01.02 Factor Social 19

2.01.03 Factor Legal 20

2.01.04 Factor Tecnológico 25

2.02 Entorno Local 26

2.02.01 Clientes 26

2.02.02 Proveedores 28

2.02.03 Competidores 29

2.03 Análisis Interno 29

2.03.01 Propuesta Estratégica 29

2.03.01.01 Misión 31

2.03.01.02 Visión 32

2.03.01.03 Objetivos 32

2.03.01.03.01 Objetivo General 32

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos 32

2.03.01.04 Principios y/o Valores 33

2.03.02 Gestión Administrativa 33

2.03.03 Gestión Operativa 34

2.03.04 Gestión Comercial 39

2.03.04.01 Estrategia De Marketing 40

2.03.04.02 Imagen Corporativa 50

2.04 Análisis FODA 60

CAPÍTULO III 62

Estudio De Mercado 62

3.01 Análisis Del Consumidor 62

3.01.01 Análisis De La Información 62

3.01.02 Determinación De La Población Y Muestra 63

3.01.03 Técnicas De Obtención De Información 70

3.02 Oferta 93

3.02.01 Oferta Histórica 93

3.02.02 Oferta Actual 94

3.02.03 Oferta Proyectada 97

3.03 Productos Sustitutos 99

3.03.01 Oferta Histórica 99

3.03.02 Oferta Actual 100

3.03.03 Oferta Proyectada Productos Sustitutos 101

3.04 Demanda 103

3.04.01 Demanda Histórica 103

3.04.02 Demanda Actual 106

3.04.03 Demanda Proyectada 108

3.05 Balance Oferta - Demanda 109

3.05.01 Balance Actual 109

3.05.02 Balance Proyectado 109

CAPÍTULO IV 111

Estudio Técnico 111

4.01 Tamaño Del Proyecto 111

4.01.01 Capacidad Instalada 111

4.01.02 Capacidad Óptima 114

4.02 Localización 115

4.02.01 Macro Localización 115

4.02.02 Micro Localización 117

4.02.03 Localización Óptima 118

4.03 Ingeniería Del Producto 120

4.03.01 Definición De Bienes Y Servicios 120

4.03.02 Distribución De La Planta 121

4.03.03 Proceso Productivo 122

4.03.04 Maquinaria 124

4.03.05 Equipos 126

CAPÍTULO V 129

Estudio Financiero 129

5.01 Ingresos Operacionales Y No Operacionales 129

5.02 Costos 129

5.02.01 Costo Directo 129

5.02.02 Costo Indirecto 131

5.02.03 Gastos Administrativos 135

5.02.04 Gastos De Ventas 137

5.02.05 Gastos Financieros 139

5.02.06 Costos Fijos Y Variables 139

5.03 Inversiones 142

5.03.01 Inversión Fija 142

5.03.01.01 Activos Fijos 143

5.03.01.02 Activo Circulante 144

5.03.02 Capital De Trabajo 145

5.03.03 Fuentes De Financiamiento Y Uso De Fondos 147

5.03.04 Amortización De Financiamiento 150

5.03.05 Depreciaciones 152

5.03.06 Estado De Situación Inicial 155

5.03.07 Estado De Resultados 156

5.03.08 Flujo De Caja 157

5.04 Evaluación 158

5.04.01 Tasa De Descuento 158

5.04.02 VAN (Valor Actual Neto) 158

5.04.03 TIR (Tasa Interna De Retorno) 161

5.04.04 PRI (Periodo De Recuperación De Inversión) 161

5.04.05 Relación Costo Beneficio 164

5.04.06 Punto De Equilibrio 165

5.04.07 Análisis De Índices Financieros 167

CAPÍTULO VI 169

Análisis De Impactos 169

6.01 Impacto Ambiental 169

6.02 Impacto Económico 169

6.03 Impacto Productivo 170

6.04 Impacto Social 170

CAPÍTULO VII 171

7.01 Conclusiones 171

7.02 Recomendaciones 172

Bibliografía 173

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tasas de interés 2014 14

Tabla 2. Canasta familiar 2013-2014 16

Tabla 3. Proveedores de maquinaria y materia prima 28

Tabla 4. Competencia de los servicios ofertados 29

Tabla 5. Cargo y función del gerente general 35

Tabla 6. Cargo y función del director creativo y ejecutivo de cuentas 36

Tabla 7. Cargo y función diseñador 37

Tabla 8. Cargo y función de la contadora y recepcionista 38

Tabla 9. Flow Chart 48

Tabla 10. Presupuesto de producción 48

Tabla 11. Costos artes 49

Tabla 12. Costos de medios principales (Artes impresas) 49

Tabla 13. Costos de medios auxiliares (Artes impresas) 49

Tabla 14. Análisis FODA Eclipse “Taller Creativo” 61

Tabla 15. Población Quito por rango de edad 64

Tabla 16. Tasa de crecimiento poblacional anual Quito 65

Tabla 17. Tasa de crecimiento poblacional de Quito proyectada 2014 65

Tabla 18. Segmentación demográfica 66

Tabla 19. Niveles de confianza para cálculos estadísticos 68

Tabla 20. Análisis FODA de entrevistas aplicadas en el estudio de mercado 91

Tabla 21. Ubicación de empresas de servicios gráficos con años de antigüedad 99

Tabla 22. Ubicación de empresas de servicios gráficos al 2014 100

Tabla 23. Tasa de crecimiento competencia histórica, ingresos netos años 2011, 2012, 2013..... 104

Tabla 24. Tasa de crecimiento competencia actual ingresos netos años 2011, 2012, 2013..... 106

Tabla 25. Requerimiento de equipos muebles y enseres..... 112

Tabla 26. Materia prima impresión digital..... 123

Tabla 27. Costos materia prima y materiales directos 130

Tabla 28. Rol de pagos mano de obra directa 131

Tabla 29. Costos materia prima y materiales indirectos 132

Tabla 30. Rol de pagos mano de obra indirecta 132

Tabla 31. Costos indirectos de producción 133

Tabla 32. Depreciación equipos y maquinaria 134

Tabla 33. Depreciación instalaciones (Edificios)..... 134

Tabla 33. Depreciación instalaciones (Edificios)..... 135

Tabla 35. Gastos administrativos 136

Tabla 36. Depreciaciones área administrativa 136

Tabla 37. Amortización gastos de constitución 137

Tabla 38. Gasto de ventas 137

Tabla 39. Amortización gasto de ventas 138

Tabla 40. Préstamo a solicitar a la CFN..... 139

Tabla 41. Clasificación de costos y gastos..... 140

Tabla 42. Cálculo costos de producción 141

Tabla 43. Inversión total 142

Tabla 44. Activos intangibles..... 144

Tabla 45. Activo circulante 145

Tabla 46. Capital de trabajo neto 146

Tabla 47. Ventas estimadas 148

Tabla 48. Fuentes y usos 149

Tabla 49. Tabla de amortización préstamo CFN 150

Tabla 50. Depreciaciones área de producción 152

Tabla 51. Depreciación edificios (Instalaciones) 153

Tabla 52. Depreciaciones área administrativa 153

Tabla 53. Depreciaciones consolidadas 154

Tabla 54. Estado de situación inicial 155

Tabla 55. Estado de resultados proyectado 156

Tabla 56. Flujo de caja proyectado 157

Tabla 57. Ingresos, egresos y netos actualizados 159

Tabla 58. Periodo de recuperación de inversión 162

Tabla 59. Periodo de recuperación de inversión “Auxiliar” 163

Tabla 60. Ingresos, egresos actualizados cálculo C B 164

Tabla 61. Proyección de costos fijos, variables y ventas 166

Tabla 62. Proyección punto de equilibrio 167

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Producto interno bruto 6

Figura 2. PIB, países latinoamericanos 7

Figura 3. Inflación anual en los meses de noviembre 7

Figura 4. Evolución de la inflación en los últimos años 8

Figura 5. Sub empleo, ocupados plenos, desempleo 10

Figura 6. PEA nacional urbano, Quito 11

Figura 7. Distribución pea urbana por edad 12

Figura 8. Pobreza y pobreza extrema 12

Figura 9. Pobreza urbana 13

Figura 10. Tasas de interés nacionales 14

Figura 11. Concentración de las pymes por provincia 18

Figura 12. Ingresos de empresas por sector 18

Figura 13. Bienes y servicios de la empresa Eclipse “Taller Creativo” 30

Figura 14. Organigrama estructural de eclipse “Taller Creativo” 34

Figura 15. Esquema funcional, campaña 360 Eclipse “Taller Creativo” 46

Figura 16. Pregunta N°1, Estudio de mercado 76

Figura 17. Pregunta N°2, Estudio de mercado 77

Figura 18. Pregunta N°3, Estudio de mercado 78

Figura 19. Pregunta N°4, Estudio de mercado 79

Figura 20. Pregunta N°5, Estudio de mercado 80

Figura 21. Pregunta N°6, Estudio de mercado 81

Figura 22. Pregunta N°7, Estudio de mercado 82

Figura 23. Pregunta N°8, Estudio de mercado 83

Figura 24. Pregunta N°9, Estudio de mercado 84

Figura 25. Pregunta N°10, Estudio de mercado 85

Figura 26. Tasa de crecimiento ingresos netos consolidados al año 2013 105

Figura 27. Tasa de crecimiento ingresos netos consolidados al año 2014 107

Figura 28. Cantones de Quito 115

Figura 29. Mapa de Quito 116

Figura 30. Mapa de Quito sectorial 117

Figura 31. Ubicación óptima 119

Figura 32. Bienes y servicios de la empresa Eclipse “Taller Creativo” 121

Figura 33. Distribución de la planta 122

Figura 34. Bienes y esquema de flujo proceso productivo Eclipse “Taller Creativo 123

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto de grado selo realiza con la finalidad de implementar una micro-empresa de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, innovando en nuevos estilos para satisfacer las necesidades actuales de la sociedad, posicionándose en el mercado a corto plazo.

Este proyecto está sustentado en una base de información obtenida una población mediante encuestas, entrevistas que ayudan a medir las falencias que existen en la actualidad y las necesidades que se espera cumplir de un grupo objetivo en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Los resultados que se espera obtener, es contar con una empresa consolidada en el mercado que cumpla con todas las necesidades de la comunidad, ya que se cuenta con tecnología innovadora, y personal altamente capacitado en el manejo tanto de maquinaria como en la calidad de la atención al cliente que se brindara.

La micro-empresa “Eclipse Taller Creativo” estará innovando día a día para mantener una amena relación entre consumidores, comunidad y competencia ya que se busca el crecimiento de nuestra sociedad y de nuestro país.

ABSTRACT

EXECUTIVE SUMMARY

This project takes selo degree in order to implement a micro-enterprise WEB Design, Multimedia and Advertising in the northern sector of the Metropolitan District of Quito, innovating new styles to meet the current needs of society, positioning in the market short term.

This project is supported by a base of a population information obtained through surveys, interviews that help to measure the shortcomings that exist today and meet expected needs of a target group in the Northern Sector of the Metropolitan District of Quito.

The results to be obtained, is to have a strong market that meets all the needs of the community enterprise, as it has innovative technology and highly trained in handling both machinery and personnel quality Customer who would provide.

The micro-enterprise "Eclipse Creative Workshop" will be innovating every day to maintain a pleasant relationship between consumers, community and competition and growth of our society and our country are looking for.

CAPÍTULO I

Introducción

1.01 Justificación

La implementación de esta microempresa tiene como finalidad Diseñar sitios web, material multimedia y publicitario, de manera eficaz que satisfaga las diferentes necesidades comunicacionales de los diferentes clientes; en la actualidad, la competitividad empresarial demanda de un manejo publicitario y comunicacional acorde al mercado actual y es evidente en todo entorno social que el posicionamiento en el mercado de una marca o empresa es factor determinante en su crecimiento ya que desde que existen productos o servicios que comercializar ha habido la necesidad de comunicar la existencia de los mismos; la forma más común de hacerlo siempre ha sido la publicidad y en un principio únicamente mediante la expresión oral. Pero como todo a lo largo de la historia, esto cambio; Con la constante evolución de la tecnología hoy en día se encuentra formas de publicidad tan variada como original, tanto así que la expresión oral fue remplazada con un simple pero eficaz mensaje gráfico ya sea en Medios impresos, BTL´S, ATL´S, Material POP y Medios Digitales como la web.

En la actualidad en el sector de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro al norte del D.M. de Quito, no se encuentra un lugar especializado en diseño web, multimedia y publicitario que centralice todos estos servicios en solo lugar por lo que la implementación de esta Microempresa que si lo haga es una opción rentable de negocio, ya que no solo en el sector si no también en el mercado actual que constituye a todo el D.M.Q. es evidente que existen Empresas grandes y pequeñas y

marcas que no han tenido un adecuado posicionamiento por lo que la creación de un Sitio WEB, Material multimedia como: Catálogos virtuales, Foto libros, Material publicitario, Material POP, Imágen corporativa etc.… son servicios por los cuales existe una demanda latente.

Dentro del desarrollo de Plan de negocio para el diseño y producción de servicios adecuados acorde con las diferentes necesidades de los clientes potenciales, encontramos la necesidad de tercerizar ciertos servicios para ofrecer un servicio de calidad con tiempos de entrega acordes a niveles de eficiencia esperados en el mercado; de la misma forma dependiendo del volúmen de la demanda del servicio en cierto momento se encontrará la necesidad de contratar personal para cubrir la misma, generando así fuentes de empleo y contribuyendo al desarrollo social y económico tanto del sector como del personal y los diferentes involucrados con los mismos, así como también tomando en cuenta que los beneficios generados por dichos servicios como; posicionamiento de una marca o una empresa, comercialización de los productos, servicios que oferten, comunicar la existencia de los mismos y por consiguiente el incrementar los ingresos de la misma forman parte del desarrollo del mercado actual, se puede decir que ofertar dichos servicios de manera centralizada y con calidad orientada a resultados es el ideal que el mercado demanda.

1.02 Antecedentes

La ciudad de Quito capital de la provincia de Pichincha, con un total de 2.239.853 hab. de los cuales el 2.505.344 hab. Constituye la población metropolitana, teniendo una densidad Poblacional de 5.563 hab/km² y habitantes, está ubicado sobre la hoya de Guayllabamba en las laderas orientales del estrato volcán activo Pichincha, en la parte occidental de los Andes y su altitud promedio es de 2800 msnm, su actividad económica es parte significativa para el desarrollo del país siendo que en esta están ubicando de manera sectorial a los grupos de mayor actividad económica, refiriéndonos así al sector empresarial que se concentra principalmente al norte del distrito metropolitano; y un importante sector micro empresarial distribuido dentro del mismo.

Es enfocados en este sector como identificamos que hay insuficientes agencias y empresas que satisfagan los diferentes problemas comunicacionales a este mercado de manera centralizada, es decir que si bien brindan el servicio de diseño web se concentran específicamente en este dejando de lado el realizar un adecuado trabajo publicitario dejando así una solución incompleta a las necesidades comunicacionales de varios clientes.

Cabe mencionar también que en el sector de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro al norte del D.M. de Quito, no encontramos una empresa que centralice estos servicios en un solo lugar, ya que las que ofrecen servicios parecidos a los que se pretende implementar, están distribuidas en diferentes sectores del D.M.Q encontrándolas principalmente a lo largo de la Av. Amazonas en el sector comprendido entre la Av. Naciones Unidas hasta la Av. Patria en el Centro-Norte de la ciudad. Por lo que implementar una Microempresa que centralice todos estos

servicios y que este ubicada en el sector de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro es una opción rentable de plan de negocio, con lo que no solo se brindará un servicio de calidad sino que también de comodidad hablando de niveles de satisfacción, ya que los clientes potenciales no tendrán que trasladarse de un lugar a otro para satisfacer en totalidad sus diferentes necesidades posibilitando a su vez una mejor gestión de procesos y servicios e incentivando al desarrollo del sector con la creación de nuevas micro empresas, posicionamiento de nuevas marcas, lo que a su vez significa más oferta de trabajo, satisfacción de necesidades, innovación tecnológica, etc.

Con esta propuesta se espera impulsar el desarrollo empresarial ecuatoriano y que con el transcurso del tiempo se instaure en el mercado nuevos productos así como marcas y servicios nacionales que permitan el desarrollo de la ciudad tanto social como económicamente para beneficio del país y sus ciudadanos.

CAPÍTULO II

Análisis Situacional

2.01 Ambiente Externo

En este análisis tomaremos en consideración factores indispensables para el desarrollo del presente proyecto, tales como: Factor económico, Factor social, Factor legal y, Factor Tecnológico.

La relación que existe entre cada uno de estos factores serán indicadores directos que nos ayudará a identificar las posibilidades para realizar un desarrollo eficiente del presente proyecto.

2.01.01 Factor Económico

Para el análisis del factor económico es importante tomar en consideración las diferentes variables e indicadores que pueden afectar directa o indirectamente al proceso del proyecto ya sea positiva o negativamente; indicadores tales como:

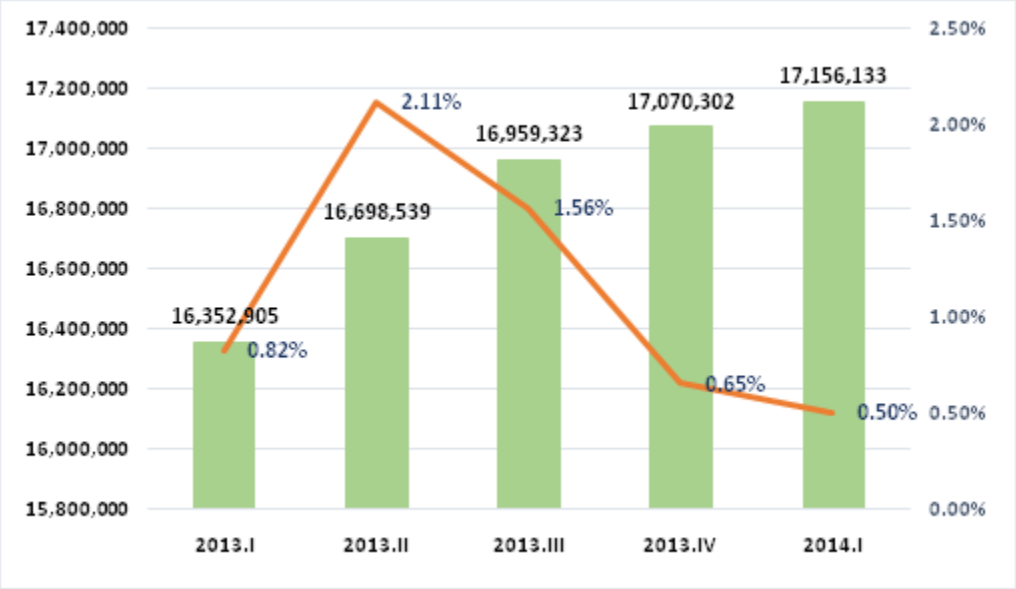
Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB o Producto Interno Bruto es considerado a toda la producción de bienes y servicios finales producidos dentro del territorio ecuatoriano y valorado cada cierto tiempo.

Como podemos apreciar en el gráfico la situación del PIB es favorable, debido que ha tenido un incremento constante desde el primer trimestre del 2013,

manteniendo una tendencia de crecimiento económico, con un resultado positivo de 0,50% con respecto al trimestre anterior; lo que provocó que el PIB incrementara de $17.070.302 dólares del último trimestre del 2013 a $17.156.133 dólares en el primer trimestre del 2014.

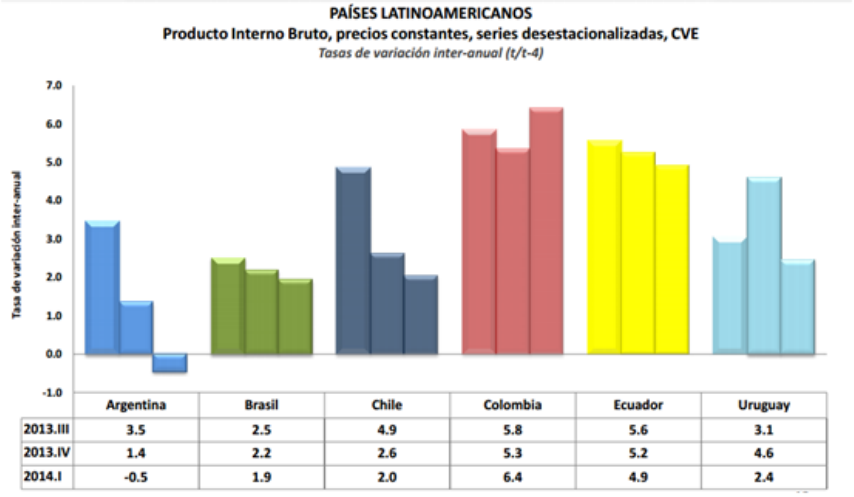
FIGURA 1. PRODUCTO INTERNO BRUTO



Fuente: Banco Central del Ecuador

En el siguiente gráfico se aprecia que durante el primer trimestre del 2014, la economía ecuatoriana se encuentra entre las más robustas a nivel de Latinoamérica, sólo siendo superados por el país vecino Colombia.

FIGURA 2. PIB, PAÍSES LATINOAMERICANOS



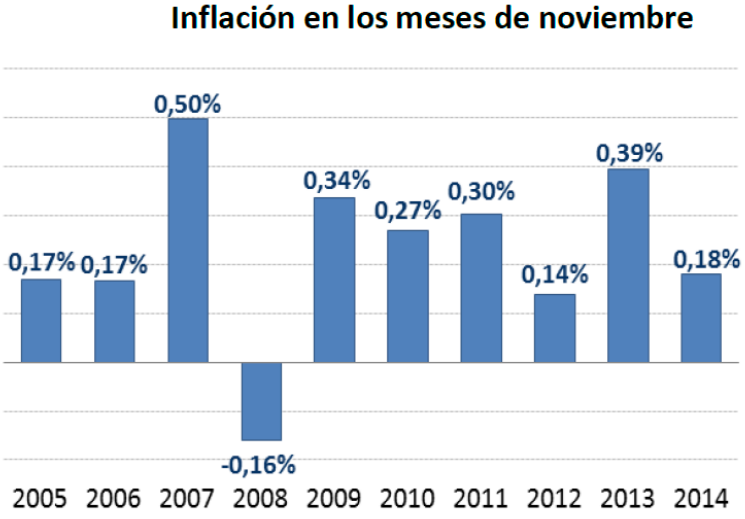
	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	Uruguay
2013.III	3.5	2.5	4.9	5.8	5.6	3.1
2013.IV	1.4	2.2	2.6	5.3	5.2	4.6
2014.I	-0.5	1.9	2.0	6.4	4.9	2.4

Fuente: Banco Central del Ecuador

Inflación

Como se puede observar en el gráfico siguiente en noviembre del 2014 la inflación del país se ubicó en 0,18% de lo que se puede resaltar que se redujo considerablemente en relación a la de noviembre del año anterior que reflejo un porcentaje de inflación de 0,39%.

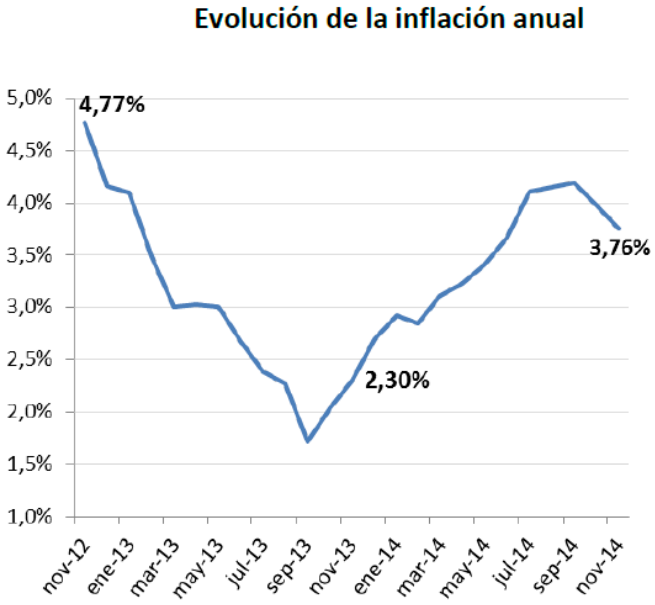
FIGURA 3. INFLACIÓN ANUAL EN LOS MESES DE NOVIEMBRE



Fuente: INEC / www.Ecuadorencifras.gob.ec

También podemos observar que la inflación anual acumulada en noviembre de 2014 fue de 3,76%, mientras que la de noviembre de 2013 se ubicó en 2,30%; de lo que se puede resaltar que en cuanto a la inflación anual acumulada en los últimos años se ha mantenido estadísticamente estable y aún por debajo del 4,77% que obtuvo en noviembre del 2012.

FIGURA 4. EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS



Fuente: INEC / www.Ecuadorencifras.gob.ec

Subempleo

Esta categoría hace referencia a las personas que trabajan un número mínimo de horas a la semana, de forma esporádica o de forma irregular; En el País en general el subempleo refleja 51,07% tubo una mínima reducción porcentual en relación al 52,49% reflejado en el 2013, Se puede también mencionar que Quito registra la mayor disminución en subempleo al pasar de 30,46% en septiembre 2013 a 25,50% en septiembre de 2014.

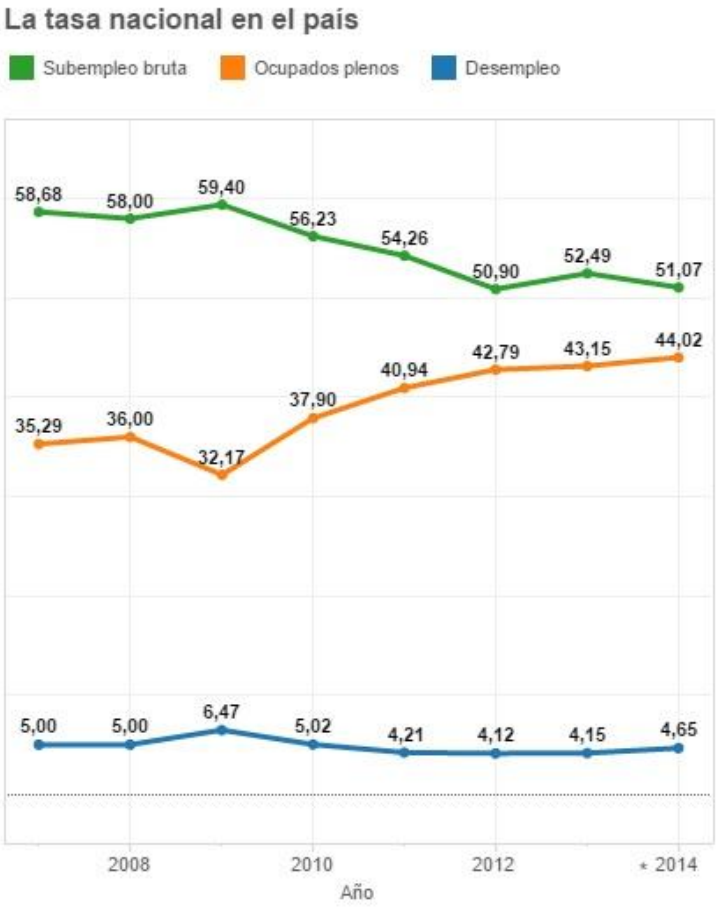
Ocupados Plenos o Pleno Empleo

Esta categoría está conformada por las personas que trabajan de forma regular y de acuerdo a lo estipulado en la ley, trabajando como mínimo la jornada legal y recibiendo beneficios y una remuneración igual o mayor al salario básico según la normativa legal, En el país la tasa de ocupados plenos llegó al 44,57%. Y según datos del área urbana, la tasa de ocupados plenos tuvo un incremento de 3,49% al pasar de 50,53% en septiembre del 2013 a 54,02% en septiembre del 2014, siendo Quito una de las ciudades que presentan el mayor incremento de la ocupación plena.

Desempleo

Dentro de esta categoría se incluye a toda persona que teniendo las capacidades necesarias se encuentra en desocupación y deseando un empleo digno; en el Ecuador el desempleo urbano en septiembre de 2014 fue de 4,67% de lo cual se puede decir que se ha mantenido estadísticamente estable con una mínima variación si se lo compara con el 4,57% reflejado en septiembre del 2013; de igual forma se puede evidenciar una reducción significativa en relación a los porcentajes reflejados entre los años comprendidos entre el 2008 y 2010, donde el desempleo alcanzó su punto más alto con 6.47%. Según la última Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo denominada ENEMDU del Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC.

FIGURA 5. SUB EMPLEO, OCUPADOS PLENOS, DESEMPLEO

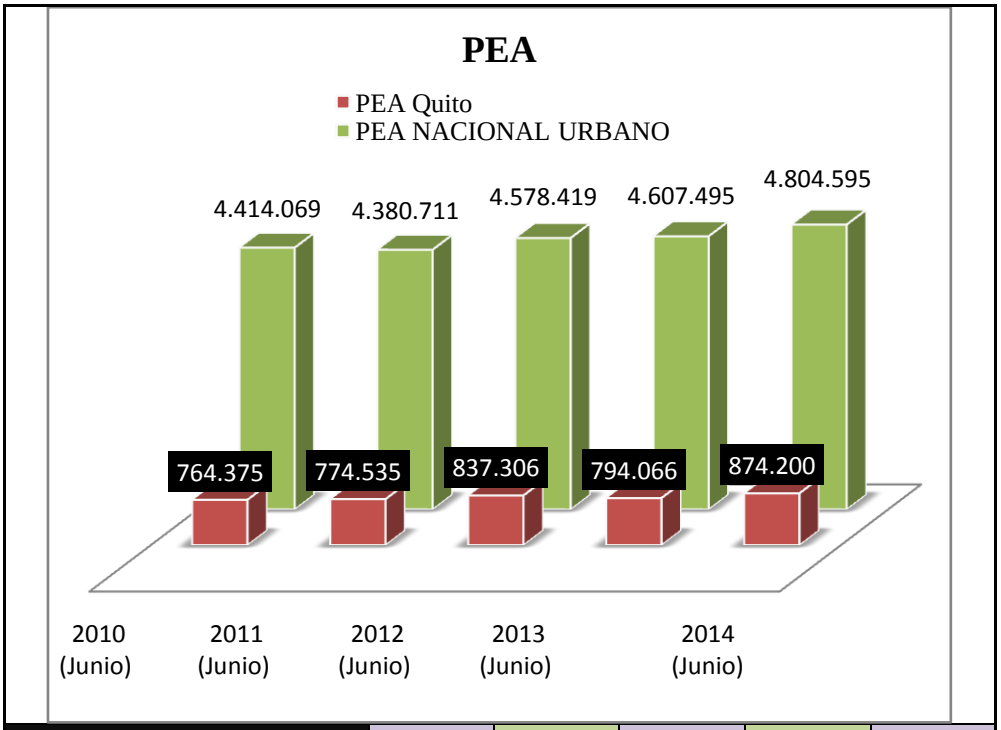


Fuente: ENEMDU / INEC

Población Económicamente Activa (PEA)

La Población Económicamente Activa denominada PEA, hace referencia a las personas de mayores de 15 años que alguna vez tuvieron trabajo, o bien aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo. Y como se puede observar en el gráfico siguiente tanto a nivel nacional como en la ciudad de Quito la población económicamente activa PEA, en Junio del 2014 se ha incrementado en relación a junio del 2013.

FIGURA 6. PEA NACIONAL URBANO, QUITO

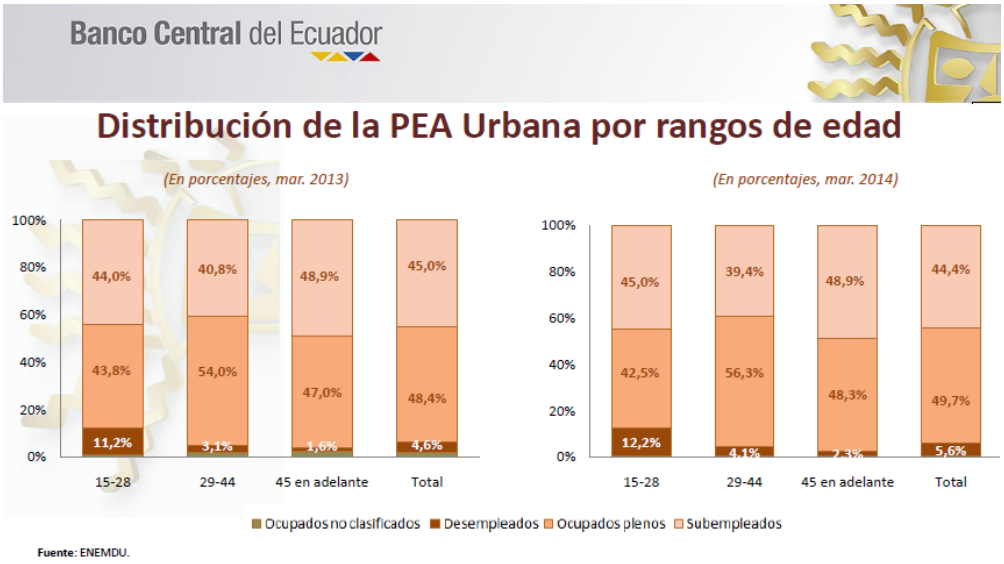


BASADO EN N° DE HABITANTES	2010 (Junio)	2011 (Junio)	2012 (Junio)	2013 (Junio)	2014 (Junio)
PEA NACIONAL URBANO	4.414.069	4.380.711	4.578.419	4.607.495	4.804.595
PEA Quito	764.375	774.535	837.306	794.066	874.200

Fuente: ENEMDU / INEC
Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

En el siguiente cuadro se puede observar la PEA según rangos de edad conformado por los Ocupados Plenos, Sub Ocupados, Desocupados y Ocupados no clasificados; podemos observar que la tasa de desocupación en Marzo del 2014 se incremento en cada una de las categorías analizadas, obteniendo como resultado un aumento del desempleo total en 1% con respecto al desempleo de marzo del 2013.

FIGURA 7. DISTRIBUCIÓN PEA URBANA POR EDAD

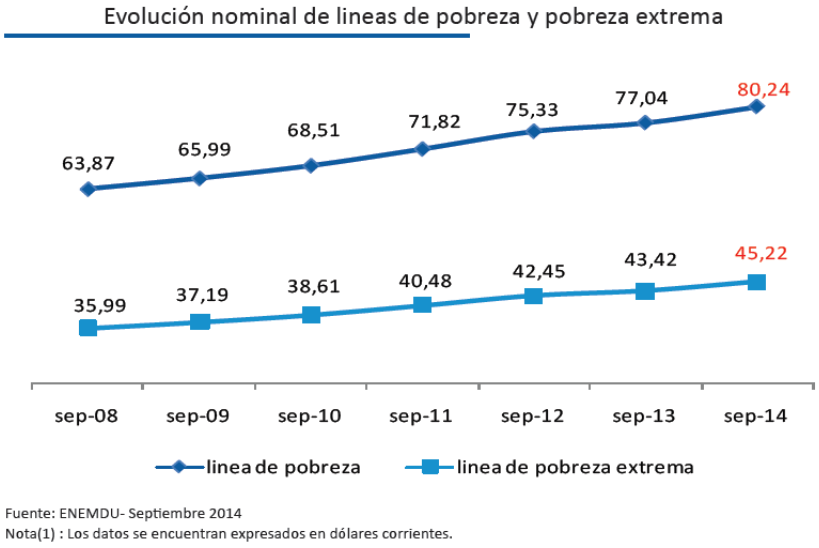


Fuente: ENEMDU / BCE

Pobreza

Como se puede observar en el gráfico siguiente en septiembre de 2014 la pobreza se ubicó en $80,24 mensuales por persona, mientras que la pobreza extrema en $45,22 mensuales por persona. Con estos datos a nivel nacional la pobreza se ubica en 24,75% y la extrema pobreza en 8,56%.

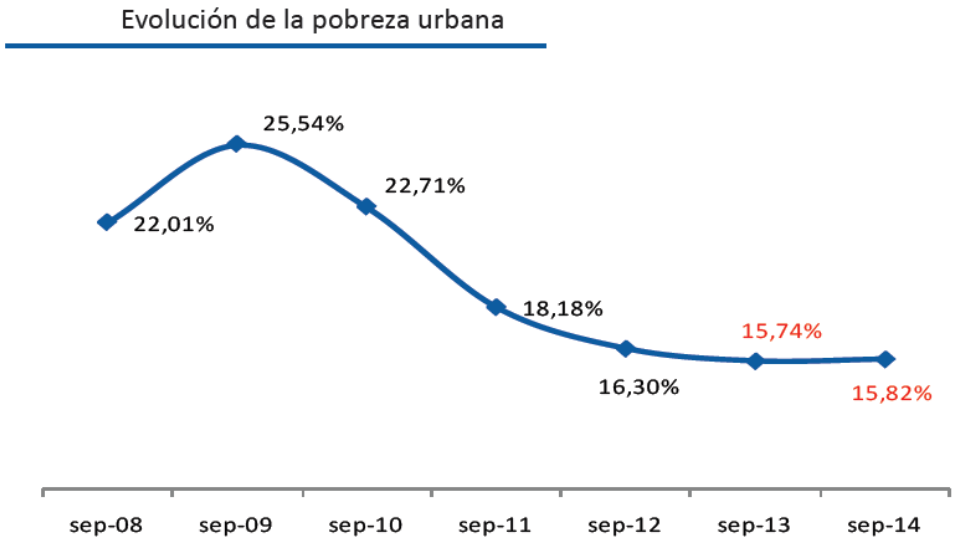
FIGURA 8. POBREZA Y POBREZA EXTREMA



Fuente: ENEMDU / INEC

A nivel urbano los índices de pobreza se ubicaron en 15,82 % y la extrema pobreza en 4,15%, mientras que en el área rural la pobreza se ubicó en 43,58% y la extrema pobreza en 17,85%.

FIGURA 9. POBREZA URBANA



Fuente: ENEMDU / INEC

Tasas De Interés

Tasa Activa

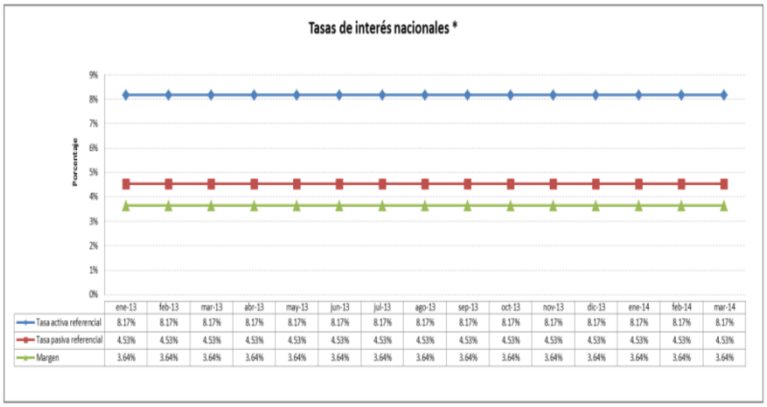
Se las denomina así a aquellas que las diferentes instituciones financieras otorgan a sus clientes a causa de los intereses generados por préstamos realizados en las mismas; dichos intereses serán la ganancia de las instituciones.

Tasa Pasiva

Se las denomina así a aquellas que las instituciones financieras deben pagar a quienes le han otorgado capital para su desarrollo ya sea este financiero, comercial o de inversión; el monto de interés generado que pagará, representará una perdida.

En el gráfico donde se muestran las tasas activa y pasiva referenciales se puede evidenciar que la tasa activa a marzo de 2014 llegó al 8,17% la cual es similar a la de marzo de 2013; también puede distinguirse que el margen financiero es decir la diferencia entre tasa activa y tasa pasiva, registro un valor de 3,64% a marzo del 2014.

FIGURA 10. TASAS DE INTERÉS NACIONALES



Fuente: BCE

En la tabla siguiente se puede observar que desde marzo del 2014 en adelante ha existido una variación en las tasas de interés siendo la Tasa Activa registrada hasta el 31 de diciembre del 2014 de 8.19%; Mientras que la Tasa Pasiva a la misma fecha refleja un 5.18%. De lo cual se puede evidenciar un incremento paulatino en las tasas de interés nacionales.

Tabla 1. TASAS DE INTERÉS 2014

Tasa Activa		Tasa Pasiva	
Diciembre-31-2014	8.19 %	Diciembre-31-2014	5.18 %
Noviembre-30-2014	8.13 %	Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	8.34 %	Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	7.86 %	Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	8.16 %	Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	8.21 %	Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	8.19 %	Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %	Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	8.17 %	Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	8.17 %	Marzo-31-2014	4.53 %

Fuente: BCE

Ingresos / Capacidad Adquisitiva

En esta categoría se resalta el actual salario básico unificado (SBU) puesto en marcha desde Enero del 2014 en el Ecuador, el cual es de $340,00 mismo que representa un aumento de $22 (6,83%) al salario del 2013; aumento el cual es política de nuestro gobierno actual que está enfocado en llevar una economía sustentable en los hogares de cada trabajador, para que con un ingreso mensual digno se le permita a este tener acceso no solo a una canasta familiar vital sino a una canasta básica familiar.

Canasta Básica Familiar

Se la denomina así a un conjunto total de 75 artículos de consumo en referencia a un hogar o familia conformado por 4 miembros dentro del cual 2 perciben una remuneración básica unificada.

Canasta Vital Familiar

Se la denomina así a un conjunto total de 73 artículos en una cantidad y podría hablarse también de calidad; inferior que la canasta básica familiar, a esta se la denomina vital como indicador mínimo de consumo para la supervivencia de una familia.

Tabla 2. CANASTA FAMILIAR 2013-2014

CANASTA FAMILIAR, USD, ECUADOR		
Fecha	VITAL	BÁSICA
may-13	436.97	605.92
jun-13	435.70	606.29
jul-13	436.33	606.48
ago-13	437.18	609.57
sep-13	436.56	612.05
oct-13	439.10	614.01
nov-13	442.11	617.54
dic-13	444.78	620.86
ene-14	449.54	628.27
feb-14	449.54	628.22
mar-14	452.74	632.19
abr-14	453.66	633.61

Fuente: INEC

Las Pymes en el Ecuador

Se denomina PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas categorizadas de acuerdo a sus de ventas, capital, número de trabajadores con los que cuenta, y su nivel de producción. En el Ecuador las pequeñas y medianas empresas realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las cuales se puede destacar las siguientes: Comercio al por mayor y por menor; Agricultura, silvicultura y pesca; Industrias manufactureras; Construcción; Transporte, almacenamiento, y comunicaciones; Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas; Servicios comunales, sociales y personales.

Importancia de las PYMES

En nuestro país estas particularmente las encontramos en la producción de bienes y servicios, siendo el sector productivo la base del desarrollo social del país constituyendo a este el principal actor en la generación de riqueza y empleo.

Así también se puede categorizar las PYMES en el Ecuador, de acuerdo al número de trabajadores que tienen y el capital que manejan, siendo así se las clasifican como:

Microempresas

Aquellas que emplean hasta 10 trabajadores y dentro de estas también encontramos a los talleres artesanales, los cuales se caracterizan por no tener más de 20 empleados que realizan una labor manual; mientras que el capital fijo de esta categoría no excede de $2.7000,00.

Pequeña Industria

Puede tener hasta 50 trabajadores.

Mediana Industria

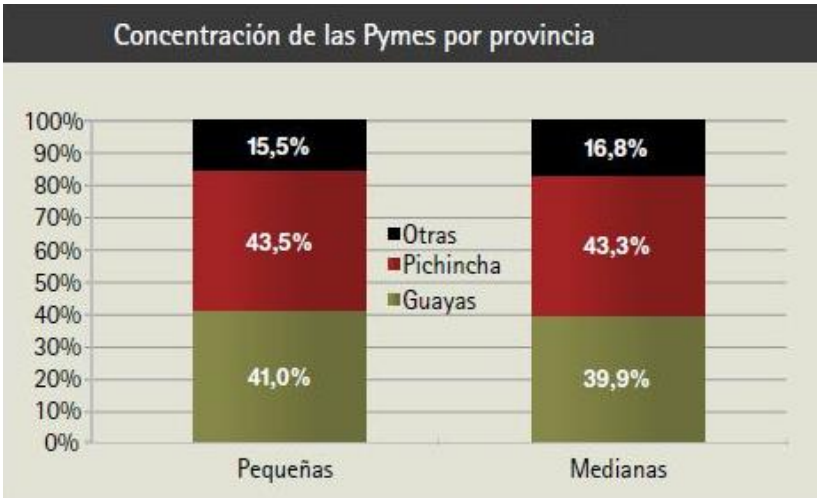
Conformada por 50 a 99 trabajadores y un capital fijo de no más de $120000.

Grandes Empresas

Aquellas que tienen más de 100 trabajadores su capital fijo sobrepasa el $120.000,00 de capital.

De esta forma se puede resaltar también que la mayor concentración de las pequeñas y medianas empresas se encuentran en la provincia de pichincha y guayas como lo muestra el gráfico.

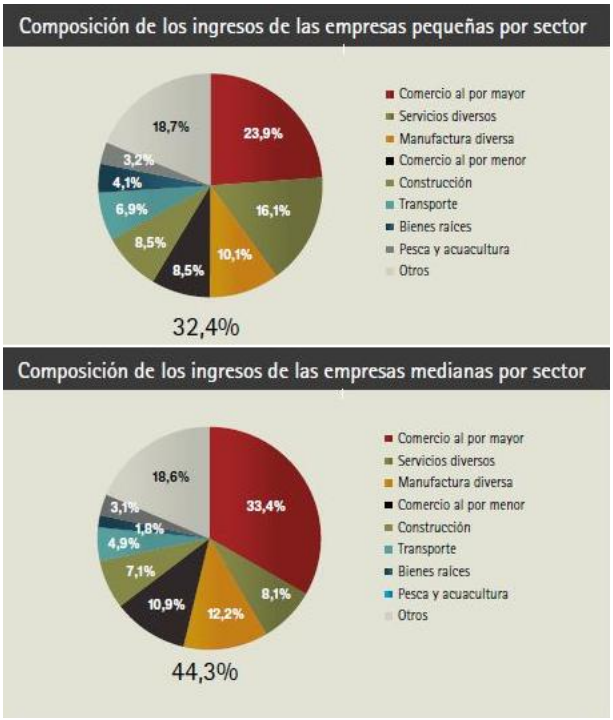
FIGURA 11. CONCENTRACIÓN DE LAS PYMES POR PROVINCIA



Fuente: SRI

También se puede evidenciar que el sector que genera mayores ingresos es el de comercio al por mayor como lo refleja en grafico inferior.

FIGURA 12. INGRESOS DE EMPRESAS POR SECTOR



Fuente: SRI

2.01.02 Factor Social

Quito es la ciudad capital de la república del Ecuador y provincia de Pichincha, con 2.239.191 de habitantes en su distrito metropolitano, es la segunda ciudad más poblada del Ecuador, cabecera cantonal del D.M.Q. Actualmente la ciudad de Quito es considerada la capital económica del Ecuador. Debido a su alto índice de desarrollo humano; Se encuentra ubicada sobre la hoya de Guayllabamba en las laderas orientales del volcán Pichincha, Su altitud promedio es de 2.800(met.sob.niv.mar). La ciudad está dividida en 32 parroquias. Además Quito es el centro político de la República, y alberga los principales organismos gubernamentales, culturales, financieros, administrativos y comerciales del país; ya que la mayoría de empresas transnacionales que trabajan en Ecuador tienen su matriz en el distrito metropolitano al igual que las matrices de la mayoría de los principales bancos del país. Quito está divido en Zonas Metropolitanas conocidas como Administraciones Zonales cuyas funciones son el descentralizar los organismos institucionales, así como también mejorar el sistema de gestión participativa. Cada una es dirigida por un administrador zonal designado por el alcalde, el cual es responsable de ejecutar las competencias de la urbe en su Zona. Actualmente existen ocho Zonas Metropolitanas, las se fraccionan en parroquias, 32 urbanas (ciudad), 33 rurales y suburbanas.

- 1. Administración Zonal La Delicia.
- 2. Administración Zonal Calderón.
- 3. Administración Zonal Eugenio Espejo (Norte).
- 4. Administración Zonal Manuela Sáenz (Centro).
- 5. Administración Zonal Eloy Alfaro (Sur).

- 6. Administración Zonal Tumbaco.
- 7. Administración Zonal Los Chillos.
- 8. Administración Zonal Quitumbe.

2.01.03 Factor Legal

Para la futura implementación del presente proyecto es necesario analizar las diferentes normativas y reglamentos vigentes en el país, haciendo énfasis principalmente en los organismos competentes que regulan y autorizan el funcionamiento de las diferentes Pymes en el D.M.Q.

Los organismos encargados de regular y autorizar el funcionamiento de este tipo de empresas en el Distrito Metropolitano de Quito son:

- Superintendencia de Compañías
- Municipio de Quito
- Cuerpo de Bomberos
- Registro Mercantil
- SRI

Uno de los primeros trámites que se deben realizar para abrir una microempresa en Ecuador es reservar un nombre; este trámite se lo realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías donde se revisa que no exista ninguna otra compañía con el mismo nombre que se piensa implementar.

Se debe realizar una escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica y elaborar los estatutos de la empresa; estos son el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

Si la empresa fuese sociedad el paso siguiente es abrir una cuenta de integración de capital. Esto se lo realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos para esto, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Capital mínimo: $400 para compañía limitada y $800 para compañía anónima
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno si fuese el caso
- Copias de cédula y papeleta de votación del dueño de la empresa y para sociedades copias de cada socio

Luego se debe pedir el certificado de cuentas de integración de capital.

Como paso siguiente se debe elevar a escritura pública la implementación de la empresa; para lo cual se debe acudir donde un notario público con los documentos anteriores ya obtenidos es decir:

- La reserva del nombre otorgada por la Superintendencia de Compañías.
- El certificado de cuenta de integración de capital otorgada por el banco donde se abrió la cuenta.
- Escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica y minuta con los estatutos realizada con un abogado.

Lo siguiente es aprobar los estatutos; para esto se lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

Luego se debe realizar una publicación en la prensa; para esto la Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

Después se debe obtener los respectivos permisos municipales.

En el municipio de la ciudad donde se crea la empresa se deberá:

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

Requisitos para obtener la Patente Municipal:

- Formulario de declaración de patente municipal debidamente lleno y suscrito por el representante legal.
- Copia de cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.
- Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica y minuta con los estatutos de la empresa.
- Copia del nombramiento del representante legal.

Lo siguiente es inscribir la compañía. Para esto con todos los documentos antes descritos, se debe acudir al Registro Mercantil para inscribir la empresa o la sociedad si fuese el caso.

Para sociedades se debe realizar la Junta General de Accionistas. En esta se nombrara a los representantes de la empresa es decir, presidente, gerente, etc. Según se haya definido en los estatutos.

El siguiente paso es obtener los documentos habilitantes para el funcionamiento de la empresa. Esto se lo realiza con la inscripción en el Registro Mercantil. Con el cual en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

De igual forma se debe inscribir el nombramiento del representante de la empresa. Esto se lo realiza nuevamente en el Registro Mercantil, se debe inscribir el nombramiento del administrador de la empresa (designado en la Junta de Accionistas si fuese el caso), con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

Así mismo se debe obtener el Registro Único de Contribuyentes denominado (RUC) el cual se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Según el SRI; "Deben inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros día de haber iniciado sus actividades económicas" (Servicio de Rentas Internas, 2014)

Requisitos para obtener el RUC de una persona natural obligada a llevar contabilidad.

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Copias de cédula y papeleta de votación del último proceso electoral
- Copia certificada del título profesional
- Original y copia del pago de servicios básicos a nombre del contribuyente de uno de los últimos meses a la fecha de realización del trámite

- Original y copia de estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos meses a la fecha de realización del trámite, ya sea estos TV por cable, teléfono celular etc.
- Original y copia del comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite, con copias de cédula y papeleta de votación del mismo

En el caso de las sociedades de acuerdo al volúmen de capital que se maneje se debe obtener una carta para el banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías; esta emitirá una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para que se pueda disponer del valor depositado.

Permiso de funcionamiento

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad. Por tal efecto el necesario para la empresa a implementar será el de tipificación A, el cual comprende a: Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento.

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

2.01.04 Factor Tecnológico

Al analizar el entorno externo mediante las entrevistas realizadas a propietarios de agencias de diseño cercanas a la Av. De La Prensa y Vaca de Castro al norte del D.M.Q, se ha llegado a la conclusión que existe una necesidad insatisfecha entre los usuarios de los servicios de diseño, puesto que las agencias existentes se especializan especialmente en servicios de diseño publicitario, material POP, impresión digital, gigantografías, o imprentas dedicadas únicamente a la impresión offset. Pero han relegado los servicios de diseño web y multimedia a un segundo plano delegándolo a empresas especializadas en este, fungiendo únicamente como intermediarios para brindar dichos servicios, lo que incrementa los costos de los mismos.

Así mismo se puede observar que en los últimos años ha crecido la demanda por dichos servicios ya que la entrevista arroja que ha crecido el número de personas que preguntan por el mismo.

Al implementar en el mercado nuestros servicios de empresa especializada en diseño web, multimedia y publicitario estaremos brindando a

nuestros clientes, dichos servicios de forma centralizada a manera que no tengan que recurrir a diferentes lugares para cubrir todas sus necesidades comunicacionales ni pagar más de lo que cuestan producir los mismos.

Además, al producir dichos servicios directamente se optimizará el tiempo de entrega y se disminuirían los costos de producción, para lo cual se necesitará invertir en cierta maquinaria necesaria para hacerlo.

Cabe mencionar que estamos consientes del impacto ambiental que genera la maquinaria que necesitaremos, por ello buscaremos tecnología amigable con nuestro ambiente así como también al ser una empresa especializada principalmente en diseño web y multimedia, los impactos generados serán mínimos, puesto que no se necesita de más maquinaria que la necesaria para brindar los servicios publicitarios como impresión digital, plotters, material POP, etc.

2.02 Entorno Local

Para este análisis se utilizará la información obtenida en las técnicas de recolección de datos, realizadas en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.02.01 Clientes

Para facilitar el análisis a nuestros clientes potenciales se los clasificará de acuerdo a:

- Posible frecuencia de compra o uso de nuestros servicios.
- Posible volúmen de compras o veces que hagan uso de nuestros servicios.
- Nivel de satisfacción

Clientes Potenciales según su posible frecuencia de uso de nuestros servicios

Una vez realizada la investigación de mercado en el sector norte del D.M.Q en los alrededores de la Av. De La Prensas y Vaca de Castro por medio de encuestas, se determinó que existen clientes frecuentes, habituales y ocasionales según el tipo de servicio, el nivel de satisfacción y los precios de los servicios demandados.

Clientes potenciales según su posible volúmen de compras o veces que hagan uso de nuestros servicios

De igual manera se identificó el grado de posibles volúmenes de compras y uso de servicios en cuanto a diseño web y material publicitario como: diseño de páginas web, Afiches, Volantes, Tarjetas de presentación, dípticos, trípticos, material POP, plotters, etc.

Encontrando como resultado clientes potenciales de un alto volúmen de compras así como también clientes promedio u ocasionales.

Nivel de satisfacción

Mediante el estudio de mercado realizado por medio de las encuestas se determinó que existe un nivel de satisfacción media en cuanto a los servicios de diseño ofrecidos por la competencia existente, debido a diversos factores que se pueden mejorar como atención al cliente, resultados esperados, entre otros.

2.02.02 Proveedores

Las políticas de calidad y disminución de impactos ambientales son la base de ejecución de nuestra empresa, por lo que es un factor determinante establecer e identificar adecuadamente los proveedores de la maquinaria y materia prima para poder brindar nuestros servicios con los estándares ya establecidos.

Para el presente proyecto se ha identificado proveedores basados en sus productos, precios y cercanía al lugar en el cual hemos proyectado implementar nuestra microempresa.

Tabla 3. PROVEEDORES DE MAQUINARIA Y MATERIA PRIMA

PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCIÓN
MUNDO MAC	Equipos Mac	Plaza de las Américas Quicentro Shopping Mall El Jardín Paseo San Francisco Telf. (02)3318 472
AppTek	Software, Servicio técnico Mac: MacBook Pro, iMac, Mac pro.	Av. República n30-32 y diego de Almagro, edificio El Triángulo Telf. (02)2528964
XPC	Equipos de computación	Av. América y Barón de Carondelet Telf. (02)2450090
Xerox	Impresoras, copiadoras, prensas digitales, software	Av. De Los Shyris N34-412 y Portugal Telf. (02)2924193
Distribuidora Armas Jaramillo	Plotter, lonas para impresión, etc.	Mariana de Jesús Oe39 y Jorge Juan Telf.(02)3202815/2561571
Produpelma	Papelería en general	Av. América N17-123 y Bogotá Telf.(02)2223980

Fuente: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

2.02.03 Competidores

Una vez realizado nuestro estudio de mercado mediante las entrevistas a empresas cercanas a la Av. De La Prensa y Vaca De Castro, que ofrezcan servicios similares a los que deseamos implementar, se encontró que existen tres empresas cercanas a las cuales se considerara la competencia latente. Cabe mencionar que en el sector no se encontró ninguna se especializa en Diseño Web, Multimedia y Publicitario.

Tabla 4. COMPETENCIA DE LOS SERVICIOS OFERTADOS

EMPRESA	SERVICIOS	DIRECCIÓN
Área Digital	Diseño Gráfico, Ploteos, tarjetas, impresiones, diseño de páginas web indirectamente.	Vaca de Castro Oe6-09 y Machala
Dabel Soluciones	Diseño de tarjetas de presentación, flyers, servicio de imprenta, sublimado, servicios contable, asistencia técnica, tecnológica y mantenimiento de computadoras.	Av. De la prensa N58-159 y Vaca de Castro
Digital Print	Publicidad impresa en gran formato y en varios soportes, flyers, tarjetas, etc.	Vaca de Castro Oe43-70 y Av. de la Prensa

Fuente: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

Para determinar la factibilidad de la implementación de una micro empresa especializada en servicios de diseño Web, Multimedia y Publicitario en el sector de la Av. De La Prensa y Vaca de Castro al norte del Distrito Metropolitano de Quito, se realizó un estudio de mercado y un análisis financiero, obteniendo así como resultado las fortalezas y oportunidades que sustentan la factibilidad del presente proyecto.

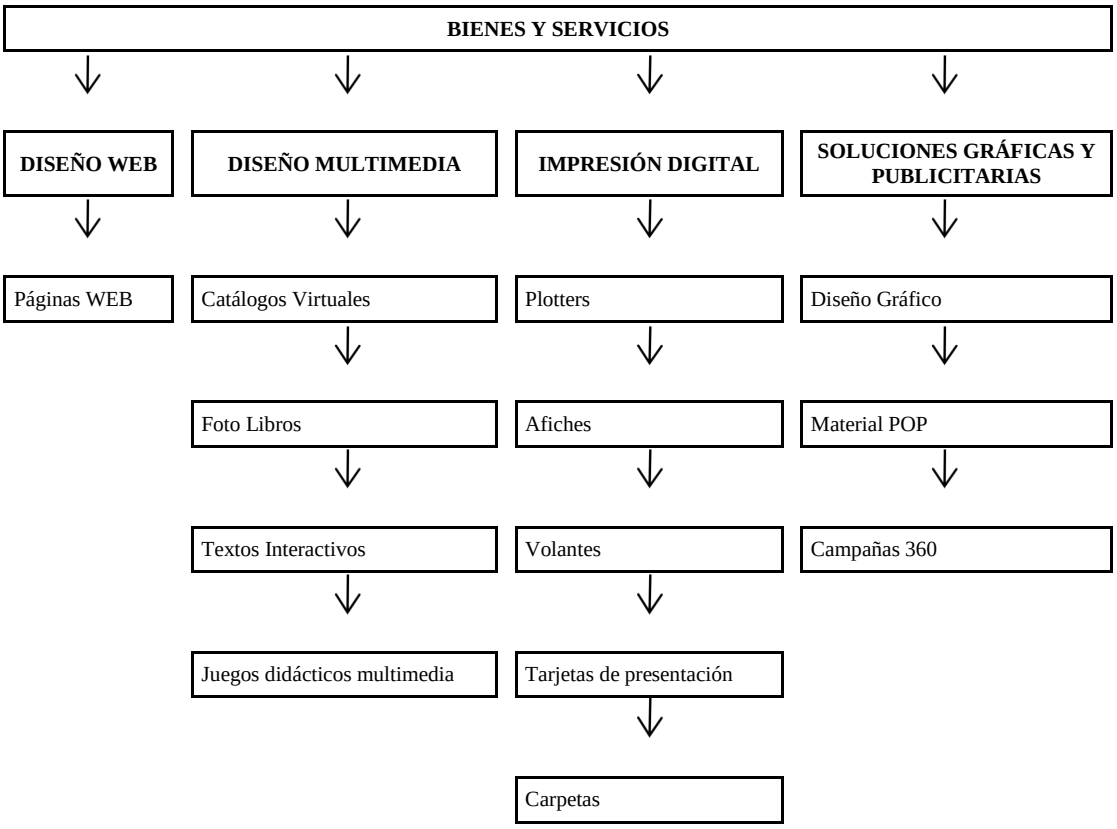
En **Eclipse "Taller Creativo"**, tenemos claro que el diseño web, multimedia y publicitario, es una inversión cuya rentabilidad depende de la

calidad enfocada a resultados de los servicios ofertados, por lo que es fundamental contar con personal calificado, con la maquinaria necesaria y materia prima suficiente para así brindar un servicio de calidad a nuestros clientes.

Para ello ponemos a su disposición los siguientes servicios.

Diseño de páginas WEB, Desarrollo de Catálogos Virtuales, Foto Libros, Textos Interactivos de todo tipo, Juegos didácticos multimedia para el desarrollo psicopedagógico, Impresión digital laser, Plotters, Material POP, Manuales corporativos, Trípticos, Dípticos, Tarjetas de presentación y soluciones gráficas y publicitarias en general.

FIGURA 13. BIENES Y SERVICIOS DE LA EMPRESA ECLIPSE "TALLER CREATIVO"



Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

Nuestros servicios a desarrollar contarán también con un estilo propio que se definirá como nuestra ventaja competitiva, la cual consiste en identificar la mejor solución comunicacional que se pueda brindar, dependiendo de la necesidad del cliente; esto se lo alcanzará mediante un análisis y un proceso de generación de ideas llevada a cabo por un grupo de trabajo que estará compuesto por profesionales capacitados y con experiencia en el área, estos, apersonarán, supervisarán y estarán inmersos en el desarrollo independiente de cada trabajo, a fin de determinar la mejor solución a una necesidad determinada y al mismo tiempo aportando un estilo propio de la empresa al brindar servicios enfocados en resultados.

El modelo de trabajo de **Eclipse "Taller Creativo"** se conceptualizará como la marca personal de nuestra empresa, ya que estamos convencidos que una comunicación gráfica aplicada de manera correcta es capaz de ECLIPSAR a la competencia y arrojar resultados provechosos a corto y mediano plazo.

2.03.01.01 Misión

Posicionar La empresa "Eclipse" Taller Creativo, en los primeros lugares del mercado, ofreciendo servicios web, multimedia y publicitarios, de calidad y con ideas innovadoras capaces de generar impactos positivos en el mercado Ecuatoriano al insertar al mismo; nuevas y(o) ya existentes empresas y marcas que hagan uso de nuestros servicios.

2.03.01.02 Visión

Ser la empresa líder en el mercado en desarrollo web y multimedia, así como también cubriendo necesidades latentes en el campo publicitario y convirtiéndonos así en una de las empresas más cotizadas y reconocidas en Ecuador y posteriormente en América Latina.

Eclipse "Taller Creativo"

Nace bajo el concepto y connotación de su slogan

"TUS IDEAS POR LO ALTO"

2.03.01.03 Objetivos

2.03.01.03.01 Objetivo General

Diseñar sitios web, material multimedia y publicitario, de manera eficaz utilizando mensajes gráficos adecuados y acordes a las diferentes necesidades comunicacionales del cliente.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- Determinar las empresas y(o) clientes potenciales y sus diferentes necesidades o deficiencias comunicacionales en el ámbito publicitario.
- Fortalecer la matriz productiva y contribuir con el desarrollo micro empresarial del país, al posicionar e impulsar hacia el mercado empresas grandes, pequeñas y(o) marcas, productos y servicios nuevos o ya existentes.
- Ofertar el servicio de Diseño de Sitios web, Material multimedia y publicitario centralizado en solo establecimiento con la finalidad de facilitar la accesibilidad a dichos servicios.

- Desarrollar sitios web, material multimedia y publicitario que tengan resultados palpables a corto y largo plazo dependiendo de las diferentes necesidades a satisfacer.

2.03.01.04 Principios Y Valores

Eclipse "Taller Creativo" desarrollará todas sus actividades entorno a principios y valores que permitan una buena interacción entre personal y cliente, encaminándonos así a nuestra misión, visión y objetivos.

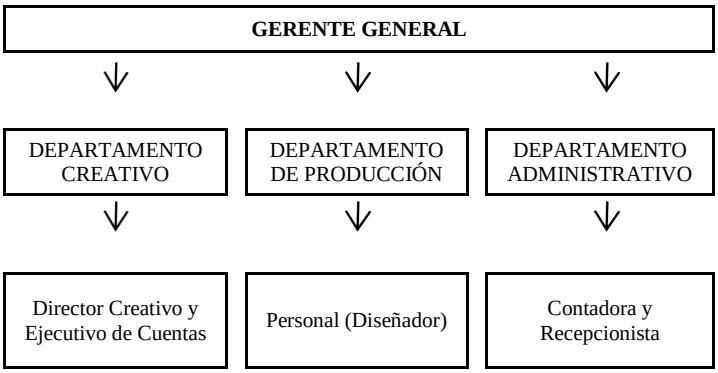
Algunos de los principios y valores básicos que se incentivaran a ser aplicados en la práctica diaria del ejercicio de labores serán.

- Creatividad
- Liderazgo
- Disciplina
- Responsabilidad
- Flexibilidad
- Innovación
- Capacitación
- Honestidad
- Amabilidad
- Puntualidad

2.03.02 Gestión Administrativa

Eclipse "Taller Creativo" consta de una estructura horizontal, con la finalidad de que nuestro personal se sienta a gusto en su área de trabajo, es decir, ningún departamento es más importante que otro.

FIGURA 14. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE ECLIPSE "TALLER CREATIVO"



Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

2.03.03 Gestión Operativa

Para el desarrollo de la actividad operacional en la empresa **Eclipse "Taller Creativo",** en su etapa inicial requerirá de un número mínimo de personal, que realizará su trabajo en diferentes departamentos, para su normal funcionamiento.

La delineación del perfil para ocupar cada uno de los departamentos, debe contener preparación académica además de habilidades y técnicas desarrolladas mediante la experiencia.

A continuación se detalla la descripción de cargos y funciones a desarrollar en cada uno de los puestos de la empresa.

Tabla 5. CARGO Y FUNCIÓN DEL GERENTE GENERAL

PUESTO	FUNCIONES	NIVEL DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	PERFIL
GERENTE GENERAL	Regula la información y el intercambio fluido de información, entre los demás departamentos de la empresa.	**ALTO** Medio Bajo	Fortalecimiento de la empresa.	Profesionalismo
	Capacidad de análisis para toma de decisiones.	**ALTO** Medio Bajo	Oportunidades de la empresa.	Amplia experiencia laboral
	Manejo óptimo de recursos económicos y talento humano.	**ALTO** Medio Bajo	Satisfacción del personal y clientes.	Extensa formación académica.
	Forme parte del equipo de trabajo con dinamismo y carisma.	**ALTO** Medio Bajo	Relaciones interpersonales	
	Colabora y hace las veces de ejecutivo de cuentas	**ALTO** Medio Bajo	Trabajo en equipo	Liderazgo

Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

Tabla 6. CARGO Y FUNCIÓN DEL DIRECTOR CREATIVO Y EJECUTIVO DE CUENTAS

PUESTO	FUNCIONES	NIVEL DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	PERFIL
DIRECTOR CREATIVO Y EJECUTIVO DE CUENTAS	Mantiene la relación entre la empresa y el cliente. Organiza y desarrolla la presentación de las necesidades comunicacionales del cliente para su posterior análisis. Planifica y organiza las reuniones para el análisis y desarrollo de ideas que solucionen los problemas comunicacionales. Plasma la idea y delega funciones para su desarrollo. Supervisa el desarrollo de los proyectos. Hace las veces de Gerente General en ausencia de este. Aprueba y presenta los trabajos finalizados al cliente, y proporciona los datos de la factura al departamento financiero.	**ALTO** Medio Bajo **ALTO** Medio Bajo **ALTO** Medio Bajo **ALTO** Medio Bajo **ALTO** Medio Bajo **ALTO** Medio Bajo **ALTO** Medio Bajo	Cumplimiento leal. Creatividad. Relaciones Interpersonales. Liderazgo. Fortalecimiento de la empresa. Toma de decisiones. Satisfacción de los clientes.	Extensa preparación profesional Amplia Experiencia Iniciativa Dinamismo Anhelo de crecimiento personal y profesional

Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

Tabla 7. CARGO Y FUNCIÓN DISEÑADOR

PUESTO	FUNCIONES	NIVEL DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	PERFIL
DISEÑADOR	Aporta ideas para la solución de problemas comunicacionales.	**ALTO** Medio Bajo	Creatividad	Profesional
	Interpreta, diseña y plasma las ideas en forma gráfica digital.	**ALTO** Medio Bajo	Manejo de programas	Experiencia Básica
	Colabora en el desarrollo de los diferentes trabajos en marcha.	**ALTO** Medio Bajo	Trabajo en equipo	
	Presenta el trabajo finalizado al director creativo para su aprobación.	**ALTO** Medio Bajo	Responsabilidad	Iniciativa
	Maneja y realiza diferentes procesos en los equipos de impresión.	**ALTO** Medio Bajo	Habilidades varias	Dinamismo
	Participa en forma activa en el desarrollo de la empresa al generar y aportar ideas para mejorar los procesos en la misma.	**ALTO** Medio Bajo	Fortalecimiento de la empresa	Anhelo de crecimiento personal y profesional

Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

Tabla 8. CARGO Y FUNCIÓN DE LA CONTADORA Y RECEPCIONISTA

PUESTO	FUNCIONES	NIVEL DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	PERFIL
CONTADORA Y RECEPCIONISTA	Se ocupa de la gestión financiera, de los pagos a proveedores, de la política financiera, la contabilidad y el control presupuestario. Se encarga de informar acerca de los ingresos y egresos efectuados por las operaciones. Proporciona información del estado financiero de la empresa, para posterior elaboración de pronósticos y presupuestos en la empresa para facilitar la toma de decisiones.	**ALTO** Medio Bajo **ALTO** Medio Bajo **ALTO** Medio Bajo	Fortalecimiento de la empresa Rentabilidad económica Toma de decisiones	Profesional Trabajo bajo presión Experiencia Laboral

Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

2.03.04 Gestión Comercial

Para nuestra operación comercial se cuenta con el ejecutivo de cuentas y el gerente general que en su ausencia hace las veces del mismo, este es el encargado principalmente para la elaboración de estrategias de comercialización de nuestros servicios y productos

Además mantendrá la relación entre la empresa y el cliente con lo cual podrá analizar y determinar la necesidad comunicacional del mismo para buscar la mejor solución a desarrollar.

Así mismo será el encargado de presentar los trabajos finalizados al cliente y proporcionara al departamento financiero los datos para facturar al mismo.

Planificación:

- Información para el registro de clientes
- Investigación de clientes
- Contacto con el cliente
- Propuestas para el cliente
- Contacto con proveedores
- Validación de la calidad del producto previo a su entrega
- Entrega del producto final

Se ha desarrollado como plan estratégico una campaña publicitaria a fin de informar, persuadir, posicionar y obtener un mantenimiento de nuestra empresa como marca corporativa y servicios ofertados en **Eclipse "Taller Creativo"**

2.03.04.01 Estrategia De Marketing

Para el desarrollo de Estrategias de Marketing de los servicios de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario que se ofertarán en el mercado, se implementarán estrategias de Marketing Mix en las principales áreas que lo conforman: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Producto/Servicio

Se brindará un servicio enfocado a la atención personalizada, con personal capacitado en atención al cliente para reforzar el nivel de confort de nuestros clientes al demandar nuestros servicios, de igual manera se mantendrá una comunicación constante con el cliente para recopilar información a modo de identificar rápida y asertivamente sus diferentes necesidades comunicacionales.

Los servicios que se van a ofrecer son:

- Diseño WEB
- Diseño Multimedia
- Diseño Publicitario
- Diseño e Impresiones Láser

Diseño Web

En **Eclipse "Taller Creativo"** Realizamos páginas WEB de alta calidad comunicacional; Mediante un proceso previo de identificación de los principales problemas a resolver, preferencias y gustos de los usuarios y posterior análisis y desarrollo de la información obtenida para generar ideas que brinden la mejor solución enfocada en resultados.

Tenemos claro que el diseño de páginas WEB, es una inversión rentable al ser la internet uno de los medios de información más usados en la actualidad por lo que una adecuada gestión en este, arrogara tarde o temprano resultados beneficiosos para quienes lo usan al momento de dar a conocer los productos o servicios que brindan.

Diseño Multimedia

De igual manera como se menciona anteriormente que la internet es uno de los medios de información y comunicación más usados en la actualidad; cabe mencionar que es evidente que la evolución de la WEB a relegado a la invisibilidad a marcas, empresas, productos y servicios que no se encuentran inmersos en ella; por lo que adaptarse a esta es imprescindible para generar competencia en el mercado.

Para cubrir esta necesidad en **Eclipse "Taller Creativo"** brindamos el servicio de desarrollar diversas aplicaciones multimedia tales como:

- Desarrollo de Catálogos Virtuales,
- Foto Libros,
- Textos Interactivos de todo tipo,
- Juegos didácticos multimedia para el desarrollo psicopedagógico

Diseño Publicitario

Tomando en cuenta que la publicidad es una inversión rentable para cualquier empresa; implementamos los servicios de diseño de campañas publicitarias 360, que se complementan con los servicios de diseño WEB, Multimedia e Impresión digital que también se ofertan.

Diseño E Impresiones Láser

Proveemos el servicio de impresión láser como complemento de nuestros servicios complementando así una adecuada gestión publicitaria, y cubriendo en gran parte las necesidades comunicacionales de nuestros clientes. Para esto se pone a disposición el diseño e impresión de productos tales como:

- Tarjetas de presentación
- Hojas Membretadas
- Sobres
- Carpetas
- Invitaciones para Eventos
- Diplomas
- Calendarios
- Afiches
- Volantes, Trípticos , Dípticos
- Etc.

Precio

La fijación de precios se basa en generar ganancias para la empresa sin escandalizar al mercado meta por los mismos; para esto se establece los parámetros bajo los cuales se determinará estos valores de acuerdo al estudio de mercado que se desarrollará; pues este reflejará los factores a mejorar para llegar a un alto nivel de satisfacción en cuanto a los servicios que se ofertan y el consumidor de los mismos determinará si los valores cobrados por estos se justifican por los servicios que reciben en comparación a los precios que maneja la competencia.

Plaza

El mercado meta está integrado principalmente por todas las pequeñas y medianas empresas, públicas y privadas del sector Norte del D.M.Q; que no han tenido una participación significativa en el mercado a falta de posicionamiento en el mismo así como también a todas aquellas personas que demanden nuestros servicios, en los alrededores de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro. Que como se manifiesta en las encuestas, existe el deseo de que en el sector exista una empresa que se dedique a satisfacer sus necesidades en diseño WEB, Multimedia y Publicitario en un mismo lugar a modo de evitar tener que movilizarse a varios lugares para obtener una adecuada gestión publicitaria.

Eclipse "Taller Creativo", estará ubicada en la Av. De la Prensa y Vaca de Castro, el cual es un lugar estratégico que tiene un gran flujo de personas diarias a más de estar rodeado por nuestro mercado meta antes definido; estos factores permitirán atraer a un número mayor de clientes, mediante un adecuado mejo publicitario de la empresa.

Promoción

La propuesta para esto es implementar una campaña publicitaria 360 de lanzamiento, mediante la cual dar a conocer a los clientes las características de los servicios que se ofertan y los beneficios que obtendrán al hacer uso de estos, así como también crear una relación Empresa-Cliente para lograr un adecuado posicionamiento en el mercado.

Desarrollo de la campaña publicitaria 360 para el lanzamiento de la empresa, eclipse "taller creativo"

Problemas Comunicacionales

Información: Al ser Eclipse "Taller Creativo" una empresa nueva en el mercado, nuestro grupo objetivo desconoce nuestros servicios.

Persuasión: Eclipse "Taller Creativo" no tiene estrategias, por ser una empresa nueva en el mercado.

Posicionamiento: Nulo, al ser Eclipse "Taller Creativo" una empresa nueva, Sus servicios e imágen son desconocidos en el mercado.

Mantenimiento: No existen acciones de mantenimiento, por ser Eclipse "Taller Creativo" una empresa que no ha sido aún posicionada en el mercado, por lo que en nuestro grupo objetivo no existe un recuerdo que se pueda reforzar.

Objetivos Publicitarios

Información: Informar a nuestro grupo objetivo todos los servicios que ofrece Eclipse "Taller Creativo" mediante:

- Diseño de la Página WEB de Eclipse "Taller Creativo"
- Elaboración de un fan_page de la empresa en Facebook

Página Web.- Contendrá información de la empresa, como misión, visión, objetivos entre otras; así como también los servicios que ofrece Eclipse "Taller Creativo", paquetes y promociones para clientes corporativos a modo de que nuestro grupo objetivo, conozca más a fondo a la empresa e identifique y asocie sus necesidades con la misma.

Fan _Page en Facebook.- Esta red social en la actualidad es una de las más utilizadas por la sociedad, además permite la creación de fans_page para dar a conocer servicios y productos de cualquier índole, por lo que la utilizaremos con el fin de interactuar con los clientes de una forma más activa e impersonal; en esta se ubicarán muestras de los diferentes proyectos realizados por Eclipse "Taller Creativo" así como también ofertas y promociones de corta duración.

Persuasión: A fin de convencer a nuestro grupo objetivo de la calidad de nuestros servicios se va a elaborar:

- Afiches
- Flyers

Afiches.- Se los ubicará en lugares estratégicos de gran afluencia de nuestro grupo objetivo como por ejemplo cerca o dentro de: centros comerciales, edificios empresariales etc.

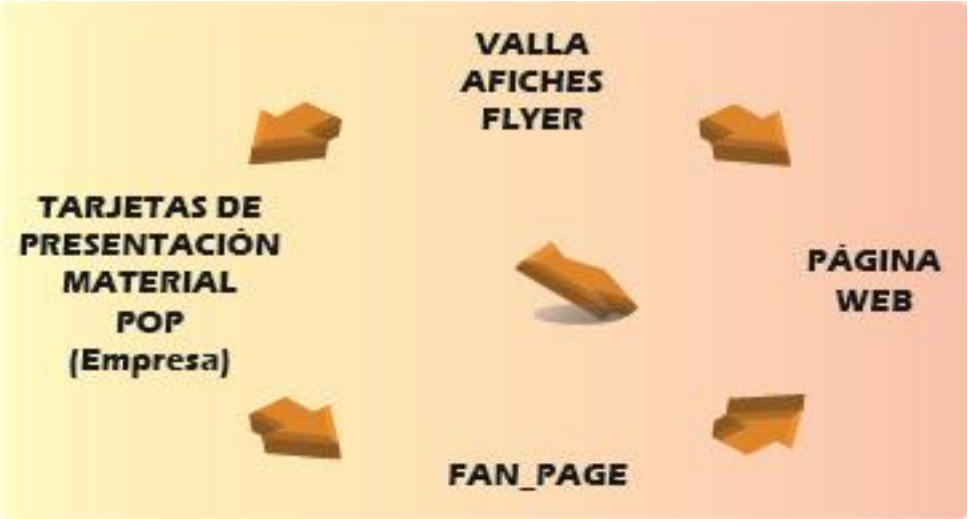
Flyers.- Se los repartirá en sitios comerciales estratégicos.

Posicionamiento: Se realizarán artes gráficas que serán difundidas mediante vallas publicitarias en lugares comerciales de la ciudad a modo de generar impacto visual y recordación de nuestra imágen en el grupo objetivo.

Mantenimiento: Con la finalidad de que nuestra imágen corporativa y servicios se mantengan en la mente del consumidor se entregará tarjetas de presentación y material POP como esferográficos con nuestra imágen e información de la empresa a clientes potenciales.

Esquema Campaña 360

FIGURA 15. ESQUEMA FUNCIONAL, CAMPAÑA 360 ECLIPSE "TALLER CREATIVO"



Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

Estrategia Creativa

Beneficios Racionales:

- Innovación
- Calidad

Beneficios Emocionales:

- Confianza
- Seguridad de crecimiento

Mensaje Básico: Eclipse "Taller Creativo" tu opción de innovar y crecer

INSIGHT: Resaltar

Tono: Indiferente

Estilo: Informal

Reason Why:

Mensaje Básico: Eclipse "Taller Creativo" tu opción de crecer

Se desea transmitir al cliente nuestro modelo de trabajo enfocado en resultados, y calidad de servició.

INSIGHT: Resaltar

Por el deseo que se tiene de ser reconocidos por nuestros clientes como una empresa capaz de generar soluciones comunicacionales efectivas.

Tono: Indiferente

Principalmente porque somos una empresa nueva en el mercado y no se quiere entrar en conflicto con la diferente competencia.

Estilo: Informal

Por que se desea transmitir que nuestros servicios están al alcance de todos evitando dar falsa la impresión de estatus.

Eje de Campaña: Eclipse "Taller Creativo" Saca lo mejor de ti

Slogan: ¡El momento de brillar, es ahora!

Plan De Medios

Medios Principales:

- Diseño de la Página WEB de Eclipse "Taller Creativo"
- Elaboración de un fan_page de la empresa en Facebook
- Afiches
- Flyers

Medios Secundarios:

- Vallas publicitarias

Medios Auxiliares

- Tarjetas de presentación
- Material P.O.P. (esferográficos)

Flow Chart

Tabla 9. FLOW CHART

FLOW CHART	
Medio	**Presupuesto**
MEDIOS PRINCIPALES	
Página WEB, hosting y dominio por 1 año en www.hostinger.com	86,00
Fan_Page en Facebook Donación mensual	30,00
Sub Total	116,00
MEDIOS SECUNDARIOS	
2 Vallas publicitarias en lugares comerciales, contrato por 2 meses empresa Induvallas. 600c/u	1200,00
Sub Total	1200,00
TOTAL MEDIOS	1316,00
PRODUCCIÓN	2004,80
Sub Total	3320,80
10% Imprevistos	332,08
TOTAL CAMPAÑA PUBLICITARIA	3652,88

Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

Presupuesto De Producción

Tabla 10. PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

PRODUCCIÓN	
MEDIOS PRINCIPALES	1064
MEDIOS AUXILIARES	940,8
ARTES	590
SUB TOTAL	2594,8
(-)ARTES	590
TOTAL	**2004,8**

Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

Cabe mencionar que el valor de artes se lo ha restado por ser producido internamente.

Costos Producción De Artes

Tabla 11. COSTOS ARTES

ARTES	
Página WEB	
Diseño	300
Fan_Page	
Diseño	50
Afiches	
1Arte	70
Flyers	
1Arte	20
Vallas	
1Arte	150
TOTAL	**590**

Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

Costos Producción Medios Principales

Tabla 12. COSTOS DE MEDIOS PRINCIPALES (ARTES IMPRESAS)

MEDIOS PRINCIPALES					
Concepto	**Cantidad**	**Valor unitario**	**Sub total**	**12% IVA**	**Valor Total**
Afiches A3	1000	0,7	700	84	784
Flyers tiro A5	5000	0,05	250	30	280
TOTAL					**1064**

Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

Costos Producción Medios Auxiliares

Tabla 13. COSTOS DE MEDIOS AUXILIARES (ARTES IMPRESAS)

MEDIOS AUXILIARES					
Concepto	**Cantidad**	**Valor unitario**	**Sub total**	**12% IVA**	**Valor Total**
Tarjetas de presentación	2000	0,17	340	40,8	380,8
Esferográficos	2000	0,25	500	60	560
TOTAL					**940,8**

Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

2.03.04.02 Imágen Corporativa

Objetivos

General:

-Diseñar sitios web, material multimedia y publicitario, de manera eficaz utilizando mensajes gráficos adecuados y acordes a las diferentes necesidades comunicacionales del cliente.

Especificos:

-Determinar las empresas y(o) clientes potenciales y sus diferentes necesidades o deficiencias comunicacionales en el ámbito publicitario.

-Fortalecer la matriz productiva y contribuir con el desarrollo micro empresarial del país, al posicionar e impulsar hacia el mercado empresas grandes, pequeñas y(o) marcas, productos y servicios nuevos o ya existentes.

-Ofertar el servicio de Diseño de Sitios web, Material multimedia y publicitario centralizado en solo establecimiento con la finalidad de facilitar la accesibilidad a dichos servicios.

-Desarrollar sitios web, material multimedia y publicitario que tengan resultados palpables a corto y largo plazo dependiendo de las diferentes necesidades a satisfacer.

2

Eclipse

Manual de logotipo

3

Justificación Teorica

Eclipse
Taller Creativo

Representa en esencia la construcción de ideas publicitarias; innovadoras que al ser aplicadas de manera correcta,
Solucionen diversos problemas comunicacionales y generen a su vez un correcto posicionamiento que como denota el nombre de la empresa "Eclipse" a la competencia.

Se ha elegido el nombre "Eclipse", por la fuerte connotación del evento en sí, "cubrir por completo algo con algo" que es un objetivo publicitario de nuestra empresa, al generar soluciones comunicacionales mediante un análisis y un proceso de generación de ideas que al ser manejadas mediante una adecuada comunicación gráfica sea capaz de ECLIPSAR a la competencia y arrojar resultados provechosos a corto y mediano plazo; de igual forma se ha elegido "Taller Creativo" como complemento del nombre de la empresa, representando la actividad en sí que se realiza en la misma, puesto que un taller es donde por lo general se construye algo que combinado con creatividad, denota la esencia de la empresa; Misma que nace bajo la conceptualización del slogan, "Tus ideas por lo alto" que denota la misión de nuestra empresa.

4

logotipo

Eclipse

Tipografía: Matura MT Script Capitals
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 .;:-_{}[]´*¨+~¿?!¡()"#$%&-/\^

Taller Creativo
Tus ideas por lo alto

Tipografía: Bauhaus 93
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 .;.:-_{}[]´*¨+~¿?!¡()"#$%&/\^

Isotipo

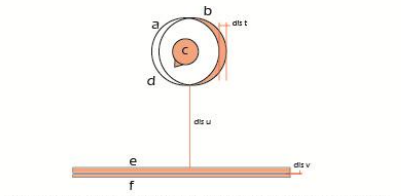
Para la construcción de nuestro Isotipo se ha tomado dos formas sintetizadas que representan a la empresa, como lo son una burbuja de idea y la simplificación de un eclipse utilizando la técnica de fondo figura elemento de la imagen retorica.

En la construcción del logotipo, el Isotipo en sentido icónico representa el punto de la i de la palabra "Eclipse"; mientras en sentido simbólico denota, Inventiva, Inteligencia, creatividad e innovación. Sus formas como el circulo es una figura centrada e introspectiva que brinda la sensación de estabilidad en su entorno; Mientras que la línea curva que complementa el diseño, denota creatividad e inventiva que son destrezas esenciales de un diseñador.

En cuanto a color el naranja que es el único color de nuestra composición aporta fuerza activa radiante y expresiva de carácter estimulante y cualidades energéticas, además de representar entusiasmo y gran creatividad en un sentido minimalista al no existir mas colores que lo desplacen.

5

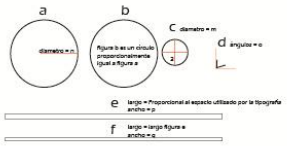
Geometrización Isotipo



dis t = la figura b se desplazara el correspondiente al 21% de n en figura a y b: sobre el eje x+ de figura a

dis u = sera proporcional al espacio utilizado por la tipografía tomando en cuenta que el isotipo representa el punto de la letra i en la palabra Eclipse

dis v = 28.5% del ancho de figura e (p)



m de figura c = 38.5% de n en figura a y b
ubicación de c = X 0, Y 0 en figura a

ángulos figura d = 10° y 98° desde x con distancias en x, y respectivamente del 65% de m en figura c

ubicación figura d = Se ubicara en el cuadrante 3 de la figura c desde en filo del circulo en -Y

p de figura e = 14.6% de n en figura a y b
q de figura f = 50% de p en figura e

6

Cuadricula

Modo Color

C: 0 R: 241
M: 80 G: 90
Y: 95 B: 41
K: 0

Pantone Solid Coated
1665C

7

Full Color

Eclipse
Taller Creativo
Tus ideas por lo alto

Positivo/Negativo

Eclipse
Taller Creativo
Tus ideas por lo alto

Eclipse
Taller Creativo
Tus ideas por lo alto

8

Escala de Grises

Eclipse
Taller Creativo
Tus ideas por lo alto

Opacidad

Maxima / Mínima
100% / 10%

Eclipse
Taller Creativo
Tus ideas por lo alto

Eclipse
Taller Creativo
Tus ideas por lo alto

9

Aplicación de color

Aplicables

Gama de colores cálidos comprendidos en estas tonalidades dependiendo del soporte sobre el cual se use

No Aplicables

Gama de colores frios comprendidos en estas tonalidades

10

Disposiciones Permitidas

Disposiciones No permitidas

11

Tamaño mínimo de legibilidad

W = 20mm; 2cm
H = 16mm; 1,6cm

Tamaño Máximo

W = 3000mm; 300cm; 3m
H = 2427mm; 242,7cm; 2,437m

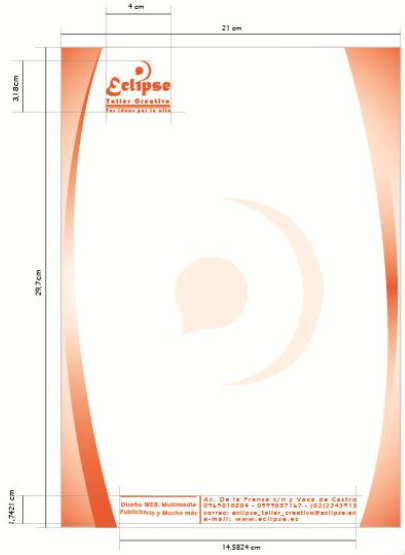
12

Papelería Corporativa

Tipografía utilizada en papeleria: Eras Medium ITC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ,;.:-_{}[]´*¨+~¿?¡(|)"#$%&/\^

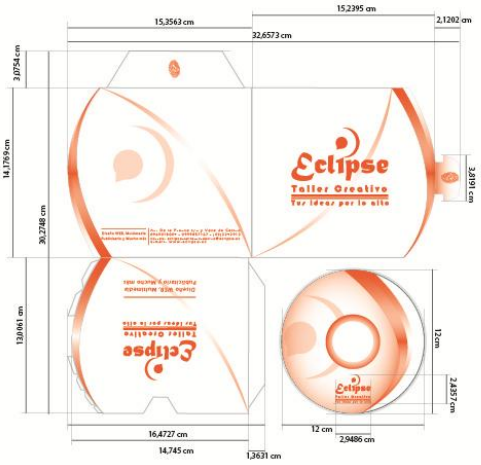
13

Hoja membretada



14

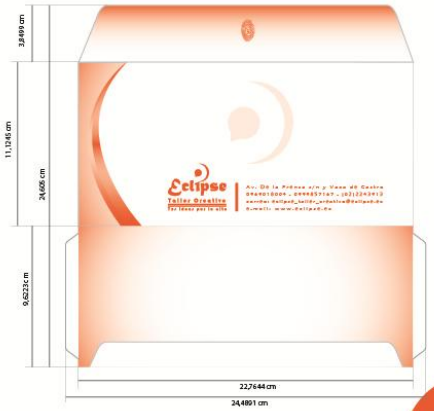
Empaque y portada / CD



15

Tarjeta de presentación

Sobre

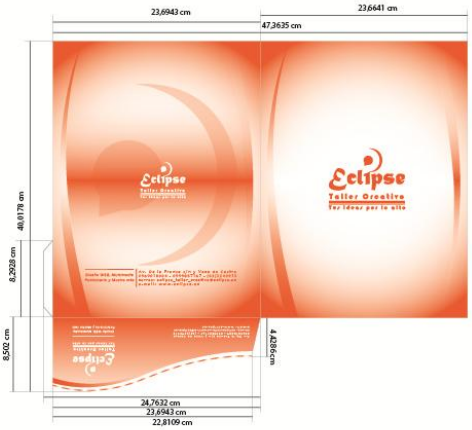


16

Factura /Retención

17

Carpeta



18

Señalética

Eclipse

19

Directorio

20

Placas Puntuales

21

Eclipse

Uniformes

22

23

24

25

26

27

Eclipse
Vehículos
Institucionales
28

29

30

Eclipse
Merchandaising
Material POP
31

32

33

Eclipse

PUBLICACIONES

34

Página WEB

www.eclipse.ec

Fan_Page

CODIGO QR, Fan_Page

https://www.facebook.com/pages-EclipseTaller-Creativo/678777285565043?ref=aymt_homrpage_panel

35

Afiche

Formato A3
297mm X 420mm

Flyer

Formato A5
148mm X 210mm

36

Valla

37

2.04 ANÁLISIS FODA

Una vez realizado el Estudio de Mercado, se procede a desarrollar el análisis FODA siendo este una herramienta que nos facilitará el identificar la situación en la que se encuentre la empresa, facilitando un correcto análisis para obtener un diagnostico preciso, que permita tomar decisiones enfocadas en acercarnos a los objetivos antes formulados.

A continuación previo al desarrollo del análisis FODA, se explicara los componentes del mismo para entender de mejor manera el cómo se lo realiza.

Fortalezas: Son las habilidades y capacidades que posee la empresa en el mercado a más que permite identificar las diferentes actividades únicas a desarrollar para lograr una posición privilegiada frente a la competencia.

Oportunidades: Son aquellos factores positivos, beneficiosos y explotables; que se han encontrado una vez desarrollado el estudio de mercado. Y permitirán obtener ventajas competitivas.

Debilidades: Son aquellos factores negativos que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.

Amenazas: Son aquellas situaciones negativas extremas que pueden llegar a obstaculizar los logros de la empresa.

TABLA 14. ANÁLISIS FODA ECLIPSE "TALLER CREATIVO"

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
▪ Demanda de nuestros servicios. ▪ Precios competitivos. ▪ Variedad de servicios en un solo lugar ▪ Ubicación de la empresa ▪ Personal altamente calificado ▪ Único local especializado en diseño WEB, Multimedia y Publicitario a la vez en el sector ▪ Servicios enfocados a resultados.	▪ Posibilidad de expansión del mercado hacia el sector centro norte de la ciudad. ▪ Mercado con niveles de satisfacción bajos. ▪ Existencia de entidades prestamistas de dinero a bajas tasas de interés y grandes periodos de tiempo. ▪ Reducida existencia de empresas especializadas en diseño WEB y Multimedia
DEBILIDADES	AMENAZAS
▪ Posicionamiento inexistente al ser una empresa nueva en el mercado ▪ Existencia de varias empresas dedicadas a la impresión en gran y pequeño formato. ▪ Poca cobertura a la demanda de impresiones de gran formato y en materiales diferentes a los utilizados en la impresión laser.	▪ Competencia desleal ▪ Aumento de la competencia ▪ Inestabilidad económica del país ▪ Desconocimiento por parte de los clientes de la relación costo beneficio de los servicios profesionales de diseño que se ofrece al existir en el mercado mismos servicios de baja calidad y por con siguiente bajos precios.

Elaborado por: Victor Valencia

CAPÍTULO III

Estudio De Mercado

3.01 Análisis Del Consumidor

La investigación de mercado es estudio que enlaza al consumidor con el comercializador a través de la información; misma que se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del mercado.

En el presente capítulo se pretende implementar una investigación de mercado que facilite la identificación de las preferencias del target, lo cual permitirá formarse una idea clara de la factibilidad que tendrá el implementar una micro empresa que brinde los servicios de diseño web, multimedia y publicitario en el mercado.

Una vez identificadas las características básicas de los clientes potenciales, el estudio de mercado proveerá la información necesaria para estimar la demanda, así como la participación de mercado de la microempresa, los cuales son ejes fundamentales al momento de construir el flujo de caja proyectado para evaluar la factibilidad económica del proyecto. Así mismo los resultados que arroje este estudio permitirán delinear las estrategias más adecuadas para posicionar la empresa en el mercado.

3.01.01 Análisis De La Información

Para elaborar de forma correcta las diferentes técnicas que se utilizarán para recopilar información, se ha desarrollado los siguientes objetivos con el fin de

encaminar a un estudio correcto y concreto que arroje resultados validos para nuestro proyecto.

Objetivos de la Investigación

- Conocer las empresas que brinden servicios similares a los que se piensan implementar, a las cuales se considerara como la competencia directa.
- Analizar la oferta actual existente en cuanto a servicios de diseño web, multimedia y publicitario.
- Conocer el porcentaje de la demanda en el sector norte del D.M.Q.
- Conocer las preferencias del consumidor en cuanto a los servicios a implementar.
- Evaluar los niveles de satisfacción en cuanto a los servicios de diseño Web, Multimedia y publicitario ofertados actualmente en el D.M.Q.
- Analizar el factor tecnológico con el que cuenta la competencia.
- Conocer la factibilidad de implementar en el mercado del D.M.Q, una microempresa que brinde los servicios de diseño Web, Multimedia y Publicitario.
- Determinar el porcentaje de aceptación que tenga una microempresa que brinde los servicios de diseño Web, Multimedia y Publicitario en el sector de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro al norte del D.M.Q.

3.01.02 Determinación De La Población Y Muestra

La población es definida como el conjunto que representa todas las mediciones de interés para el estudio. Mientras que la muestra es un subconjunto de unidades del total, que permite inferir la conducta del universo en su conjunto.

Definición de la población objetiva

La población que se ha tomado en cuenta para la realización del presente estudio de mercado se concentra al sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, principalmente en las cercanías de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro que es el lugar proyectado para la implementación de la microempresa.

En base al último censo realizado por el INEC en el año 2010 se determinó que la población comprendida entre 20 a 49 años de edad fue 815147, dato el cual proyectado al 2014 será nuestro target en el D.M. de Quito

TABLA 15.POBLACIÓN QUITO POR RANGO DE EDAD

Población Distrito Metropolitano de Quito			
Por rangos de edad área # 17			
Grupos quinquenales de edad	**Sexo**		
	Hombre	**Mujer**	**Total**
De 20 a 24 años	83965	87361	171326
De 25 a 29 años	81615	86135	167750
De 30 a 34 años	70170	75095	145265
De 35 a 39 años	58788	65572	124360
De 40 a 44 años	50236	56617	106853
De 45 a 49 años	46195	53398	99593
TOTAL	**390969**	**424178**	**815147**

Fuente: INEC - CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010

Tomado en cuenta la tasa de crecimiento anual de la población.

TABLA 16.TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL ANUAL QUITO

TASA DE CRECIMIENTO ANUAL	
TCA Quito	2,42%

Fuente: INEC

Se puede proyectar que el número de habitantes para el año en curso (2014) es:

TABLA 17.TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL DE QUITO PROYECTADA 2014

TASA DE CRECIMIENTO	
197,266	ANUAL
PROYECTADO QUITO	
2014	**1604209**

Fuente: INEC

Elaborado por: Victor Valencia

Se ha considerado como target a la población comprendida entre 20 a 49 años de edad residente en el Distrito Metropolitano de Quito; no solo por ser esta ciudad a la cual esta direccionado nuestro proyecto, sino también por ser esta el centro político de la República, que alberga los principales organismos gubernamentales, culturales, financieros, administrativos y comerciales del país; ya que la mayoría de empresas transnacionales que trabajan en Ecuador tienen su matriz en el distrito metropolitano al igual que las matrices de la mayoría de los principales bancos del país. Así como también en capítulos anteriores mencionamos que Quito es la ciudad donde existe la mayor concentración de pymes en Ecuador con un 43,5%; donde el

comercio al Por Mayor es el sector que genera mayor ingreso tanto en pequeñas como en medianas empresas.

Segmentación de Mercado

Esta etapa tiene el objetivo de direccionar nuestro estudio a posibles consumidores del servicio que se pretende ofrecer, en referencia al sector donde se pretende implementar la microempresa.

El mercado meta está integrado principalmente por todas las pequeñas y medianas empresas, públicas y privadas del sector Norte del D.M.Q; que no han tenido una participación significativa en el mercado a falta de posicionamiento en el mismo así como también a todas aquellas personas que demanden nuestros servicios. Siendo así esta área nuestra población y grupo objetivo de estudio.

Segmentación Geográfica

Ciudad de Quito

- Sector Norte alrededores Av. De la Prensa y Vaca de Castro

TABLA 18.SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

EDAD	20 a 49 años
GÉNERO	Hombres y Mujeres
OCUPACIÓN	Estudiantes, Profesionales, Trabajadores, Otros
NIVEL EDUCATIVO	Secundaria, Universitaria, Post Grado.
NIVEL SOCIOECONÓMICO	Medio – Medio Alto
TOTAL DEL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	1604209

Fuente: INEC / ENEMDU

Elaborado por: Victor Valencia

Tamaño de la población

Para la determinación del tamaño de la muestra se considerara al total de la población comprendida entre 20 y 49 años de edad del Distrito Metropolitano de Quito correspondiente al año 2014, mientras que para la aplicación de la encuesta se considerara al sector norte del D.M.Q; específicamente a los alrededores de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro, que es el lugar donde se pretende implementar la microempresa.

Cálculo de la muestra

Para el cálculo adecuado de la muestra se utilizará la fórmula para Poblaciones finitas puesto que se cuenta con información estadística relevante obtenida del INEC; la fórmula para él para el cálculo será.

$$n = \frac{N * Z^2 (p * q)}{D^2 (N - 1) + Z^2 (p * q)}$$

Donde:

N: Tamaño de la muestra.

Z: Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95%.

p: Probabilidad de éxito.

q: Probabilidad de fracaso.

D: Máximo error permisible.

De igual manera con el fin de establecer acertadamente el número de encuestas a realizar, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 95% que nos arroja un 5% de error máximo permisible.

TABLA 19.NIVELES DE CONFIANZA PARA CÁLCULOS ESTADÍSTICOS

Intervalo de confianza	**Z**	D
90%	1,62	10%
91%	1,71	9%
92%	1,79	8%
93%	1,85	7%
94%	1,9	6%
95%	1,96	5%
96%	2,12	4%
97%	2,25	3%
98%	2,38	2%
99%	2,58	1%

Fuente: www.es.slideshare.net/1710170521/descriptiva-parte-1

De acuerdo a la tabla normal, el valor "Z" asociado a un nivel de confianza del 95% es de 1,96. Al no contar con información previa, es prudente suponer que la probabilidad que los consumidores potenciales compren este medicamento y sea del 50%, mientras que la probabilidad de fracaso "q" será 50%. Por otra parte el margen de error máximo permisible es del 5%. Resumiendo:

N = 1604209	(Población por rango de edad del DM Quito proyectada al 2014).
Z = 1,96	(Ya que el intervalo de confianza es del 95%).
p = 0,80	(Estableciendo como probabilidad de que el target haga uso de los servicios que se ofertan es del 80%).
q = 0,20	(Estableciendo como probabilidad de que el target no haga uso de los servicios que se ofertan es del 20%).
D = 0,05	(Error máximo permisible es de un 5%, puesto que el nivel de confianza es de un 95%).

Sustituyendo los datos en la ecuación antes mencionada, se obtiene:

$$n = \frac{1604209 * (1,96)^2 (0,90*0,10)}{(0,05)^2 (1604209-1)+(1,96)^2 (0,90*0,10)}$$

$$n = \frac{986036,87}{4011,14}$$

$$n = 245,82$$

$$n \cong 250$$

Se concluye, por tanto, que se deben de realizar no menos de 250 encuestas al target ya determinado, lo que garantizará en un 95% que los resultados obtenidos sean representativos de la población.

3.1.3 Técnicas De Obtención De Información

Con el fin de obtener información verídica que facilite la toma de decisiones para nuestro proyecto hemos elaborado la encuesta, obteniendo como resultado la cuantificación de la demanda insatisfecha; y la entrevista a propietarios o administradores de empresas que se considera son la competencia directa, donde se averiguo hechos, indicadores y directrices que complementan nuestra investigación.

Técnicas Primarias

Encuesta

Para obtener información necesaria para el desarrollo del proyecto, se ha diseñado una encuesta con la finalidad de conocer nuestra demanda, necesidades y deseos del consumidor, aplicando la técnica del cuestionario que estará dirigido a la muestra Poblacional antes obtenida del Distrito Metropolitano de Quito, y que se aplicará en los alrededores de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro. Con esto se obtuvieron datos que facilitaron el análisis y la cuantificación de la demanda insatisfecha existente; y con esto poder proyectar adecuadamente la demanda por el tipo de servicio que se piensa implementar.

Entrevista

Técnica aplicada para obtener información mediante el diálogo con propietarios o administradores de empresas que se considera son competencia directa, por brindar servicios semejantes a los que se pretende implementar ya sean estos, web y multimedia así como también publicitarios; esto se lo realizó con la finalidad de averiguar hechos, indicadores y directrices que complementa nuestra investigación permitiendo establecer conclusiones acertadas para el desarrollo del presente proyecto.

Secundarias

Corresponde a registros escritos de la misma índole o con temas relacionados, realizados anteriormente por otros investigadores, como por ejemplo publicaciones en línea, libros, y otros textos como proyectos de incubadora de empresas realizados anteriormente; así como también publicaciones del SRI, INEC, Banco Central, entre Otras.

Modelo De Encuesta Aplicada En La Investigación De Campo

Diseño de la Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

DISEÑO GRÁFICO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Quito Distrito Metropolitano 2015

Reciba un cordial saludo a la vez se le agradase por su colaboración.

Por favor seleccione una opción encerrando en un círculo la flecha según su criterio.

1.- ¿Qué nivel de estudios posee?

- Primaria
- Secundaria
- Universitaria
- Post grado

2.- ¿Tiene usted algún local preferido para realizar sus trabajos de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario?

- Si
- No

3.- ¿Estaría dispuesto a pagar por servicios de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario con la finalidad de incrementar sus ingresos?

- Si
- No

4.- ¿De cuál de estos servicios usted haría uso con la finalidad de incrementar sus ventas?

- Creación de una página WEB.
- Catálogo virtual de sus productos o servicios.
- Afiches, Volantes, Plegables (Dípticos, Trípticos, etc.)
- Diseño Corporativo (Logotipo, papelería, tarjetas de presentación, etc.)

5.- ¿Qué sería lo prioritario para usted al hacer uso del servicio de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario?

- Tiempo de entrega
- Precio Accesible
- Resultados a corto plazo

6.- ¿Con qué frecuencia ha utilizado usted los servicios de Diseño WEB, Multimedia o Publicitario?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Anualmente

7.- A su criterio, ¿Cómo considera usted la atención al cliente en el entorno del Diseño (locales de Diseño Gráfico, Imprentas, Agencias publicitarias, etc.)?

- Muy Bueno
- Bueno
- Malo

8.- **¿Qué servicios adicionales le gustaría que posea un Taller Creativo que ofrece los servicios de Diseño WEB, Multimedia o Publicitario, para su entera satisfacción?**

- Impresiones offset
- Impresiones digitales
- Diseño Editorial (Revistas, catálogos impresos, etc.)
- Gigantografías

9.- ¿Qué servicio utiliza o utilizaría mayoritariamente al acudir a un local especializado en Diseño WEB, Multimedia o Publicitario?

- Creación de una página WEB.
- Catálogo virtual de sus productos o servicios.
- Afiches, Volantes, Plegables (Dípticos, Trípticos, etc.)
- Diseño Corporativo (Logotipo, papelería, tarjetas puntuales, tarjetas de presentación, etc...)

10.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que llegue información acerca de nuestros servicios?

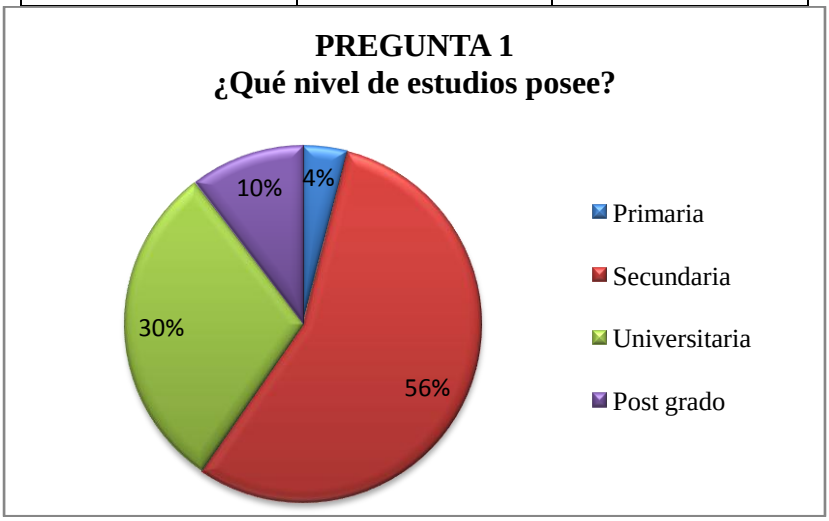
- Internet
- Volantes, Afiches, Plegables (Dípticos, Trípticos, etc.)
- TV, Radio, Prensa, Revistas
- Publicidad Móvil
- Vallas Publicitarias

Tabulación encuesta realizada en estudio de mercado sector de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro al norte del Distrito Metropolitano De Quito

Las encuestas fueron realizadas a un total de 250 personas en la ciudad de Quito, tal como se calculó en la muestra realizada anteriormente, y los resultados arrojados de la misma fueron los siguientes:

FIGURA 16. PREGUNTA N°1, ESTUDIO DE MERCADO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
PRIMARIA	10	4%
SECUNDARIA	139	56%
UNIVERSITARIA	75	30%
POST GRADO	26	10%
TOTAL	**250**	**100%**



Fuente: Encuesta realizada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Victor Valencia

Interpretación:

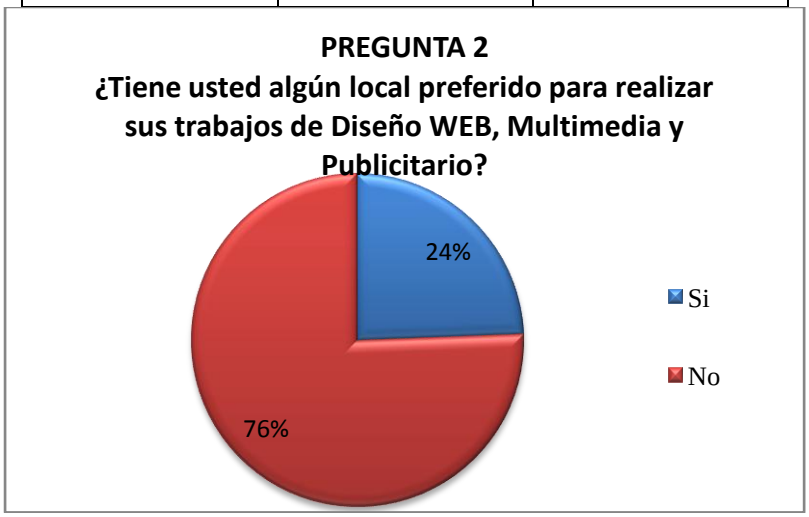
Se puede observar que de las 250 personas encuestadas en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito el 4% únicamente culminaron sus estudios primarios, el 56% han culminado la secundaria, el 30% tienen o cursan estudios universitarios y el 10% tiene título de cuarto nivel.

Análisis:

Mediante la aplicación de las encuestas se puede analizar que, el mayor porcentaje de población encuestada han culminado sus estudios secundarios y en bajo porcentaje tienen estudios superiores.

FIGURA 17. PREGUNTA N°2, ESTUDIO DE MERCADO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	61	24%
NO	189	76%
TOTAL	**250**	**100%**



Fuente: Encuesta realizada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Victor Valencia

Interpretación:

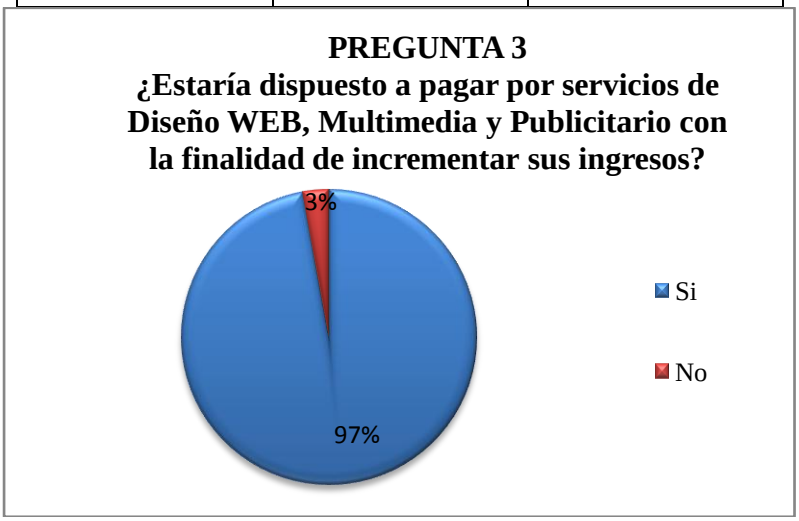
En el gráfico se observa que del 100% de la población encuestada, el 24% si tienen un lugar preferido donde realizar sus trabajos de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario y el 76% no tienen un lugar donde realizar sus trabajos de Diseño.

Análisis:

Se puede analizar que el 76% de las personas encuestadas no tienen un lugar donde se les pueda brindar estos servicios, es decir, que existe un alto porcentaje de personas que necesitan un lugar que brinde varios servicios como es el Diseño WEB, Multimedia y Publicitario.

FIGURA 18. PREGUNTA N°3, ESTUDIO DE MERCADO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	243	97%
NO	7	3%
TOTAL	**250**	**100%**



Fuente: Encuesta realizada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Victor Valencia

Interpretación:

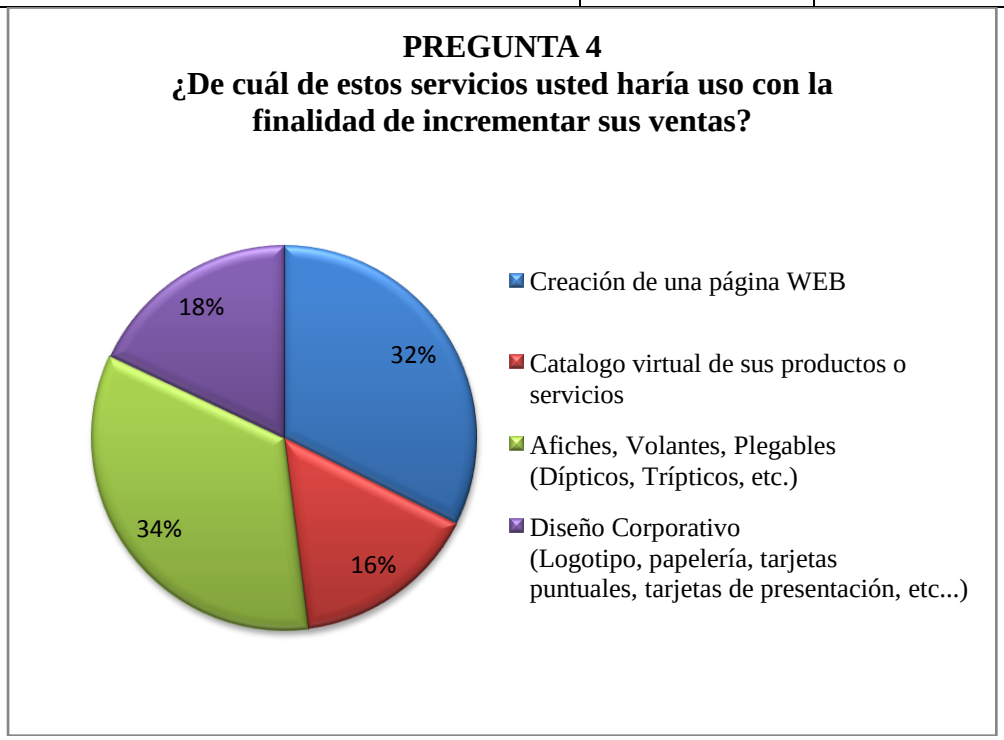
En el gráfico realizado se puede ver que el 97% del la población encuestada están dispuestos a pagar por los servicios de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario para incrementar sus ingresos y el 3% no pagarían por adquirir estos servicios.

Análisis:

Mediante la aplicación de las encuestas se analiza que el 97% de personas están dispuestas a realizar una inversión en estos servicios para mejorar sus ventas, es decir la apertura de una micro-empresa que brinde estos servicios ayudará al desarrollo del Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

FIGURA 19. PREGUNTA N°4, ESTUDIO DE MERCADO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
Creación de una página WEB	81	32%
Catálogo virtual de sus productos o servicios	39	16%
Afiches, Volantes, Plegables (Dípticos, Trípticos, etc.)	85	34%
Diseño Corporativo (Logotipo, papelería, tarjetas de presentación, etc...)	45	18%
TOTAL	**250**	**100%**



Fuente: Encuesta realizada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Victor Valencia

Interpretación:

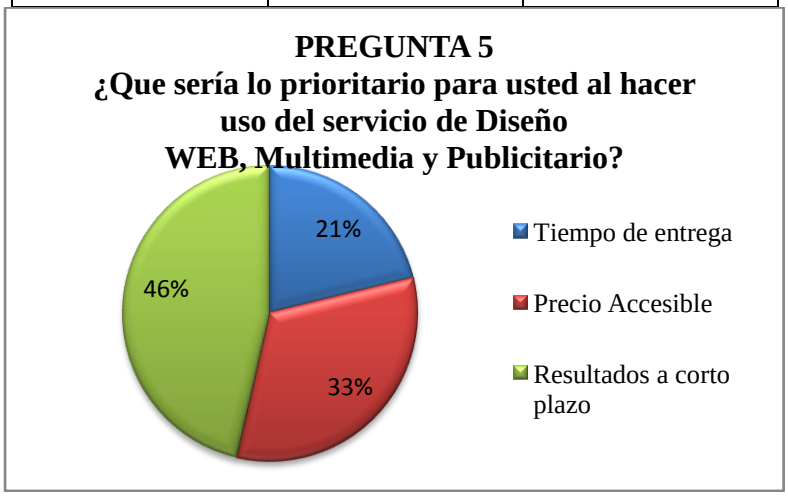
En el grafico se puede observar que el 32% de la población haría uso de la creación de una página WEB para incrementar sus ventas, el 16% utilizaría catálogos virtuales de los productos que ofertan, el 34% optarían por la creación de Afiches, Volantes, Plegables (Dípticos, Trípticos, etc.) y el 18% obtendrían los servicios de Diseño Corporativo (Logotipo, papelería, tarjetas de presentación, etc...)

Análisis:

Debido a la alta demanda de población que necesita estos servicios, se puede analizar que una micro empresa que brinde estos servicios sería de gran impacto para el sector y contribuiría a que la población incremente sus ingresos.

FIGURA 20. PREGUNTA N°5, ESTUDIO DE MERCADO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
Tiempo de entrega	53	21%
Precio Accesible	81	33%
Resultados a corto plazo	116	46%
TOTAL	**250**	**100%**



Fuente: Encuesta realizada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Victor Valencia

Interpretación:

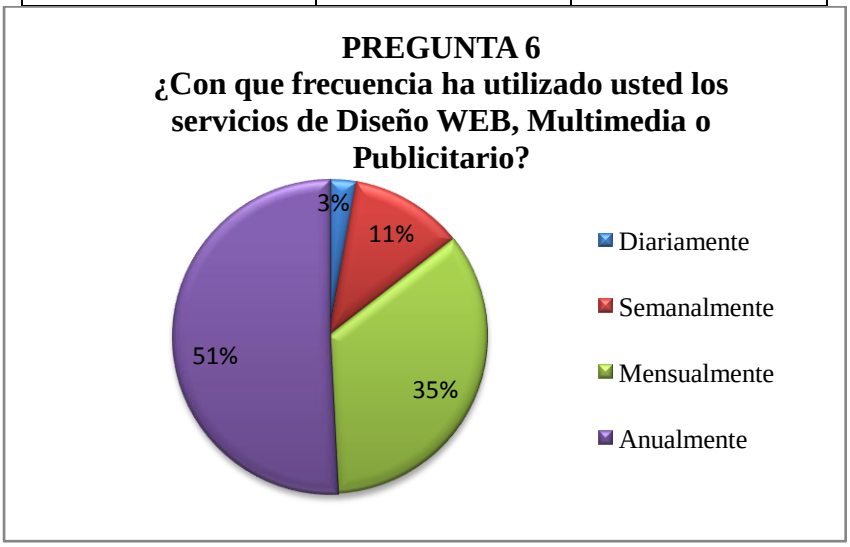
Se puede observar en el grafico realizado que del 100% de la población, el 46% espera resultados a corto plazo siendo esto de gran prioridad para ellos, el 33% optan por que los precios sean accesibles y el 21% prioriza el tiempo de entrega de sus trabajos.

Análisis:

La población encuestada da a conocer que necesitan una micro-empresa que les de la seguridad de que los servicios que adquieren les generen resultados de corto plazo, que tengan precios accesibles y se respeten tiempos de entrega.

FIGURA 21. PREGUNTA N°6, ESTUDIO DE MERCADO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
DIARIAMENTE	7	3%
SEMANALMENTE	29	11%
MENSUALMENTE	87	35%
ANUALMENTE	127	51%
TOTAL	**250**	**100%**



Fuente: Encuesta realizada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Victor Valencia

Interpretación:

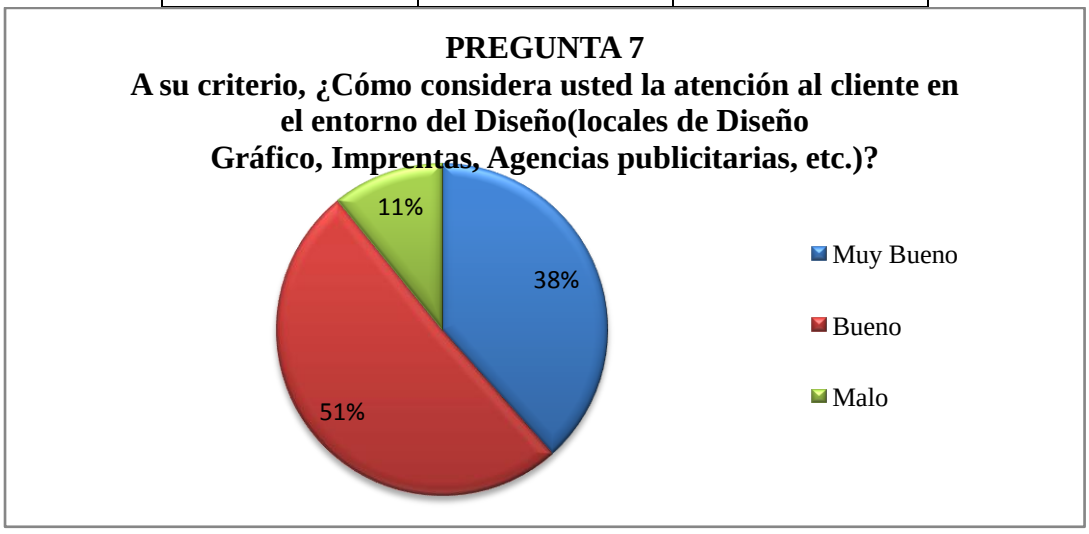
En el grafico se puede observar que la frecuencia de los servicios de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario son en un 51% utilizado anualmente, mientras que únicamente el 3% los utilizan diariamente, el 11% semanalmente y el 33% utiliza estos servicios mensualmente.

Análisis:

De la población total encuestada se analiza que el mayor porcentaje utilizan los servicios de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario mensualmente y anualmente, por lo que se puede identificar que existe una gran demanda de los nuestros servicios en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

FIGURA 22. PREGUNTA N° 7, ESTUDIO DE MERCADO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
MUY BUENO	96	38%
BUENO	127	51%
MALO	27	11%
TOTAL	**250**	**100%**



Fuente: Encuesta realizada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Victor Valencia

Interpretación:

De las personas encuestadas el 38% consideran que atención recibida en el entorno del diseño es muy buena, el 51% consideran que es buena y el 11% de la población considera que la atención recibida es mala.

Análisis:

Los datos de esta encuesta arrojan como resultado que el 51% de la población considera que la atención al cliente es buena, esto ayudará a que se tome muy en cuenta que la atención que se brinde sea de primera, ganando gran acogida de la clientela por el trato recibido.

FIGURA 23. PREGUNTA N° 8, ESTUDIO DE MERCADO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
Impresiones offset	55	22%
Impresiones digitales	98	39%
Diseño Editorial (Catálogos impresos, revistas)	14	6%
Gigantografías	83	33%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Encuesta realizada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Victor Valencia

Interpretación:

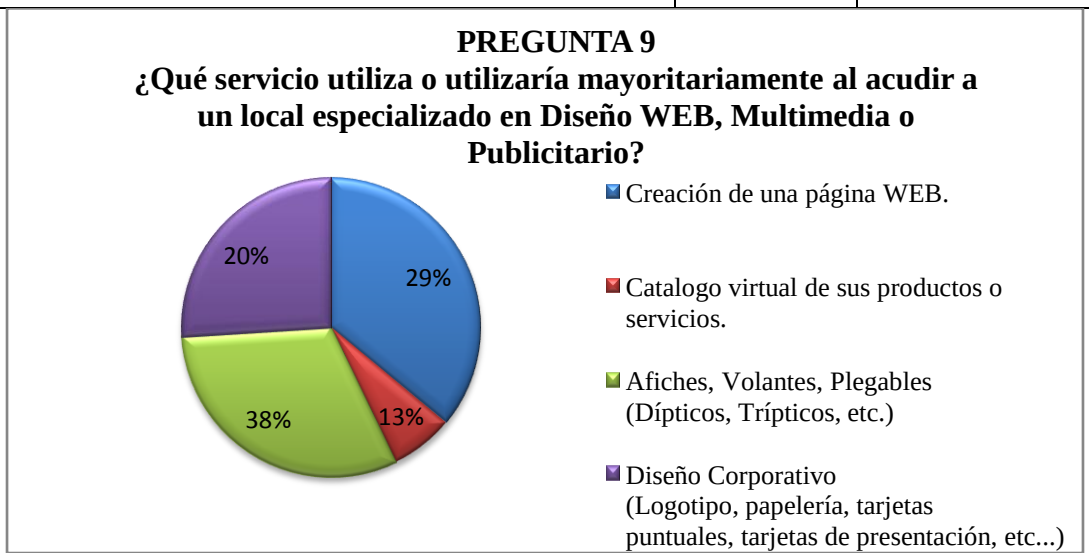
Como se observa en el grafico, la población encuestada preferiría que las micro-empresas de Diseño ofrezcan servicios adicionales siendo las impresiones digitales las más representativas en un 39%, las impresiones offset en un 22%, las Gigantografías en un 33% y el menos representativo con un 6% el Diseño Editorial.

Análisis:

En las encuestas realizadas se muestra un resultado del 33% de la población que necesita los servicios adicionales de Impresión Digital, además del Diseño WEB, Multimedia y Publicitario, es por eso que mediante la creación de esta micro-empresa se busca satisfacer las necesidades de la población del sector Norte.

FIGURA 24. PREGUNTA N°9, ESTUDIO DE MERCADO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
Creación de una página WEB	78	29%
Catálogo virtual de sus productos o servicios	23	13%
Afiches, Volantes, Plegables (Dípticos, etc.)	90	38%
Diseño Corporativo (Logotipo, papelería, tarjetas puntuales, tarjetas de presentación, etc...)	59	20%
TOTAL	**250**	**100%**



Fuente: Encuesta realizada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Victor Valencia

Interpretación:

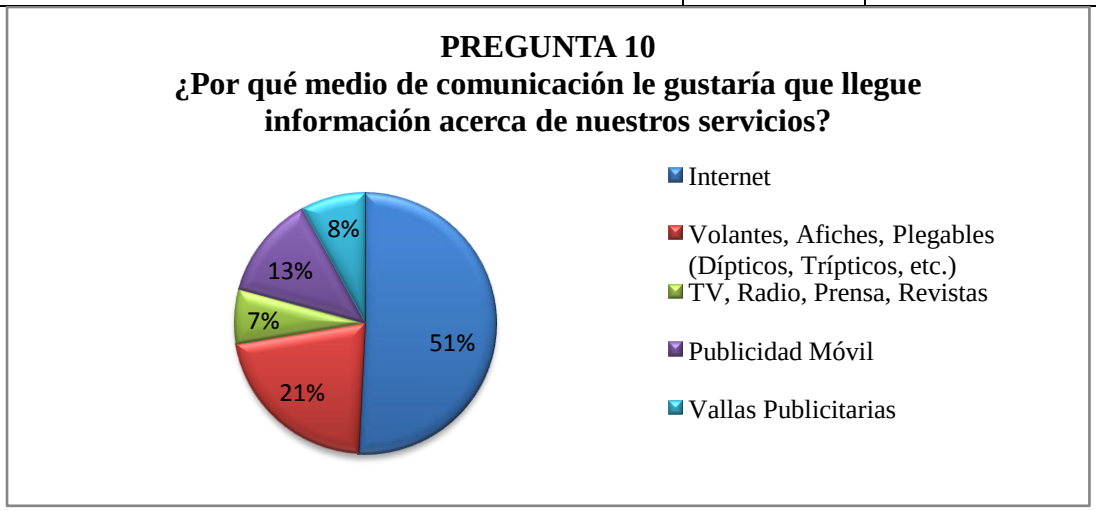
Del 100% de las personas encuestadas el 38% expresan que hacen uso o usarían mayoritariamente el servicio de diseño e impresión de afiches, volantes, plegables, etc. Mientras que el 29% optarían por diseño de páginas WEB, el 20% Diseño corporativo y el 13% Catálogos virtuales.

Análisis:

Podemos expresar que en su mayoría la población utilizaría nuestros servicios de diseño e impresión de afiches, volantes, plegables, etc. Con un representativo 38%, seguido del diseño de páginas web, Diseño corporativo y en un número menor catálogos virtuales al ser estos aún algo nuevo que se desea implementar no obstante existe la curiosidad por el mismo.

FIGURA25. PREGUNTA N°10, ESTUDIO DE MERCADO

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
Internet	127	51%
Volantes, Afiches, Plegables (Dípticos, etc.)	54	21%
TV, Radio, Prensa, Revistas	17	7%
Publicidad Móvil	32	13%
Vallas Publicitarias	20	8%
TOTAL	**250**	**100%**



Fuente: Encuesta realizada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Victor Valencia

Interpretación:

Como se evidencia en el gráfico el 51% de la población, prefiere recibir información de nuestros servicios vía internet, seguido por un 21% de la población que prefiere que sea por medios físicos como volantes, afiches, trípticos, dípticos etc., mientras en 13% de la población le gustaría informarse mediante publicidad móvil es decir anuncios en medios de transporte convencionales, el 8% mediante vallas publicitarias y el 7% mediante medios de comunicación masivos TV, Prensa, Radio, Revistas.

Análisis:

Se puede decir que en su gran mayoría es decir la mitad de la población prefiere recibir información mediante la internet, lo cual a más de ayudarnos a elegir la mejor forma de publicitar nuestra empresa, también fortalece nuestra justificación del proyecto al enfocarnos en brindar servicios de diseño WEB; Así mismo se puede evidencia que en un número menor pero no insignificante (21%), existe en la población el deseo de recibir información por medios físicos e impresos, y en valores menores por demás medios

Tabulación de entrevistas realizadas a propietarios de empresas de diseño que brindan servicios similares a los ofertados, en los alrededores de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro al norte del D.M.Q

Empresa: Área Digital

Dirección: Vaca de Castro Oe6-09 y Machala

¿Qué tipo de servicio ofrece?

Diseño Gráfico, Impresiones, ploteos, copias.

¿Con qué frecuencia la población demanda o hacen uso de sus servicios?

Diariamente, siempre tenemos clientes por que ofrecemos varios servicios

¿Cree usted que los precios que maneja son competitivos en el mercado?

Si porque son precios accesibles

¿En base a qué factores determina el precio de sus servicios?

De acuerdo al trabajo que se realiza, tiempo, volúmen etc...

¿De los servicios que su empresa ofrece; en cuál se puede considerar que es especializada?

En impresión digital porque contamos con equipos nuevos.

¿Cómo satisface la demanda del servicio de Diseño WEB, Multimedia y publicitario?

El diseño de páginas web lo realizamos en conjunto con la empresa STYLO "servicios informáticos" que nos da soporte técnico a las computadoras, nosotros diseñamos las plantillas, se las enviamos y ellos realizan la parte de la codificación y la sube a la web "cabe recalcar que nos supieron indicar que el precio se incrementa un poco por el hecho de no realizar el trabajo completo ellos mismo", no realizamos diseño multimedia, y en cuanto a publicitario diseñamos e imprimimos tarjetas flyers dípticos etc.

¿Cuánto tiempo lleva su empresa en el mercado ofreciendo estos servicios?

2años 4 meses

Empresa: DABEL SOLUCIONES

Dirección: Av. De la Prensa N58-159 y Vaca de Castro

¿Qué tipo de servicio ofrece?

Diseño de tarjetas de presentación, flyers, servicio de imprenta, sublimado, servicios contable, asistencia técnica, tecnológica y mantenimiento de computadoras.

¿Con qué frecuencia la población demandan o hacen uso de sus servicios?

Frecuentemente, diría que a diario.

¿Cree usted que los precios que maneja son competitivos en el mercado?

Si por que están acordes a los de las otras empresas

¿En base a qué factores determina el precio de sus servicios?

El tiempo, materiales, volúmen de compra

¿De los servicios que su empresa ofrece; en cuál se puede considerar que es especializada?

En ninguno en específico por que en todos los servicios que ofrecemos los realizamos con calidad.

¿Cómo satisface la demanda del servicio de Diseño WEB, Multimedia y publicitario?

Ofrecemos el servicio técnico, tecnológico y mantenimiento de computadoras, dentro de este se realizan páginas WEB también.

¿Cuánto tiempo lleva su empresa en el mercado ofreciendo estos servicios?

3 Años 2 meses en el mercado, aunque tan solo 1año en esta ubicación, la anterior era sobre la Av. Del Maestro y Prensa

EMPRESA: DIGITAL PRINT

DIRECCIÓN: Vaca de Castro Oe43-70 y Av. de la Prensa

¿Qué tipo de servicio ofrece?

Publicitario básicamente, se realiza impresiones de gran formato en lonas, viniles, microperforados, además también de afiches, colgantes, adhesivos, se realizan exhibidores, paneles, banderolas, vallas, rótulos, Dumies, letras 3D, Displays, Etc.

¿Con qué frecuencia la población demandan o hacen uso de sus servicios?

A diario, hay clientes bastante frecuentes en cuanto a volantes, tarjetas etc.

¿Cree usted que los precios que maneja son competitivos en el mercado?

Si por que ofrecemos un servicio de calidad, y el cliente entiende eso.

¿En base a qué factores determina el precio de sus servicios?

Al volúmen de compra básicamente, para lo cual se arma paquetes que sean convenientes para nuestros clientes.

¿De los servicios que su empresa ofrece; en cuál se puede considerar que es especializada?

En impresiones de gran formato

¿Cómo satisface la demanda del servicio de Diseño WEB, Multimedia y publicitario?

No brindamos ese servicio

¿Cuánto tiempo lleva su empresa en el mercado ofreciendo estos servicios?

4 Años aproximadamente.

Análisis De Las Entrevistas

Una vez realizada esta técnica de investigación que ha servido para obtener información muy importante para el desarrollo del presente proyecto.

Se ha obtenido la frecuencia de la demanda de diferentes servicios, factores de análisis para calcular el precio, y demandas insatisfechas.

Con ello se ha obtenido el siguiente Análisis FODA

TABLA 20. ANÁLISIS FODA DE ENTREVISTAS APLICADAS EN EL ESTUDIO DE MERCADO

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
▪ Demanda existente de nuestros servicios ▪ Servicios múltiples en solo sitio ▪ Servicios enfocados a resultados ▪ Sector de la Av. De la Prensa y Vaca de Castro, es bastante comercial	▪ Generar servicios WEB de alta calidad ▪ Posibilidad de abarcar gran parte del mercado al no existir en el sector empresas especializadas en los mismos servicios que los nuestros
DEBILIDADES	AMENAZAS
▪ Existencia de empresas de impresión. ▪ Empresas que llevan varios años en el sector.	▪ Competencia Desleal

Fuente: Entrevistas realizadas a propietarios de empresas de diseño
Elaborado por: Victor Valencia

Evaluación De La Información

Encuestas.- Una vez realizada la técnica de la encuesta para nuestro estudio de mercado en el sector de la Av. De La Prensa y Vaca de Castro al norte del D.M.Q, se realizó un estudio diagnostico sobre la información obtenida lo cual permitió identificar que en la actualidad existe una necesidad insatisfecha en cuando al diseño de páginas web, así como también se pudo identificar las oportunidades y amenazas que deberán ser tomadas en cuenta para la toma de decisiones.

Entrevistas.- Esta técnica se la aplicó a los propietarios de las diferentes empresas existentes en el sector de la Av. De La Prensa y Vaca de Castro al norte del D.M.Q, las cuales ofrecen servicios similares a los que se pretende implementar, motivo por el cual se las considerara como la competencia directa. No obstante cabe mencionar que no se ha encontrado en el sector, empresas especializadas en los mismos servicios que ofrecemos como Diseño Web y Multimedia y Publicitario; no obstante encontramos que existen varias que ofrecen el servicio de impresión en gran formato e impresión digital, y dentro de sus varios servicios encontramos servicios de diseño, pero sin ser estos de mayor significancia, por lo que para el presente estudio se ha tomado en cuenta a las empresas más cercanas y referenciadas del sector; esta técnica permitió identificar factores como la frecuencia de demanda de los diferentes servicios así como también, permitió establecer que existen demandas insatisfechas en el sector, además se identificó factores internos del cómo funcionan las diferentes empresas competencia, fortalezas y debilidades, que resulta de gran utilidad ya que permiten justificar la viabilidad del proyecto.

Identificación Del Problema Diagnóstico

Una vez analizada la información obtenida mediante las diferentes técnicas de investigación científica (encuestas, entrevistas) utilizadas para la investigación de mercado; se ha recopilado información relevante mediante la cual y con el sustento de la misma expresada en el análisis realizado; se puede expresar que en sector de la Av. De La Prensa y Vaca de Castro al norte del Distrito Metropolitano de Quito, no existe una empresa especializada en Diseño WEB, Multimedia y Publicitario, que ofrezca estos servicios de manera centralizada y con calidad enfocada a resultados. Así como también se puede evidenciar que existe una serie de factores negativos que se pueden mejorar para incrementar los niveles de satisfacción del mercado en cuanto a los servicios de Diseño.

3.02 Oferta

3.02.01 Oferta Histórica

En la ciudad de Quito en el campo gráfico ha existido desde hace mucho tiempo varias empresas dedicadas principalmente a la imprenta y concentradas en el sector centro del distrito metropolitano conociendo así al sector con él sobre nombre de barrio gráfico.

Con el paso del tiempo y la evolución de las técnicas y la tecnología se ha evidenciado una evolución constante en el campo grafico al cual se ha insertado diversa maquinaria digital y mecánica lo que ha permitido una expansión de los negocios que ofrecen servicios gráficos. Encontrando en la actualidad regados por

varios lugares de la ciudad diferentes locales que ofrecen servicios de diseño e impresión en pequeños y grandes formatos.

3.02.02 Oferta Actual

Al ser la primera empresa especializada en Diseño Web, Multimedia y publicitario en el sector de la Av. De La Prensa y Vaca de Castro al norte del Distrito Metropolitano de Quito, no podemos determinar servicios de la misma calidad que se pretende implementar y menos aún en diseño multimedia orientado a la publicidad. Por lo que se dará a conocer los diferentes servicios ofertados por las empresas a las que consideramos nuestra competencia directa.

Área Digital

Esta empresa lleva en el mercado 2 años 4 meses aproximadamente y se ha posicionado en el mismo ofreciendo los siguientes servicios.

Diseño Gráfico

Centro de copiado

Ploteos

Tarjetas de presentación

Impresiones laser

Diseño de páginas web (indirectamente).

Diseño e impresión de afiches

Diseño e impresión de flyers

Diseño e impresión de brochures

Davel Soluciones

Esta empresa lleva en el mercado 3 años 2 meses aproximadamente, y pese a que no siempre se ha encontrado en el mismo lugar sino que por situaciones adversas se ha visto forzada a cambiar de domicilio, esta es referenciada por personas de lugar, los servicios que esta ofrece son:

Diseño de tarjetas de presentación

Flyers

Servicio de imprenta

Sublimado

Servicios contables

Asistencia técnica, tecnológica y mantenimiento de computadoras.

Además indirectamente también ofrece los servicios de: Instalación y configuración de cámaras IP, Redes LAN, Hardware y Software.

Digital Print

Esta empresa especializada en publicidad impresa, lleva en el mercado aproximadamente 4 años, con el paso del tiempo ha crecido y mejorado sus servicios, obteniendo maquinaria nueva lo que le ha permitido expandir su gama de productos que ofrece, los cuales son:

Impresiones de gran formato en lonas, viniles, microperforados,

Afiche

Colgantes

Adhesivos

Exhibidores

Paneles

Vallas

Rótulos

Dumies

Letras 3D

Servicio de corte laser

Pvc Impreso

Roll-ups

Displays, Etc.

3.02.03 Oferta Proyectada

Debido a la actual situación del país es importante tener en cuenta los factores sobre los cuales nos podemos apoyar para crecer como empresa, uno de estos es el cambio de la matriz productiva que incentiva a que la mayor parte de la producción de todo bien y servicio sea de producción nacional por lo que la demanda por los diversos servicios de diseño grafico han crecido.

Para proyectar una oferta admisible se analizará en base a la información obtenida en el estudio de mercado para lo cual se tomará como referencia la pregunta 6,7 y 8 de la encuesta antes realizada.

FIGURA 21. PREGUNTA N°6, ESTUDIO DE MERCADO
¿Con qué frecuencia ha utilizado usted los servicios de Diseño WEB, Multimedia o Publicitario?

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
DIARIAMENTE	7	3%
SEMANALMENTE	29	11%
MENSUALMENTE	87	35%
ANUALMENTE	127	51%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Tomada de la encuesta realizada en el sector Norte del D.M.Q.
Elaborado por: Victor Valencia

Los datos muestran que existe un alto porcentaje de personas que hacen uso frecuente de los servicios de diseño lo que permite interpretar que al implementar nuestra empresa, contaríamos con una población que demanda periódicamente de nuestros servicios.

FIGURA 22. PREGUNTA N° 7, ESTUDIO DE MERCADO
A su criterio, ¿Cómo considera usted la atención al cliente en el entorno del Diseño (locales de Diseño Gráfico, Imprentas, Agencias publicitarias, etc.)?

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
MUY BUENO	96	38%
BUENO	127	51%
MALO	27	11%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Tomada de la encuesta realizada en el sector Norte del D.M.Q.
Elaborado por: Victor Valencia

Los datos reflejan un nivel intermedio de satisfacción en cuanto a los servicios gráficos ofrecidos en el mercado; Factor que como empresa trataremos de mejorar mediante personal capacitado en atención al cliente, y brindando un servicio personalizado para el confort de nuestros clientes.

FIGURA 23. PREGUNTA N° 8, ESTUDIO DE MERCADO
¿Qué servicios adicionales le gustaría que posea un Taller Creativo que ofrece los servicios de Diseño WEB, Multimedia o Publicitario, para su entera satisfacción?

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
Impresiones offset	55	22%
Impresiones digitales	98	39%
Diseño Editorial (Catálogos impresos, revistas)	14	6%
Gigantografías	83	33%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Tomada de la encuesta realizada en el sector Norte del D.M.Q.
Elaborado por: Victor Valencia

Se puede observar y respaldar la información anterior de que existe una demanda latente por servicios de diseño, siendo los de impresión digital por los que el grupo objetivo tiene preferencia. Razón por la cual se lo implementará a los servicios que la empresa ofrece, mismo que se complementara con el servicio de diseño Publicitario que ya ofrecemos permitiendo así imprimir nuestros trabajos directamente y evitando que el cliente se traslade de un lugar a otro.

3.03 Productos Sustitutos

3.03.01 Oferta Histórica

En la ciudad de Quito desde hace mucho tiempo se evidencia varias empresas dedicadas principalmente a la imprenta ófset y se encuentran concentradas en el sector centro llamado barrio gráfico en el centro del distrito metropolitano. Con el paso del tiempo y la evolución de las técnicas y la tecnología se ha evidenciado una evolución constante en el campo grafico al cual se ha insertado diversa maquinaria digital y mecánica lo que ha permitido una expansión de los negocios que ofrecen servicios gráficos. Encontrando en la actualidad regados por varios lugares de la ciudad diferentes locales que ofrecen servicios de diseño e impresión en pequeños y grandes formatos.

Las empresas más conocidas y antiguas en el campo gráfico en el sector donde se pretende implementar nuestros servicios son:

TABLA 21. UBICACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS GRÁFICOS CON AÑOS DE ANTIGÜEDAD

NOMBRE	UBICACIÓN
Digital Print	Vaca de Castro Oe43-70 y Av. de la Prensa
Dabel Soluciones	Av. De la Prensa N58-159 y Vaca de Castro

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Victor Valencia

3.03.02 Oferta Actual

Con el pasar del tiempo y el evidente crecimiento de la demanda de servicios de diseño, han aparecido nuevas empresas que ofrezcan estos servicios. A continuación se presenta una lista con empresas del sector donde se pretende implementar la empresa, que a nuestra consideración para nuestro estudio son consideradas empresas sustitutas.

TABLA 22. UBICACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS GRÁFICOS AL 2014

NOMBRE	UBICACIÓN
COPY CLIP centro digital	Vaca de Castro y Av. De La Prensa
AsisTe CH	Machala y Vaca de Castro
STYLO & DESIGN	Machala y Vaca de Castro
PRINT ONE	Fernando Salvador y Machala
CREATIVOS ON	PSJ. S/N y Rafael Arellano

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Victor Valencia

Los servicios generales que ofrecen estas empresas son:

Diseño Grafico, Imprenta, Publicidad, Impresión Digital

Empastados

Anillados

Espiralados

Encuadernación

Facturas

Tarjetas de presentación

Flyers

Dípticos, trípticos

Material POP

Sublimado

Impresión en formatos pequeños

Impresión en CD

Diseño Grafico, etc.

3.03.03 OFERTA PROYECTADA PRODUCTOS SUSTITUTOS

En norte del Distrito Metropolitano de Quito específicamente en el sector de la Av. De La Prensa y Vaca de Castro que es lugar proyectado para la implementación de la empresa Eclipse "Taller Creativo", existen establecimientos que ofrecen servicios similares a los que se pretenden implementar, aunque no iguales en diferentes aspectos como calidad, comodidad, entre otros.

Después de haber realizado la investigación de campo, podemos determinar que pese a que ofrecen diversos servicios gráficos, aún o logran satisfacer por completo todas las demandas existentes como por ejemplo un adecuado diseño WEB.

Para poder realizar un análisis correcto en este punto se toma como referencia la pregunta 2, 5 y 8 de la encuesta realizada en el estudio de mercado.

FIGURA 17. PREGUNTA N°2, ESTUDIO DE MERCADO
¿Tiene usted algún local preferido para realizar sus trabajos de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario?

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	61	24%
NO	189	76%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Tomada de la encuesta realizada en el sector Norte del D.M.Q.
Elaborado por: Victor Valencia

Como se puede evidencia los datos nos indican que la mayoría de la población no tiene un lugar de su preferencia para realizar sus trabajos en el campo gráfico por lo que la implementación de nuestra empresa no solo está enfocada en cubrir esta demanda sino que también en superar los servicios ya ofrecidos por otras entidades y absorber esa demanda que estos cubren.

FIGURA 20. PREGUNTA N°5, ESTUDIO DE MERCADO
¿Qué sería lo prioritario para usted al hacer uso del servicio de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario?

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
Tiempo de entrega	53	21%
Precio Accesible	81	33%
Resultados a corto plazo	116	46%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Tomada de la encuesta realizada en el sector Norte del D.M.Q.
Elaborado por: Victor Valencia

Como indica la estadística la mayoría de la población ubica en primer lugar de sus prioridades a los resultados a corto plazo seguido de precios accesibles, lo cual existe un desfase en cuanto a estos aspectos por diferentes factores que ya hemos identificado uno de estos es el no realizar directamente en los servicios de Diseño Web lo que incrementa los precios de los mismos y al mismo causa insatisfacción en los clientes

FIGURA 23. PREGUNTA N° 8, ESTUDIO DE MERCADO
¿Qué servicios adicionales le gustaría que posea un Taller Creativo que ofrece los servicios de Diseño WEB, Multimedia o Publicitario, para su entera satisfacción?

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
Impresiones offset	55	22%
Impresiones digitales	98	39%
Diseño Editorial (Catálogos impresos, revistas)	14	6%
Gigantografías	83	33%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Tomada de la encuesta realizada en el sector Norte del D.M.Q.
Elaborado por: Victor Valencia

Así también se puede evidenciar que existe una demanda por servicios de impresión digital en su mayoría, que como empresa estamos dispuestos a incrementar estos en los servicios que brindamos que además se complementan con nuestros servicios de Diseño publicitario ya que se podrá imprimir internamente los trabajos realizados y así ofrecer un servicio completo y de calidad e incrementar los niveles de satisfacción en nuestros clientes.

3.04 Demanda

3.04.01 Demanda Histórica

Para la elaboración de la demanda histórica se ha tomado como referencia datos económicos de las empresas que consideramos nuestra competencia directa en el sector, obtenidos extraoficialmente.

Se procede a realizar un análisis mediante el cálculo de la tasa de crecimiento considerando los ingresos netos de cada empresa, reflejados al final de cada año.

TABLA 23. TASA DE CRECIMIENTO COMPETENCIA HISTÓRICA, INGRESOS NETOS AÑOS 2011, 2012, 2013

Área Digital		Dabel Soluciones		Digital Print	
Año	**Ingresos Netos**	**Año**	**Ingresos Netos**	**Año**	**Ingresos Netos**
2011	10000	2011	9000	2011	13000
2012	12000	2012	10000	2012	17000
2013	13000	2013	11000	2013	18000

$$TC = \left(\binom{S}{P}^{1/n} \rightarrow -1\right) * 100$$

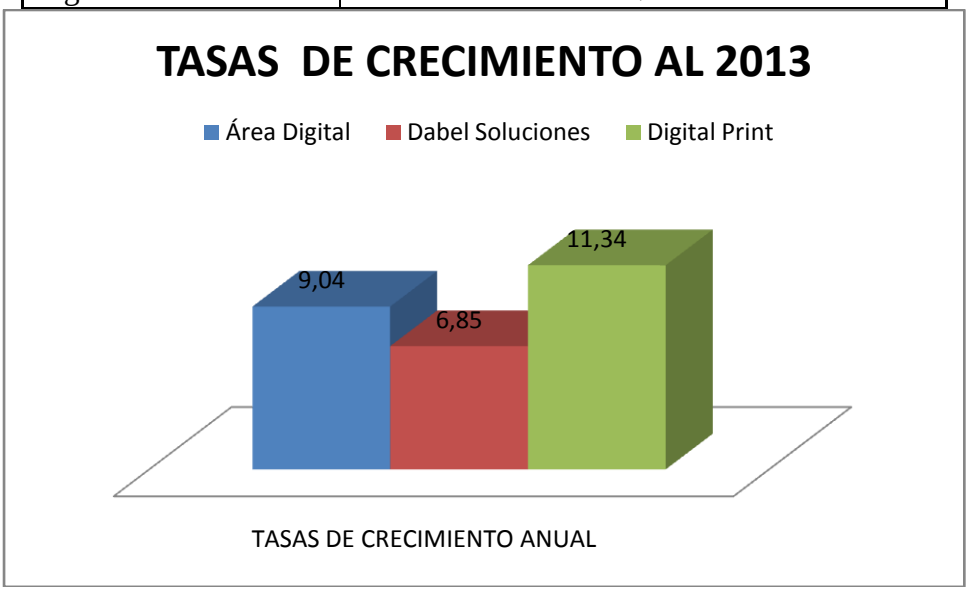
$\left(\binom{13000}{10000}^{1/3} \rightarrow -1\right) * 100$	$\left(\binom{11000}{9000}^{1/3} \rightarrow -1\right) * 100$	$\left(\binom{18000}{13000}^{1/3} \rightarrow -1\right) * 100$
TC= 9,04	**TC= 6,85**	**TC= 11,34**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Victor Valencia

Como se puede observar en los cálculos realizados DIGITAL PRINT es la empresa que presenta un porcentaje mayor en cuanto a crecimiento anual presentando un porcentaje de 11,34%, seguido por ÁREA DIGITAL con un 9,04%, y en menor porcentaje pese a que tiene más tiempo en el mercado que área digital encontramos con una tasa de crecimiento anual a DABEL SOLUCIONES con 6,85% lo cual según la investigación realizada se puede deber a que la empresa Dabel Soluciones hace más o menos un año se vio forzada a cambiar de domicilio dentro del sector.

FIGURA 26. TASA DE CRECIMIENTO INGRESOS NETOS CONSOLIDADOS AL AÑO 2013

TASAS DE CRECIMIENTO CONSOLIDADO AÑOS 2011, 2012, 2013	
EMPRESA	**TASA DE CRECIMIENTO ANUAL**
Área Digital	9,04
Dabel Soluciones	6,85
Digital Print	11,34



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Victor Valencia

Como se puede apreciar en los gráficos anteriores DIGITAL PRINT es la empresa que tiene un mayor índice de crecimiento en cuanto a ingresos, lo que quiere decir que sus servicios son los más demandados en el mercado, a esta le sigue ÁREA DIGITAL que pese a tener menos tiempo en el mercado que DABEL SOLUCIONES, presenta una tasa de crecimiento mayor que esta.

3.04.02 Demanda Actual

Para el siguiente análisis se tomará al mismo grupo de entidades y de igual manera se determinará su tasa de crecimiento, pero con el detalle actualizado al año actual, es decir se calculará sus ingresos netos hasta diciembre del 2014; de la misma forma que la información anterior esta se la obtuvo de forma no oficial por parte del personal contable de las empresas.

TABLA 24. TASA DE CRECIMIENTO COMPETENCIA ACTUAL INGRESOS NETOS AÑOS 2011, 2012, 2013

Área Digital		Dabel Soluciones		Digital Print	
Año	**Ingresos Netos**	**Año**	**Ingresos Netos**	**Año**	**Ingresos Netos**
2011	10000	2011	9000	2011	13000
2012	12000	2012	10000	2012	17000
2013	13000	2013	11000	2013	18000
2014	14000	2014	12500	2014	19000

$$TC = \left(\left(\frac{S}{P}\right)^{\frac{1}{n}} \rightarrow -1\right) * 100$$

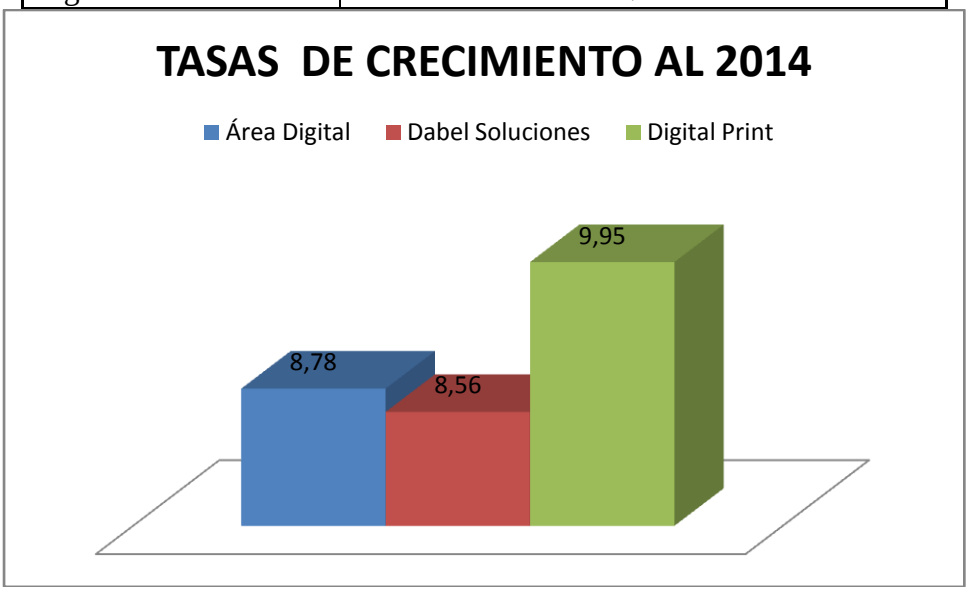
$\left(\left(\frac{14000}{10000}\right)^{\frac{1}{4}} \rightarrow -1\right) * 100$	$\left(\left(\frac{12500}{9000}\right)^{\frac{1}{4}} \rightarrow -1\right) * 100$	$\left(\left(\frac{19000}{13000}\right)^{\frac{1}{4}} \rightarrow -1\right) * 100$
TC= 8,78	**TC= 8,56**	**TC= 9,95**

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Victor Valencia

Los datos obtenidos reflejan que en este último año las entidades en estudio han presentado un equilibrio en cuanto a la demanda de sus servicios siendo ÁREA DIGITAL Y DABEL SOLUCIONES quienes han experimentado un crecimiento promedio en el volúmen de sus ventas y por consiguiente en sus ingresos netos, mientras que DIGITAL PRINT quien ha crecido periódicamente en el mercado, pese a haber reflejado en este año ingresos mayores que los del año anterior, refleja que su tasa de crecimiento se redujo en relación a la del año anterior.

FIGURA 27. TASA DE CRECIMIENTO INGRESOS NETOS CONSOLIDADOS AL AÑO 2014

TASAS DE CRECIMIENTO CONSOLIDADO AÑOS 2011, 2012, 2013, 2014	
EMPRESA	**TASA DE CRECIMIENTO ANUAL**
Área Digital	8,78
Dabel Soluciones	8,56
Digital Print	9,95



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Victor Valencia

Se puede afirmar que DIGITAL PRINT pese a haber disminuido su tasa de crecimiento anual sigue siendo la empresa más representativa en cuanto a ingresos y demanda de sus servicios, en comparación a las demás; a esta la sigue ÁREA DIGITAL que ha tenido un desarrollo paulatino y maneja una tasa de crecimiento anual de un 8,56% el cual es bastante alto en referencia de su tiempo en el mercado.

3.04.03 Demanda Proyectada

Según la información recopilada por las encuestas en el estudio de mercado realizado, se tomará la pregunta número 3 y 5 para el presente análisis.

FIGURA 18. PREGUNTA N°3, ESTUDIO DE MERCADO
¿Estaría dispuesto a pagar por servicios de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario con la finalidad de incrementar sus ingresos?

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	243	97%
NO	7	3%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Tomada de la encuesta realizada en el sector Norte del D.M.Q
Elaborado por: Victor Valencia

FIGURA 20. PREGUNTA N°5, ESTUDIO DE MERCADO
¿Qué sería lo prioritario para usted al hacer uso del servicio de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario?

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
Tiempo de entrega	53	21%
Precio Accesible	81	33%
Resultados a corto plazo	116	46%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Tomada de la encuesta realizada en el sector Norte del D.M.Q
Elaborado por: Victor Valencia

Como se puede observar en los datos obtenidos mediante el estudio de mercado el 97% de la población muestra que está dispuesta a pagar por nuestros servicios a fin de incrementar sus ventas lo que justifica la implementación de dichos servicios que conjuntamente con los factores identificados en la pregunta 5, se puede expresar que para cubrir la demanda existente en el mercado se debe prestar servicios de calidad diseñados de manera adecuada a fin de generar resultados a corto plazo, brindar servicios directos que además se complementen unos con otros para manejar precios accesibles y adecuados tiempos de entrega.

3.05 Balance Oferta-Demanda

3.05.01 Balance Actual

Según la información analizada anteriormente se puede llegar a la conclusión de que la oferta existente en el mercado por parte de la competencia mantiene una tendencia de crecimiento, pero pese a eso se puede también evidenciar que existe una demanda aún insatisfecha en cuanto a los servicios de Diseño WEB, Multimedia y publicitario; esto debido a que existen pocos lugares que ofrecen en estos servicios y no lo hacen de manera especializada, así como también diferentes entidades ofrecen servicios diferentes y no todos a la vez, lo que genera ciertos niveles de insatisfacción en los usuarios al tener que trasladarse de un lugar a otro para cubrir sus necesidades por completo incrementado así los valores que pagan por estos. Lo cual es de vital importancia para nuestra empresa pues lo que se intenta es implementar son varios servicios en solo lugar.

3.05.02 Balance Proyectado

Para el análisis del balance de oferta-demanda proyectado se tomará en referencia las preguntas 2 y 6 de la encuesta del estudio de mercado antes realizado.

FIGURA 17. PREGUNTA N°2, ESTUDIO DE MERCADO
¿Tiene usted algún local preferido para realizar sus trabajos de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario?

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	61	24%
NO	189	76%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Tomada de la encuesta realizada en el sector Norte del D.M.Q
Elaborado por: Victor Valencia

La meta de nuestra empresa será cubrir el 76% de la población que no tiene un lugar preferido para realizar sus trabajos de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario, así como también tomar un porcentaje de la población que si lo tiene que como nos muestra la información de la pregunta 6 de nuestra encuesta muestra que.

FIGURA 21. PREGUNTA N°6, ESTUDIO DE MERCADO
¿Con qué frecuencia ha utilizado usted los servicios de Diseño WEB, Multimedia o Publicitario?

VARIABLE	NÚMERO	PORCENTAJE
DIARIAMENTE	7	3%
SEMANALMENTE	29	11%
MENSUALMENTE	87	35%
ANUALMENTE	127	51%
TOTAL	**250**	**100%**

Fuente: Tomada de la encuesta realizada en el sector Norte del D.M.Q
Elaborado por: Victor Valencia

Existe una demanda latente en diversos porcentajes tanto anual, mensual y semanalmente y nuestro objetivo será cubrir la demanda existente del mercado e incentivar al mismo tiempo un consumo más frecuente de nuestros servicios mediante promociones, descuentos etc.

CAPÍTULO IV

Estudio Técnico

4.01 Tamaño Del Proyecto

El tamaño del proyecto dependerá de la capacidad de la empresa para realizar todas sus actividades con un máximo de operatividad.

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de la infraestructura necesaria para ofrecer nuestros servicios.

Para implementar nuestro sistema de trabajo es necesaria la adquisición de recursos tanto físicos como humanos, tecnológicos, bienes, y equipos de primera, para así poder brindar servicios de alta calidad.

Equipamiento

Eclipse"Taller Creativo", requerirá de equipos de impresión digital laser, muebles y enseres, equipos de oficina y equipos de computación necesarios para desarrollar sus actividades con normalidad.

TABLA 25. REQUERIMIENTO DE EQUIPOS MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora de escritorio core i3	1	750	750
Impresora multifunción CANON 330	1	350	350
Software Contable	1	200	200
Teléfono fijo de extensiones	1	80	80
Computadora iMac	3	1600	4800
Creative Suite 6 Máster Collection	3	3000	9000
Teléfonos inalámbricos	2	60	120
Cámara Sony A560 Full HD	1	500	500
Trípode cámara	1	80	80
Mesa de trabajo	2	100	200
Impresora EPSON TX520	1	750	750
Plotter HP DDESINGJET T520	1	2500	2500
Impresora Xerox® Versant® 80 Press	1	7000	7000
Guillotina cizalla manual de 80cm	1	500	500
TOTAL			26830

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Victor Valencia

Hemos elaborado esta tabla para conocer los valores de inversión que se necesitaran.

Además de establecer la capacidad instalada que se necesita para brindar un alto nivel de productividad.

Requerimiento De Talento Humano

Para cubrir el proceso productivo de nuestra empresa consideramos necesario un total de 4 personas conformado por, Una contadora que a su vez haga las veces de recepcionista, Un Director Creativo que al mismo tiempo hará las veces de director de cuentas, Un Diseñador Gráfico encargado del área de impresión y al mismo tiempo colaborará con los procesos de los diversos servicios que ofrecemos, y Un

Gerente General que se encargará de administrar la empresa y participará en cada uno de los procesos de los servicios que ofrecemos.

Proceso De Selección De Personal

Para este punto se debe tener presente que el personal es de vital importancia en los servicios que se ofrecen por lo que se puede decir que depende de estos la permanencia de la empresa en el mercado brindando un servicio eficiente.

Los pasos a seguir para realizar un adecuado proceso son:

- Solicitud de personal
- Recepción de portafolios, y hojas de vida
- Se seleccionará los prospectos de acuerdo a su preparación académica y experiencia en los puestos solicitados
- Se comprobara e investigara los datos referentes del solicitante
- Entrevista personal con los mejores prospectos para los puestos solicitados
- Se determina tres meses de prueba
- Se establece capacitaciones en atención al cliente.

INSTALACIÓN

Los espacios físicos que se requerirá para la implementación de la empresa corresponden a un total de 100 metros cuadrados en una propiedad de dos pisos, distribuida en 50m el 1er piso y 50m el 2do piso.

- Para implementar nuestra empresa contaremos con un área de 50m cuadrados para la planta baja, donde se implementará el área de recepción, sala de

espera para clientes e impresión. En el 1er piso se encontrara distribuida en 50m el área de gerencia sala de reuniones y departamento creativo.

- El costo por el arrendamiento de este inmueble será de $600 mensuales.

4.01.02 Capacidad Óptima

Se entiende como capacidad óptima todo lo que la agencia podrá producir con su capacidad instalada en u periodo determinado, logrando minimizar costos y maximizar las utilidades.

Tecnología

La empresa Eclipse "Taller Creativo" necesitará de la mejor tecnología en cuanto a hardware y software como: Equipos de computación, software contable, Paquete Adobe Creative Suite 6 y equipos de impresión adecuados para el correcto desenvolvimiento del servicio, a futuro y dependiendo del incremento de la demanda se podrá incrementar los equipos para brindar un mejor servicio.

Requerimiento de Talento Humano

Nuestra empresa a futuro tiene la convicción de crecer implementando nuevos servicios para lo cual a futuro se puede requerir mayor personal para desarrollar sus servicios gráficos; lo que generara plazas de empleo para profesionales en nuestra área.

4.02 Localización

4.02.01 Macro Localización

El presente proyecto será implementado en la ciudad de Quito provincia de Pichincha en Ecuador, y forma parte de una de las once provincias que forman la región Sierra. Esta limitado al norte por la provincia de Imbabura, al Sur por Cotopaxi, Al este por Napo y al oeste por Santo Domingo de los Tsachilas; Además está conformado por cantones como, Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado, San Miguel de los Bancos, Pedro Moncayo, Cayambe, Mejía y Rumiñahui.

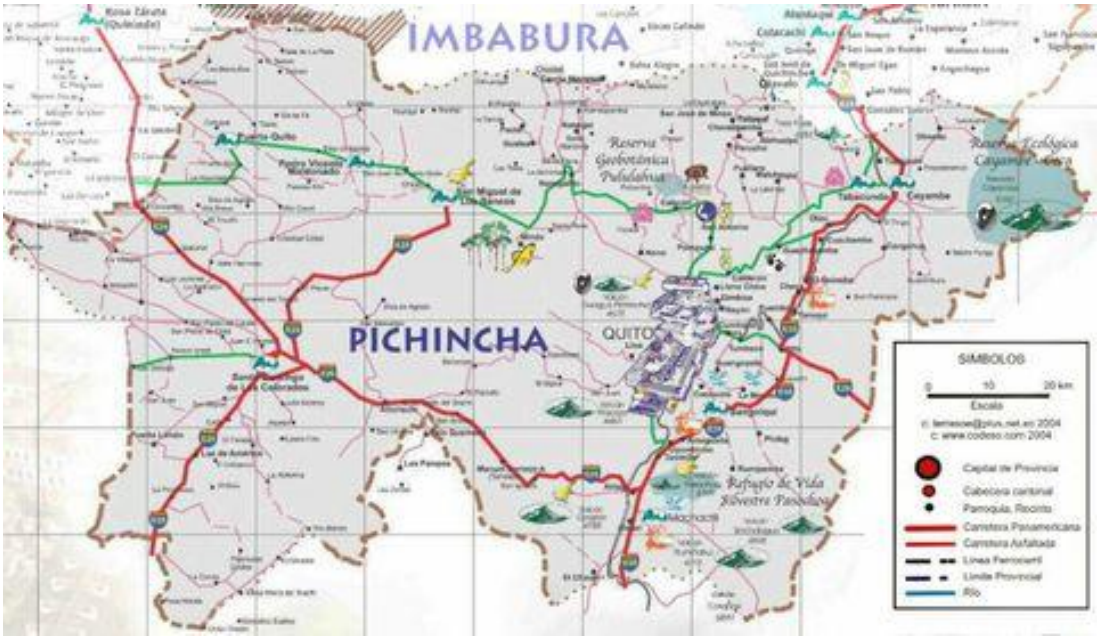
FIGURA 28. CANTONES DE QUITO

Fuente: Internet/Cantones de Pichincha

La capital administrativa de pichincha es Quito, la cual es su urbe más poblada y capital del país siendo también su principal centro comercial.

Su economía se basa básicamente en que es el mayor centro administrativo, económico, financiero y comercial del Ecuador, pues es sede de casi todos los organismos gubernamentales, bancos y empresas más grandes del país.

FIGURA 29. MAPA DE QUITO



Fuente: Internet/Mapa de carreteras Quito

La provincia de pichincha tiene una extensión territorial de 9.494 km². Además la provincia la constituye dos zonas diferenciadas como lo es el este, un área dominada por los Andes orientales y occidentales y el oeste, un área que pertenece a la región Costa, que se encuentra poblada por ramificaciones sub andinas. Sus cursos fluviales más importantes son el Guayllabamba, el Blanco, el Pita, el Pisque y el San Pedro, todos de la cuenca del Pacífico. Su población total alcanza 2 388 817 habitantes, donde encontramos distribuidos a 1714315 en el área urbana, y 674502 en el área rural.

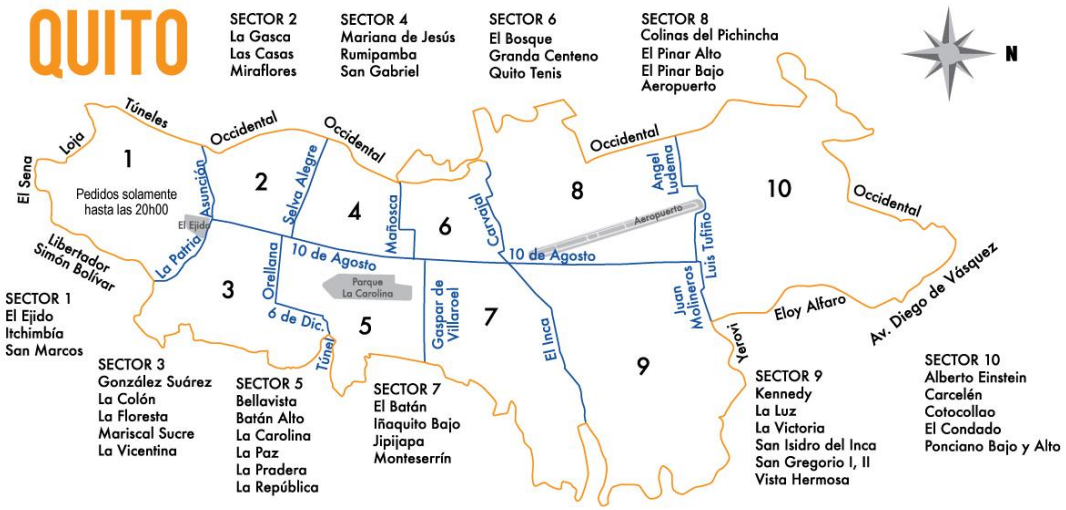
4.02.02 Micro Localización

El proyecto tiene el fin de ubicarse en la ciudad de Quito, dentro del Distrito Metropolitano; la ciudad de encuentra rodeada por los cantones San Miguel de los Bancos, Pedro Moncayo, Cayambe, Mejía y Rumiñahui.

La división política del Distrito Metropolitano está conformada por 10 sectores cuya población total es de 1714315 habitantes.

La ubicación del proyecto está dirigida específicamente entre los sectores 8 y 10

FIGURA 30. MAPA DE QUITO SECTORIAL



Fuente: Internet/Mapa sectorial de Quito

4.02.03 Localización Óptima

Ubicación De La Empresa

Eclipse "Taller Creativo" tiene proyectado satisfacer las necesidades del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, donde no encontramos mayor número de empresas especializadas en brindar servicios similares a los nuestros.

Por lo que como ubicación optima se ha determinado al sector de la Av. De La Prensa y Vaca de Castro como punto estratégico por ser esta una zona comercial y ser un sitio de gran circulación Poblacional, factor que facilita el reconocimiento de la empresa por parte de futuros clientes.

Para determinar de forma correcta la localización óptima de la empresa se considera los siguientes factores.

Factores Geográficos

Se determinó el sector norte del distrito metropolitano al encontrar en este varias PYMES que no tienen un lugar cercano donde cubrir sus diferentes necesidades comunicacionales.

Factores Institucionales

Encontramos en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, a varias microempresas que generan productos y servicios y los comercializan únicamente en el sector, ya que no son conocidas en el mercado por no haber publicitado de manera correcta sus productos o servicios; así como también otras que pese a haberlo hecho no han obtenido los resultados que esperaban; al no haber contado una adecuada gestión gráfica y publicitaria.

Factores Económicos

El proyecto está destinado a cubrir por completo la demanda existente en el sector norte de la ciudad, que al sector comercial tiene la posibilidad de cubrir nuestros costos; así como también se contara con la suficiente capacidad instalada para abarcar mas mercado en el Distrito Metropolitano de Quito.

Factores Estratégicos

Al encontrar en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito una demanda latente de los servicios a implementar y al ser este un sector comercial, se convierte en un lugar estratégico para la implementación de nuestra micro_empresa.

Factores Colaterales

En los alrededores de la empresa Eclipse "Taller Creativo" se encuentran varios locales, dedicados a ofrecer una gran variedad de servicios y productos, lo que es beneficioso para nosotros ya que atraerá a clientes que pueden hacer uso de nuestros servicios.

FIGURA 31. UBICACIÓN ÓPTIMA

Fuente: Internet/ Google Maps
Elaborado por: Victor Valencia

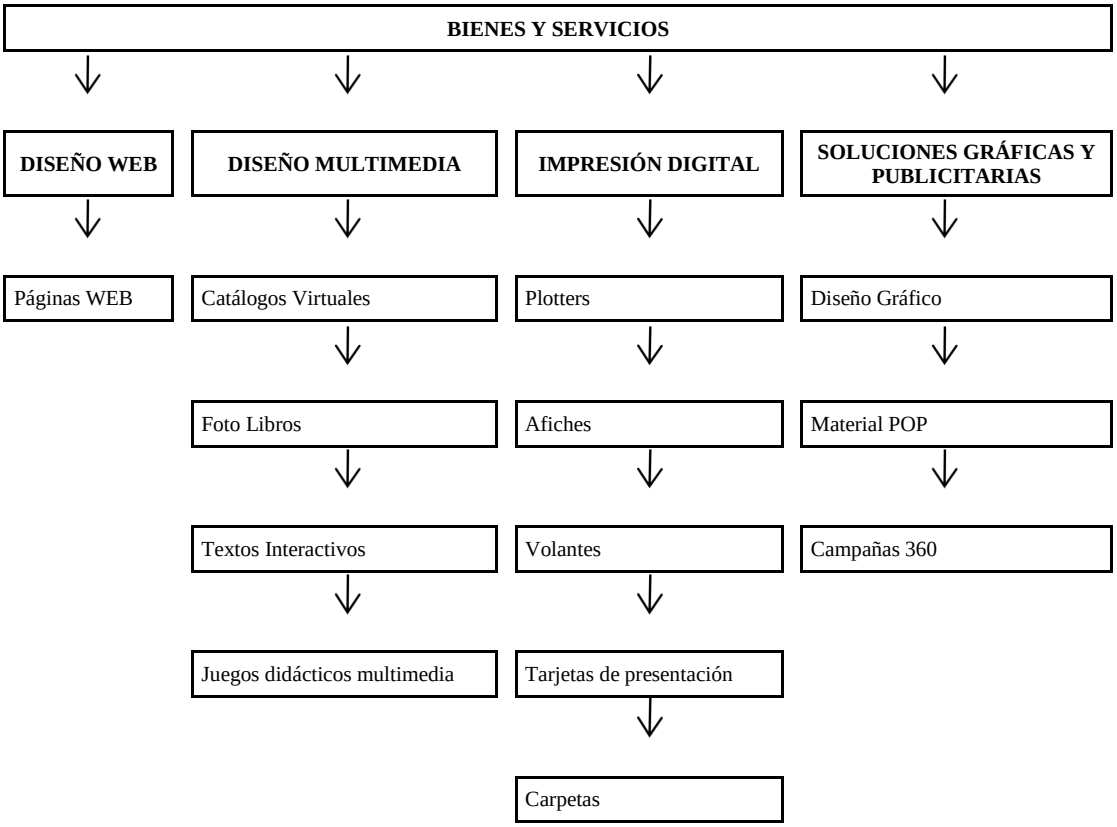
Las actividades de nuestra empresa se desarrollarán en una propiedad arrendada de dos pisos en una superficie de terreno de 50 metros cuadrados. Donde se dividirá un espacio para cada área de nuestra empresa; siendo en la planta baja el área de recepción e impresión digital laser mientras que en la parte superior de la propiedad, se ubicará el departamento creativo y de cuentas conjuntamente, la gerencia y la sala de reuniones. También se puede observar que la propiedad cuenta con todos los servicios y se encuentra en perfectas condiciones. Y por todo lo antes señalado se puede determinar que este es el lugar idóneo para implementar nuestra empresa.

4.03 Ingeniería Del Producto

4.03.01 Definición De Bienes Y Servicios

En Eclipse "Taller Creativo", tenemos claro que el diseño web, multimedia y publicitario, es una inversión cuya rentabilidad depende de la calidad de los servicios ofertados; En Eclipse "Taller Creativo" ponemos a su disposición los siguientes servicios: Diseño de páginas WEB, Desarrollo de Catálogos Virtuales, Foto Libros, Textos Interactivos de todo tipo, Juegos didácticos multimedia para el desarrollo psicopedagógico, Impresión digital laser, Plotters, Material POP, Manuales corporativos, Trípticos, Dípticos, Tarjetas de presentación y soluciones gráficas y publicitarias en general.

FIGURA 32. BIENES Y SERVICIOS DE LA EMPRESA ECLIPSE "TALLER CREATIVO"

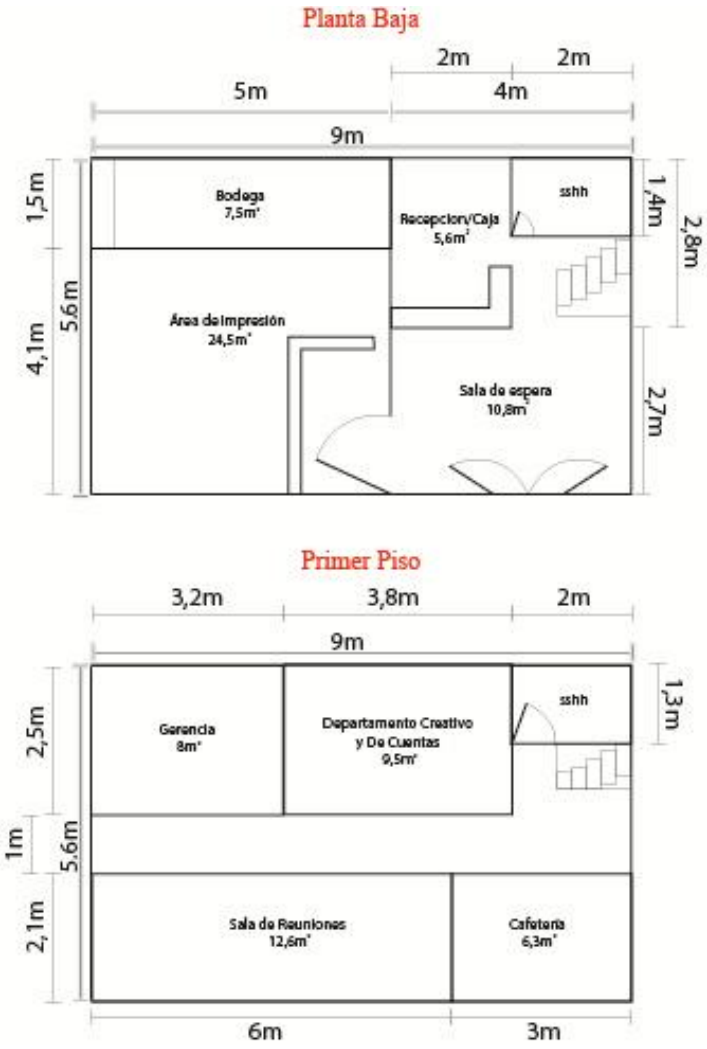


Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

4.03.02 Distribución De La Planta

La planta se distribuirá en dos secciones ya que contamos con dos pisos donde desarrollar nuestras actividades; la primera correspondiente a la planta baja, estará ocupada por la recepción y área de impresión digital, mientras que en la parte superior del inmueble se ubicará la gerencia de la empresa el departamento creativo y de cuentas y la sala de reuniones donde se desarrollará el proceso intelectual de nuestros servicios.

FIGURA 33. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

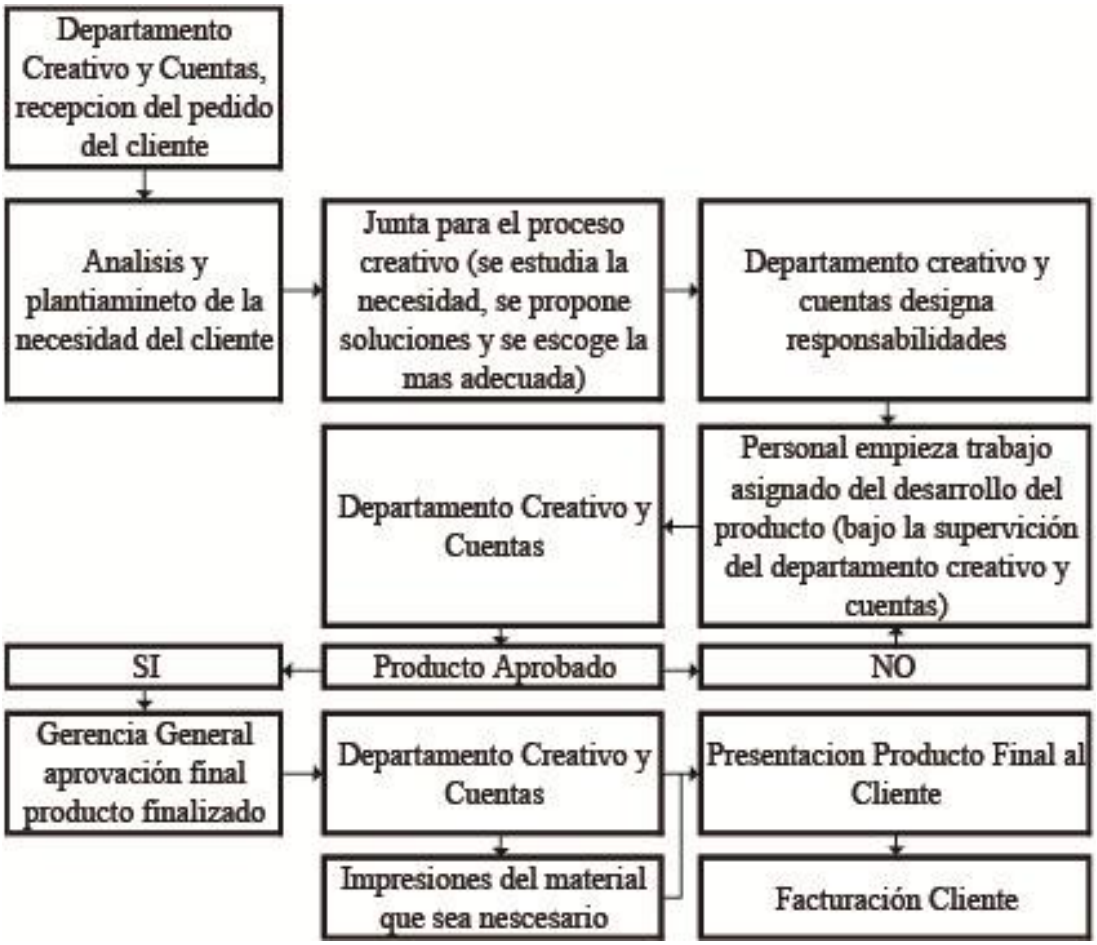


Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

4.03.03 Proceso Productivo

Para representar el proceso productivo de nuestra empresa, se utilizará un esquema de flujo que explicara de forma sencilla el proceso que se realiza internamente para lograr brindar servicios de calidad.

FIGURA 34. BIENES Y ESQUEMA DE FLUJO PROCESO PRODUCTIVO ECLIPSE "TALLER CREATIVO



Elaborado por: Victor Eduardo Valencia S.

TABLA 26.MATERIA PRIMA IMPRESIÓN DIGITAL

Materia prima que se utilizará para el proceso de impresión digital
PAPEL ADHESIVO TRANSPARENTE 66X51cm
PAPEL COUCHE ADHESIVO 66X51cm blanco brillante
PAPEL COUCHE ADHESIVO 66X51cm blanco mate
PAPEL COUCHE MATE 66X51cm 100,150,200gr
PAPEL COUCHE SEMI-MATE 87cm 100,150,200gr
PAPEL BOND VARIOS COLORES 90cm 90gr
PAPEL BOND VARIOS COLORES 90cm 75gr

Elaborado por: Victor Valencia

En el servicio de impresión digital si el cliente solicita únicamente el mismo el proceso productivo del mismo será:

- Recepción de los archivos
- Selección de materia prima
- Impresión
- Si lo requiere (Corte, Perfilado, Perforado, Anillado, Armado etc.)

Así mismo si el cliente solo solicita el servicio de Diseño el proceso para el mismo será el siguiente:

- Recepción de la información para el servicio solicitado e información del tiempo que tomará realizar el trabajo y costos del mismo.
- Si el cliente adquiere el servicio, se pregunta si también requiere el servicio de impresión digital y/o de entrega a domicilio
- Se procede a realizar la hoja de pedido si es necesario
- Se realiza la factura donde también se archivará la información del cliente para futuros trabajos
- Se procede al cobro y entrega de comprobante.

En el caso de servicios inmediatos, a más de los pasos antes mencionados

- Se diseña y entrega el producto terminado.

4.03.04 Maquinaria

La maquinaria que se utilizará para desarrollar nuestros procesos con normalidad es:

Guillotina Cizalla Manual.

Esta es una guillotina manual de 90cm que nos ayudará al corte de los diferentes papeles a utilizar según las dimensiones que se vaya a utilizar.

Impresora Xerox® Versant® 80 Press

Esta impresora copiadora de alto rendimiento especial para trabajos gráficos, es un dispositivo multifunción utilizado en centros de impresión comerciales y en entornos corporativos; maneja altos estándares de control de color con resolución de hasta 2400ppp, Además permite el escaneo en red imprime formatos de hasta 48 X 33cm en papeles y cartulinas de hasta 300g.

Máquina De Impresión Marca Hp Plotter Desingjet T520 A0 36" 2400ppp 1gb, Usb, Red Wifi

Máquina de última generación HP especializada para impresión digital de gran formato y alto rendimiento y calidad de color, chorro de tinta, rollo formato A0 con cortador automático, 1,5 minutos/página (monocromo) 1,7 minutos/página (color), posee entrega USB, conexión LAN, WIFI y memoria interna de 1GB, mecanismo a base de 4 cartuchos de tinta independientes. Esta maquinaria representa una importante herramienta de trabajo en el campo gráfico y publicitario por su alta capacidad de producción, calidad, rapidez y precisión y manejo de color; a más de ser de alta tecnología lo cual permitirá a la empresa cumplir con las demandas del mercado.

Impresora Epson Tx520

Esta es una impresora de escritorio de formato A4 que nos ayudará en impresión de CD´S, fotografías y demás impresiones en formatos pequeños en

papeles de hasta 150gr , posee un sistema de tinta continuo lo que permite un optimo rendimiento al momento de imprimir trabajos de alto volúmen su alta velocidad la define como una impresora de pequeño formato y gran rendimiento.

4.03.05 Equipos

Computadora Imac Core I7 Apple 2.7 Ghz 1tb 8gb Ram 21.5.

Este equipo Mac posee un procesador Intel core i7 de alto rendimiento y cuatro núcleo de proceso a 2.7GHz, con turbo boostde hasta 3.2GHz, Memoria RAM de 8GB, disco duro de 1TB, Tarjeta gráfica Nvidia GeoForse 720m de alto rendimiento diseñada para soportar gráficos en 3D.

Software Necesario Para Trabajar En Este Equipo

Adobe Creative Suite Cs6 Máster Collection

Este software de Adobe nos ayudará a desarrollar cada uno de los trabajos gráficos de nuestra empresa lo que lo constituye en una herramienta indispensable de trabajo.

Contenido:

- Adobe Illustrador CS6
- Adobe Photoshop CS6
- Adobe Dream Weaver CS6
- Adobe InDesign CS6
- Adobe AcrobatX CS6
- Adobe Flash Profesional CS6

- Adobe Flash Builder 4.6 Premium Edition
- Adobe Fireworks CS6
- Adobe Premiere CS6
- Adobe After Effects CS6
- Adobe Audition CS6
- Adobe Speed Grade CS6
- Adobe Prelude CS6
- Adobe Encore CS6
- Adobe BridgeCS6
- Adobe Media Encorder CS6

Cinema 4d R11.5 Maxon

Este software desarrollado por Maxon Computer, será de gran utilidad al momento de realizar renders y demás modelados; al ser especializado para gráficos en 3D

Sublime Text 3

Software especializado para programación por etiquetas, se caracteriza por brindar plataformas especiales para todo tipo de codificación como Java Script y HTML5, que será las que utilicemos para la creación de páginas WEB, además posee menús de ayuda que facilitan el trabajo dentro de cada plataforma.

Computador De Escritorio All-One Intel Core I3 De 3,4ghz Marca Compact Modelo 465.

Este computador será necesario para el área contable donde también se realizará la facturación y registro de nuestros clientes.

Es un equipo todo en uno con Memoria RAM de 4gb DDR3, Disco Duro de 1tb. Pantalla táctil de 17" .

Software Necesario Para Trabajar En Este Equipo

Software Contable

Esta constituye una herramienta básica de trabajo que nos ayudará al control y manejo de las operaciones financieras de nuestra empresa. Tales como: Compra, Venta, Movimientos de inventario, Cobros, Declaraciones de impuestos, Estados financieros, etc.

Este nos ayudará a optimizar los procesos administrativos y financieros de la empresa, así como también registrara la información en tiempo real para optimizar su uso en forma inmediata.

Características:

- Lineamiento estándar con funciones tributarias
- Diseño Modular de fácil uso
- Manejo de base de datos

CAPÍTULO V

Estudio Financiero

5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales

Nosotros así como toda empresa que realice actividades productivas, presentan ingresos operacionales y no operacionales; los ingresos no operacionales se refieren a cuyos ingresos que se obtienen por la actividad económica de la empresa, es decir se ve reflejado en el volúmen de ventas y que se pueden recuperar a través del precio; en cuanto a los ingresos no operacionales nos referimos a aquellos que no tienen relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto de la empresa.

5.02 Costos

Los costos se originan en el proceso para producir un bien servicio, estos son necesarios para la puesta en marcha del proyecto y servirá para poder mantenerlo en el transcurso del tiempo.

El costo tiene como característica principal que a pese a que se lo considera dentro del cálculo del precio del producto; este no representa ningún flujo monetario.

5.02.01 Costo Directo

Este es aquel que tiene una relación directa en el proceso productivo del a empresa, es decir la materia prima y materiales directos utilizados por la empresa; Así como

también la mano de obra directa que se refiere al personal que se involucra directamente en la elaboración de los productos.

- Materia Prima Directa

TABLA 27.COSTOS MATERIA PRIMA Y MATERIALES DIRECTOS

COSTOS MATERIA PRIMA Y MATERIALES DIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	**N° (ROLLOS)**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
PAPEL ADHESIVO TRANSPARENTE 66X51cm	1	8,83	8,83	105,96
PAPEL COUCHE ADHESIVO 66X51cm BLANCO BRILLANTE	1	7,82	7,82	93,84
PAPEL COUCHE ADHESIVO 66X51cm BLANCO MATE	1	7,93	7,93	95,16
PAPEL COUCHE MATE 66X51cm 100gr.	1	16,12	16,12	193,44
PAPEL COUCHE MATE 66X51cm 150gr.	1	16,26	16,26	195,12
PAPEL COUCHE MATE 66X51cm 200gr	1	16,34	16,34	196,08
PAPEL COUCHE SEMI-MATE 87cm 100gr.	1	16,25	16,25	195
PAPEL COUCHE SEMI-MATE 87cm 150gr.	1	16,38	16,38	196,56
PAPEL BOND BLANCO 90cm 90gr	2	7	14	168
PAPEL BOND BLANCO 90cm 75gr	2	6,5	13	156
TOTAL			132,93	1595,16

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Victor Valencia

- Mano de obra directa

Dentro de la mano de obra directa se considerara a:

1 Creativo que tendrá el cargo de Director Creativo y de Cuentas, que estará a cargo del desarrollo de los diferentes productos y servicios de la empresa.

1 Diseñador que estará encargado del área de impresión y participará en el desarrollo de los productos y servicios que le sean delegados por el Director Creativo.

TABLA 28.ROL DE PAGOS MANO DE OBRA DIRECTA

ROL DE PAGOS MANO DE OBRA DIRECTA									
CARGO	EMPLEADO #	SUELDO	APORTE IESS 12,15% (MENSUAL)	DECIMO TERCER SUELDO (MENSUAL)	DECIMO CUARTO SUELDO (MENSUAL)	VACACIONES (MENSUAL)	TOTAL AL 1° AÑO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL AL 2° AÑO
Director Creativo y de Cuentas	1	700,00	85,05	51,25	28,33	29,17	10725,56	51,25	11425,56
Diseñador Gráfico	2	550,00	66,825	40,26	28,33	22,92	8499,98	40,26	9049,98

Elaborado por: Victor Valencia

5.02.02 COSTO INDIRECTO

Este es aquel que hace parte del proceso de producción pero no directamente, es decir contribuye en forma indirecta para el desarrollo de los diferentes productos o servicios.

- Material indirecto

TABLA 29.COSTOS MATERIA PRIMA Y MATERIALES INDIRECTOS

COSTOS MATERIA PRIMA Y MATERIALES INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD AL POR MAYOR**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
CD´S	2paq	10	20	240
COLA ADHESIVA	1gl	20	20	240
PASTAS PLÁSTICAS	2paq	8	16	192
PERFILES	1paq	5	5	60
TOTAL			61	732

Elaborado por: Victor Valencia

- Mano de obra indirecta

Dentro de esta categoría se considera a:

1 Gerente General que será la persona encargada de supervisar, colaborar, y aprobar todos los procesos de la empresa, así como también estará a cargo de la administración de la misma.

TABLA 30.ROL DE PAGOS MANO DE OBRA INDIRECTA

ROL DE PAGOS MANO DE OBRA INDIRECTA									
CARGO	EMPLEADO #	SUELDO	APORTE IESS 12,15% (MENSUAL)	DECIMO TERCER SUELDO (MENSUAL)	DECIMO CUARTO SUELDO (MENSUAL)	VACACIONES (MENSUAL)	TOTAL AL 1° AÑO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL AL 2° AÑO
GERENTE GENERAL	3	700,00	85,05	58,33	28,33	29,17	10810,5	58,33	11510,52

Elaborado por: Victor Valencia

- Costos indirectos de producción:

Se considera como costos indirectos de producción a los siguientes servicios:

- Servicios básicos
- Servicio de internet

TABLA 31.COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN		
DESCRIPCIÓN	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
SERVICIOS BÁSICOS		
AGUA	5	60
LUZ	15	180
TELÉFONO	20	240
SUB TOTAL	40	480
INTERNET	50	600
TOTAL	90	1080

Elaborado por: Victor Valencia

- Depreciación maquinaria, equipos e instalaciones.

En este punto se hará referencia a los diferentes activos fijos que serán sometidos al proceso de depreciación.

TABLA 32.DEPRECIACIÓN EQUIPOS Y MAQUINARIA

DEPRECIACIONES ÁREA DE PRODUCCIÓN								
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% A DEPRE-CIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
MAQUINARIA								
Impresora Xerox® Versant® 80 Press	1	7000	7000	15	$ 1.050,00	$ 87,50	6,7	80
Plotter HP DDESINGJET T520	1	2500	2500	15	$ 375,00	$ 31,25	6,7	80
Impresora EPSON TX520	1	750	750	15	$ 112,50	$ 9,38	6,7	80
Guillotina cizalla manual de 80cm	1	500	500	15	$ 75,00	$ 6,25	6,7	80
Cámara Sony A560 Full HD	1	500	500	15	$ 75,00	$ 6,25	6,7	80
Trípode cámara	1	80	80	15	$ 12,00	$ 1,00	6,7	80
EQUIPO DE COMPUTACIÓN EN ÁREA DE PRODUCCIÓN								
Computadora iMac	3	1600	4800	33,3	$ 1.599,84	$ 133,32	3	36
EQUIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN ÁREA DE PRODUCCIÓN								
Creative Suite 6 Máster Collection	3	3000	9000	25	$ 2.250,00	$ 187,50	4	48
TOTAL A DEPRECIAR			25130		$ 5.549,34	$ 462,45		

Elaborado por: Victor Valencia

Así mismo se incluirá en este punto, la depreciación del inmueble donde funcionará la empresa, que si bien es cierto no se lo ha obtenido mediante un financiamiento a largo plazo; mas sin embargo este sufre un desgaste con el paso del tiempo debido a su uso, cuyo rubro si está considerado dentro del estudio financiero.

TABLA 33.DEPRECIACIÓN INSTALACIONES (EDIFICIOS)

DEPRECIACIÓN EDIFICIOS								
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% A DEPRE-CIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
EDIFICIOS								
Inmueble	1	30000	30000	5	$ 1.500,00	$ 125,00	20	240
TOTAL A DEPRECIAR			30000		$ 1.500,00	$ 125,00		

Elaborado por: Victor Valencia

5.02.03 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos hacen referencia directa a los necesarios para la dirección, control y mantenimiento de la empresa; se los puede identificar por ser estos los que incurren en el funcionamiento normal de la empresa, mas no en el proceso directo o indirecto de producción.

- 1 Contadora/Recepcionista; será la encargada de a más del área de recepción el área contable de la empresa.

TABLA 34.ROL DE PAGOS ÁREA ADMINISTRATIVA

ROL DE PAGOS ÁREA ADMINISTRATIVA									
CARGO	EMPLEADO #	SUELDO	APORTE IESS 12,15% (MENSUAL)	DECIMO TERCER SUELDO (MENSUAL)	DECIMO CUARTO SUELDO (MENSUAL)	VACACIONES (MENSUAL)	TOTAL AL 1° AÑO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL AL 2° AÑO
CONTADORA RECEPCIONISTA	4	400,00	48,6	33,33	28,33	16,67	6323,12	33,33	6723,12

Elaborado por: Victor Valencia

- Útiles y suministros de oficina
- Útiles de aseo y limpieza
- Arriendo
- Servicios Básicos
- Servicio de internet área administrativa
- Imprevistos área administrativa

TABLA 35.GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	**GASTO MENSUAL**	**GASTO ANUAL**
Útiles y suministros de oficina	$ 100,00	$ 1.200,00
Útiles de aseo y limpieza	$ 20,00	$ 240,00
Arriendo	$ 600,00	$ 7.200,00
Servicios Básicos	$ 10,00	$ 120,00
Internet área administrativa	$ 24,00	$ 288,00
Imprevistos área administrativa	$ 30,00	$ 360,00
TOTAL	**$ 784,00**	**$ 9.408,00**

GASTOS ADMINISTRATIVOS CON SUELDOS		
GA	$ 526,93	$ 6.323,12
Sueldos GA	$ 784,00	$ 9.408,00
TOTAL GA	**$ 1.310,93**	**$ 15.731,12**

Elaborado por: Victor Valencia

- Depreciaciones en área administrativa

TABLA 36.DEPRECIACIONES ÁREA ADMINISTRATIVA

DEPRECIACIONES ÁREA ADMINISTRATIVA								
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% A DEPRE-CIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
EQUIPO DE COMPUTACIÓN EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
Computadora de escritorio core i3	1	750	750	33,3	$ 249,98	$ 20,83	3	36
EQUIPOS DE OFICINA								
Impresora multifunción	1	350	350	10	$ 35,00	$ 2,92	10	120
Teléfono fijo de extensiones	1	80	80	10	$ 8,00	$ 0,67	10	120
Teléfonos inalámbricos	2	60	120	10	$ 12,00	$ 1,00	10	120
MUEBLES Y ENSERES								
Mesa de trabajo	2	100	200	10	$ 20,00	$ 1,67	10	120
EQUIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
Software Contable	1	200	200	25	$ 50,00	$ 4,17	4	48
TOTAL A DEPRECIAR			1700		$ 374,98	$ 31,25		

Elaborado por: Victor Valencia

- Amortización gastos de constitución

TABLA 37.AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

AMORTIZACIÓN DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
MONTO		$ 1.000,00
TIEMPO AMORTIZACIÓN		5 AÑOS
CUOTA ANUAL		$ 200,00
Años	**Amortización anual**	**Valor Residual**
0		$ 1.000,00
1	$ 200,00	$ 800,00
2	$ 200,00	$ 600,00
3	$ 200,00	$ 400,00
4	$ 200,00	$ 200,00
5	$ 200,00	$ 0,00
TOTAL	**$ 1.000,00**	

Elaborado por: Victor Valencia

5.02.04 Gastos De Ventas

Se incurrirá en estos gastos al inicio de la implementación de la empresa, estos serán necesarios para hacer conocer nuestros servicios a nuestro grupo objetivo y al mercado en general, mediante una campaña publicitaria 360.

TABLA 38.GASTO DE VENTAS

GASTOS DE VENTAS	
FLOW CHART	
Medios Alternativos	**Inversión**
Página WEB	86,00
Fan_Page en Facebook	30,00
Afiches A3	784,00
Flyer tiro A5	280,00
Vallas publicitarias	1200,00
Tarjetas de presentación	380,80
Esferográficos	560,00
TOTAL INVERSIÓN MEDIOS	3320,80
IMPREVISTOS	332,08
TOTAL	3652,88

Elaborado por: Victor Valencia

En el caso de gastos de ventas se lo amortizara al plazo de 1 año por si es necesario incurrir nuevamente en el mismo; puesto que este gasto es indispensable para el posicionamiento de nuestra empresa, la necesidad de contar con la disponibilidad de tomar medidas inmediatas e implementar una nueva campaña en corto tiempo es una de las prioridades de nuestra empresa en lapso tome su posicionamiento, ye este gasto deberá no afectar económicamente al normal funcionamiento de la empresa por lo que se lo amortizara de la siguiente forma.

TABLA 39.AMORTIZACIÓN GASTO DE VENTAS

AMORTIZACIÓN DE GASTOS DE VENTAS		
MONTO		$ 3.652,88
TIEMPO AMORTIZACIÓN		1 AÑO
CUOTA MENSUAL		$ 304,41
Meses	**Amortización mensual**	**Valor Residual**
0		$ 3.652,88
1	$ 304,41	$ 3.348,47
2	$ 304,41	$ 3.044,07
3	$ 304,41	$ 2.739,66
4	$ 304,41	$ 2.435,25
5	$ 304,41	$ 2.130,85
6	$ 304,41	$ 1.826,44
7	$ 304,41	$ 1.522,03
8	$ 304,41	$ 1.217,63
9	$ 304,41	$ 913,22
10	$ 304,41	$ 608,81
11	$ 304,41	$ 304,41
12	$ 304,41	$ 0,00
TOTAL	**$ 3.652,88**	

Elaborado por: Victor Valencia

5.02.05 Gastos Financieros

Este gasto hace referencia a las obligaciones financieras adquiridas por la empresa, ya sean estas para su implementación o para su liquidez; en nuestro caso especifico es necesario requerir de un préstamo de $40.000,00 el cual será solicitado a la CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN), a un plazo de 4 años a una tasa de interés del 8,13% fijado por la misma entidad para la categoría del sector micro-empresarial.

TABLA 40.PRÉSTAMO A SOLICITAR A LA CFN

PRÉSTAMO CFN	
Monto Crédito	$ 40.000,00
Plazo	4 AÑOS
Amortización	Cada 30 días
Interés	8.13% al sector empresarial

Elaborado por: Victor Valencia

5.02.06 Costos Fijos Y Variables / Costos De Producción

Un costo es una inversión que se realiza para la producción de un bien o servicio dentro de este encontramos dos categorías que son:

- COSTO FIJO: Son aquellos en los que incurre la empresa y que no son dependientes del volúmen de productividad de la misma.
- COSTO VARIABLE: Costo que incurre la empresa y posee dependencia directa del volúmen de productividad de la misma.

A continuación se detalla los costos en que incurrirá la empresa y se los diferenciará entre costos fijos y variables, al mismo tiempo que se clasificará los diferentes gastos de la empresa.

TABLA 41.CLASIFICACIÓN DE COSTOS Y GASTOS

CLASIFICACIÓN DE COSTOS Y GASTOS		
DESCRIPCIÓN	CV	CF
COSTOS		
Materia prima directa	X	
Mano de obra directa		X
Mano de obra indirecta		X
Material indirecto	X	
Servicios básicos	X	
Servicio de internet	X	
Depreciación de maquinaria y equipo		X
Depreciación edificios (instalaciones)		X
GASTOS DE VENTA		
Amortización gastos de venta		X
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos en área administrativa		X
Útiles y suministros de oficina	X	
Útiles de aseo y limpieza	X	
Arriendos	X	
Servicios básicos área administrativa	X	
Servicio de internet área administrativa	X	
Imprevistos área administrativa	X	
Depreciaciones área administrativa		X
Amortización gastos de constitución		X
GASTOS FINANCIEROS		
Préstamo a largo plazo CFN		X

Elaborado por: Victor Valencia

- COSTOS DE PRODUCCIÓN (CP)

El costo de producción es aquel que comprende todo lo relacionado con el proceso de elaboración de un producto o servicio, desde el momento mismo en que se adquieren la materia prima y demás materiales hasta que el proceso de producción concluye con la entrega del producto o servicio solicitado.

Para la obtención del costo de producción se lo realiza mediante la siguiente fórmula.

CP = MPD + MOD + CIF

MPD: Materia prima directa

MOD: Mano de obra directa

CIF: Costos indirectos de fabricación; corresponden a:

- Materiales o materia prima indirecta (MPI)
- Mano de obra indirecta (MOI)
- Otros costos (OC).
    - Correspondientes a: Servicios básicos, servicio de internet, depreciaciones tanto en área de producción así como también de edificios o en nuestro caso las instalaciones.

TABLA 42.CÁLCULO COSTOS DE PRODUCCIÓN

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
FÓRMULA: MPD+MOD+CIF	**MENSUAL**	**ANUAL**
MPD "MATERIA PRIMA DIRECTA"		
Materia prima directa	$ 132,93	$ 1.595,16
MOD "MANO DE OBRA DIRECTA"		
Mano de obra directa	$ 1.602,13	$ 19.225,54
CIF "COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN"		
Material indirecto	$ 61,00	$ 732,00
Mano de obra indirecta	$ 900,88	$ 10.810,52
Servicios básicos	$ 40,00	$ 480,00
Servicio de internet	$ 50,00	$ 600,00
Depreciación de maquinaria y equipo	$ 462,45	$ 5.549,34
Depreciación edificios (instalaciones)	$ 125,00	$ 1.500,00
COSTO DE PRODUCCIÓN	**$ 3.374,38**	**$ 40.492,56**

Elaborado por: Victor Valencia

5.03 Inversiones

Las inversiones corresponden al recurso económico necesario para el funcionamiento de la empresa, considerado desde la implementación plena de la misma, infraestructura, adquisición de bienes, y dotación de los recursos necesarios para su funcionamiento.

5.03.01 Inversión Fija

Hace referencia a la adquisición de bienes materiales, maquinaria, equipos de computación, equipos de oficina, muebles y enseres, suministros de oficina y demás infraestructura destinada para el proceso productivo de la empresa.

TABLA 43.INVERSIÓN TOTAL

INVERSIÓN TOTAL	
ACTIVOS FIJOS	$ 26.830,00
CAPITAL DE TRABAJO NETO POR 1AÑO	$ 13.799,79
GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA	$ 1.500,00
MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA POR 1AÑO	$ 2.327,16
CAMPAÑA PUBLICITARIA	$ 3.652,88
ARRIENDO INMUEBLE INSTALACIONES POR 1AÑO	$ 7.200,00
GARANTÍA INMUEBLE ARRENDADO	$ 1.200,00
TOTAL INVERSIÓN	$ 56.509,83

FONDOS DE INVERSIÓN	
FINANCIADA (CFN)	$ 40.000,00
PROPIA	$ 16.509,83
TOTAL A INVERTIR	$ 56.509,83

Elaborado por: Victor Valencia

5.03.01.01 Activos Fijos

Los activos fijos se caracterizan principalmente por su permanencia en la actividad productiva de la empresa y están sujetos a depreciación, así como también a su renovación o ampliación si la demanda así lo requiriese.

Dentro del activo fijo encontramos que se los puede diferenciar en dos niveles, uno estará compuesto por aquellos que están sujetos a depreciación, llamados también activos tangibles; y otro que corresponderá a aquellos costos incurridos por la empresa en su periodo de implementación a los cuales se los denominará "Activos intangibles"

- Activos tangibles:
  - Instalaciones
  - Maquinaria
  - Equipos de computación
  - Equipos de oficina
  - Muebles de enseres
  - Equipos de procesamiento de datos
- Activos intangibles:
  - Gastos constitución de la empresa
  - Gastos de puesta en marcha
  - GARANTÍA INMUEBLE ARRENDADO

TABLA 44.ACTIVOS INTANGIBLES

ACTIVOS INTANGIBLES	ANUAL
PUESTA EN MARCHA	500
AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN	200
GARANTÍA INMUEBLE ARRENDADO	$ 1.200,00
TOTAL	**$ 1.900,00**

Elaborado por: Victor Valencia

Los costos de puesta en marcha se los recuperara en un solo pago al cabo de un año; estos corresponden al estudio de factibilidad para la implementación de la empresa así como también a los tramites y obtención de permisos y patentes necesarios para el normal funcionamiento de la empresa así como también otros gastos en que se incurriese a los que denominaremos tramites varios.

5.3.1.2 Activo Circulante

El activo circulante corresponde a la inversión que permite a la empresa mantener un determinado grado de liquidez, así como también permite realizar operaciones de ventas financiadas mediante crédito.

Los activos circulantes representan el patrimonio en cuenta corriente de la empresa por lo que son de vital importancia, dentro de estos se incluye a:

- Caja Bancos
- Inventarios "materia prima directa e indirecta"

En la cuenta caja de nuestra empresa únicamente se encontrara rubros relacionados a los ítems antes señalados, por ser la empresa especializada principalmente en servicios por lo que no se encontrara inventarios de productos en proceso de producción que consuman recursos de materia prima, sino hasta el final

de cada proceso donde se lleva a cabo la producción de los productos determinados y su entrega inmediata, así como también en el área publicitaria y de impresión los procesos de producción serán de cortos periodos de tiempo en su entrega para la satisfacción del cliente.

TABLA 45.ACTIVO CIRCULANTE

CÁLCULO DE LA CUENTA CAJA BANCOS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN	$ 3.374,38	$ 40.492,56
GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 1.310,93	$ 15.731,12
GASTO VENTAS	$ 304,41	$ 3.652,88
GASTOS FINANCIEROS	973,62	11683,44
(-)MATERIAS PRIMAS (MPD, MPI)	193,93	2327,16
(-)COSTOS IMPUTADOS (Depreciación y Amortización todas la áreas)	$ 2.513,39	$ 30.160,64
TOTAL CAJA BANCOS	$ 3.256,02	$ 39.072,21

INVENTARIOS		
MATERIAS PRIMAS (MPD, MPI)	$ 193,93	$ 2.327,16

CÁLCULO ACTIVO CIRCULANTE		
CAJA BANCOS	$ 3.256,02	$ 39.072,21
INVENTARIOS	$ 193,93	$ 2.327,16
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	$ 3.449,95	$ 41.399,36

Elaborado por: Victor Valencia

5.03.02 Capital De Trabajo

El capital de trabajo neto representa la capacidad con la cuenta la empresa para cubrir sus obligaciones corrientes en sus operaciones; es decir que refleja la capacidad que posee la empresa para mantener sus procesos productivos y hacer frente a las deudas contraídas a corto plazo.

El cálculo del capital de trabajo neto es igual al Activo Circulante menos el Pasivo corriente que expresándolo a fórmula lo representamos de la siguiente forma.

CTN = AC – PC

Para la obtención del capital de trabajo neto como muestra la fórmula, es necesario contar con datos como el Activo Circulante (AC), obtenido anterior mente y el Pasivo Corriente (PC) que se obtendrá a continuación mediante la siguiente fórmula.

AC: Activo circulante

IS: Índice de solvencia

$$PC = \frac{AC}{IS}$$

El índice de solvencia (IS) aceptable en nuestro país es del 1,5 para micro empresas.

MENSUAL

$$PC = \frac{3.866,61}{1,5}$$

PC= $ 2.699,96

ANUAL

$$PC = \frac{47.799,36}{1,5}$$

PC= $ 42.623,79

Una vez obtenido el valor del Pasivo corriente (PC); se procede a reemplazar los datos en la fórmula para el cálculo del Capital de trabajo neto (CTN).

TABLA 46.CAPITAL DE TRABAJO NETO

CAPITAL DE TRABAJO NETO		
CTN = AC - PC		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Activo circulante "AC"	$ 3.449,95	$ 41.399,36
menos	(-)	(-)
Pasivo corriente "PC"	$ 2.299,96	$ 27.599,58
TOTAL CTN	$ 1.149,98	$ 13.799,79

Elaborado por: Victor Valencia

Como se puede observar la empresa está en capacidad de solventar el Capital de trabajo neto (CTN) con fondos propios, ya que el pasivo (PC) es suficiente para cubrir este valor.

5.03.03 Fuentes De Financiamiento Y Uso De Fondos

El objetivo de contar con financiamiento, es determinar las fuentes necesarias para cubrir las diferentes necesidades económicas de la empresa desde el momento mismo de su constitución hasta las operaciones en su proceso productivo.

El financiamiento es una contrapartida de la inversión, esto es debido a que el Activo fijo y el Capital de trabajo neto (CTN), son considerados como usos; mientras que el Capital propio y el préstamo a largo plazo solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN), son considerados como fuentes.

Dentro de este punto podemos encontrar la siguiente clasificación.

FUENTES INTERNAS

Estas fuentes se dan al momento mismo que la empresa refleja su razón de ser, es decir al momento de producir, administrar, financiar y vender; así como también, pueden provenir de de las utilidades aún no distribuidas o de reservas para imprevistos que pueda tener la empresa.

A continuación se presenta el cálculo utilizado para obtener un total estimado de ventas de la empresa.

TABLA 47.VENTAS ESTIMADAS

VENTAS ESTIMADAS				
SERVICIO	CANTIDAD PRODUCIDA AL MES	VALOR UNITARIO PROMEDIO	VALOR ESTIMADO AL MES	VALOR ESTIMADO AL AÑO
Diseño Web	8	$500,00	$ 4.000,00	$ 48.000,00
Diseño Multimedia	3	$150,00	$ 450,00	$ 5.400,00
Diseño Publicitario	15	$50,00	$ 750,00	$ 9.000,00
Impresión Digital	150	$10,00	$ 1.500,00	$ 18.000,00
TOTAL INGRESOS MENSUALES			$ 6.700,00	$ 80.400,00

Elaborado por: Victor Valencia

Cabe mencionar que el presente cálculo, los valores utilizados para el mismo se los estimo de acuerdo a los porcentajes obtenidos de la pregunta 4,6 y 9 de la encuesta realizada en el estudio de mercado; es decir, estimando al 100% la capacidad de producción de la empresa y exponiéndolo a un margen de error del 50%; donde existe la probabilidad de que el 50% de la población haga uso de nuestros servicios y un 50% de que no lo hagan se obtiene que, se tendría como ventas estimadas al mes un total de $6.700,00 y manteniendo el mismo volúmen de producción mensual durante un año se obtiene que los ingresos en el primer año de operaciones de la empresa serían de $80.400,00

Fuentes Externas

Estas fuentes provienen de operaciones económicas externas, ya sean esta por la venta de acciones de la empresa o a través de préstamos obtenidos.

Fuentes Y Usos De Fondos

Es importante identificar las fuentes de financiamiento con la que se cuenta ya sean estas internas o externas; que serán necesarias para cubrir los usos de la empresa.

Para este fin, se realiza a continuación la siguiente tabla.

TABLA 48.FUENTES Y USOS

FUENTES Y USOS	
FUENTES	
Ventas	$ 80.400,00
Capital Propio	$ 16.509,83
Préstamos	$ 40.000,00
TOTAL FUENTES	**$ 136.909,83**

USOS	
Activos fijos	$ 26.830,00
Capital de trabajo neto	$ 13.799,79
Costo de producción	$ 40.492,56
Gasto de ventas	$ 3.652,88
Gastos administrativos	$ 15.731,12
Gastos financieros	$ 11.683,44
Participaciones empleados	$ 0,00
Impuestos	$ 0,00
TOTAL USOS	**$ 112.189,79**

TOTAL FUENTES	**$ 136.909,83**
menos	**(-)**
TOTAL USOS	**$ 112.189,79**
TOTAL 1er AÑO	**$ 24.720,040**

Elaborado por: Victor Valencia

Como se puede observar en el cálculo realizado en la tabla de FUENTES Y USOS; En el primer año de operaciones de empresa existe un excedente líquido por $18.364,30; es decir que las fuentes son suficientes para cubrir los usos generados por la operación de la empresa.

5.03.04 Amortización De Financiamiento

Como se había mencionado antes en el análisis de los gastos financieros, para completar la inversión necesaria para la implementación de la empresa es necesario requerir de un préstamo de $40.000,00 el cual será solicitado a la CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN), a un plazo de 4 años a una tasa de interés del 8,13% fijado por la misma entidad para la categoría del sector micro-empresarial.

TABLA 49.TABLA DE AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO CFN

Tabla de amortización préstamo a largo plazo Corporación Financiera Nacional				
Monto Crédito		$ 40.000,00		
Plazo		4 AÑOS (48 MESES o 1440 DÍAS)		
Amortización		Cada 30 días		
Interés		8.13%		
Cuota mensual		(47 cuotas de) $ 973,62 (1 cuota de) $ 940,39		
Cuota #	**Saldo Capital**	**Capital**	**Interés**	**Valor Cuota**
1	40,000.00	713.15	260.47	973,62
2	39,286.85	717.80	255.82	973,62
3	38,569.05	722.47	251.15	973,62
4	37,846.58	727.18	246.44	973,62
5	37,119.40	731.91	241.71	973,62
6	36,387.49	736.68	236.94	973,62
7	35,650.81	741.47	232.15	973,62
8	34,909.34	746.30	227.32	973,62
9	34,163.04	751.16	222.46	973,62
10	33,411.88	756.05	217.57	973,62
11	32,655.83	760.98	212.64	973,62
12	31,894.85	765.93	207.69	973,62
13	31,128.92	770.92	202.70	973,62
14	30,358.00	775.94	197.68	973,62
15	29,582.06	780.99	192.63	973,62
16	28,801.07	786.08	187.54	973,62
17	28,014.99	791.20	182.42	973,62

18	27,223.79	796.35	177.27	973,62
19	26,427.44	801.53	172.09	973,62
20	25,625.91	806.75	166.87	973,62
21	24,819.16	812.01	161.61	973,62
22	24,007.15	817.29	156.33	973,62
23	23,189.86	822.62	151.00	973,62
24	22,367.24	827.97	145.65	973,62
25	21,539.27	833.36	140.26	973,62
26	20,705.91	838.79	134.83	973,62
27	19,867.12	844.25	129.37	973,62
28	19,022.87	849.75	123.87	973,62
29	18,173.12	855.28	118.34	973,62
30	17,317.84	860.85	112.77	973,62
31	16,456.99	866.46	107.16	973,62
32	15,590.53	872.10	101.52	973,62
33	14,718.43	877.78	95.84	973,62
34	13,840.65	883.49	90.13	973,62
35	12,957.16	889.25	84.37	973,62
36	12,067.91	895.04	78.58	973,62
37	11,172.87	900.87	72.75	973,62
38	10,272.00	906.73	66.89	973,62
39	9,365.27	912.64	60.98	973,62
40	8,452.63	918.58	55.04	973,62
41	7,534.05	924.56	49.06	973,62
42	6,609.49	930.58	43.04	973,62
43	5,678.91	936.64	36.98	973,62
44	4,742.27	942.74	30.88	973,62
45	3,799.53	948.88	24.74	973,62
46	2,850.65	955.06	18.56	973,62
47	1,895.59	961.28	12.34	973,62
48	934.31	934.31	6.08	940,39
TOTAL:		40,000.00	6,700.53	46,700.53

Fuente: Corporación Financiera Nacional (CFN), Ecuador
Elaborado por: Victor Valencia

5.03.05 Depreciaciones

Para el normal funcionamiento de la empresa como ya se ha mencionado antes, la empresa necesita contar con: Instalaciones, maquinarias y equipos, Equipos de computación, Equipos de oficina, Muebles y enseres y Software´s; necesarios para el normal funcionamiento de la empresa. Dichos elementos son sujetos a depreciación, cuyo detalle se presentan a continuación en sus diferentes áreas:

- **Área De Producción**

TABLA 50.DEPRECIACIONES ÁREA DE PRODUCCIÓN

DEPRECIACIONES ÁREA DE PRODUCCIÓN								
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% A DEPRE-CIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
MAQUINARIA								
Impresora Xerox® Versant® 80 Press	1	7000	7000	15	$ 1.050,00	$ 87,50	6,7	80
Plotter HP DDESINGJET T520	1	2500	2500	15	$ 375,00	$ 31,25	6,7	80
Impresora EPSON TX520	1	750	750	15	$ 112,50	$ 9,38	6,7	80
Guillotina cizalla manual de 80cm	1	500	500	15	$ 75,00	$ 6,25	6,7	80
Cámara Sony A560 Full HD	1	500	500	15	$ 75,00	$ 6,25	6,7	80
Trípode cámara	1	80	80	15	$ 12,00	$ 1,00	6,7	80
EQUIPO DE COMPUTACIÓN EN ÁREA DE PRODUCCIÓN								
Computadora iMac	3	1600	4800	33,3	$ 1.599,84	$ 133,32	3	36
EQUIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN ÁREA DE PRODUCCIÓN								
Creative Suite 6 Máster Collection	3	3000	9000	25	$ 2.250,00	$ 187,50	4	48
TOTAL A DEPRECIAR			25130		$ 5.549,34	$ 462,45		

Elaborado por: Victor Valencia

- **Edificios (Instalaciones)**

TABLA 51.DEPRECIACION EDIFICIOS (INSTALACIONES)

DEPRECIACIÓN EDIFICIOS								
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% A DEPRE-CIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
EDIFICIOS								
Inmueble	1	30000	30000	5	$ 1.500,00	$ 125,00	20	240
TOTAL A DEPRECIAR			30000		$ 1.500,00	$ 125,00		

Elaborado por: Victor Valencia

Cabe mencionar que se incluye la depreciación de edificios que en nuestro caso son las instalaciones donde funcionara la empresa que esta avaluada en un monto de $30.000,00 por la cual se pagara un arriendo mensual de $600,00; sin embargo esta, se encontrará expuesta al deterioro por su uso, por lo cual su depreciación se debe tomar en cuenta en el área de producción.

- **Área Administrativa**

TABLA 52.DEPRECIACIONES ÁREA ADMINISTRATIVA

DEPRECIACIONES ÁREA ADMINISTRATIVA								
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% A DEPRE-CIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
EQUIPO DE COMPUTACIÓN EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
Computadora de escritorio core i3	1	750	750	33,3	$ 249,98	$ 20,83	3	36
EQUIPOS DE OFICINA								
Impresora multifunción	1	350	350	10	$ 35,00	$ 2,92	10	120
Teléfono fijo de extensiones	1	80	80	10	$ 8,00	$ 0,67	10	120
Teléfonos inalámbricos	2	60	120	10	$ 12,00	$ 1,00	10	120
MUEBLES Y ENSERES								
Mesa de trabajo	2	100	200	10	$ 20,00	$ 1,67	10	120
EQUIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
Software Contable	1	200	200	25	$ 50,00	$ 4,17	4	48
TOTAL A DEPRECIAR			1700		$ 374,98	$ 31,25		

Elaborado por: Victor Valencia

- **Depreciaciones Consolidadas**

TABLA 53.DEPRECIACIONES CONSOLIDADAS

DEPRECIACIONES CONSOLIDADAS ACTIVOS FIJOS								
DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	%	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑOS A DEPRECIAR	MESES A DEPRECIAR
MAQUINARIA ÁREA DE PRODUCCIÓN								
Impresora Xerox® Versant® 80 Press	1	7000	7000	15	$ 1.050,00	$ 87,50	6,7	80
Plotter HP DDESINGJET T520	1	2500	2500	15	$ 375,00	$ 31,25	6,7	80
Impresora EPSON TX520	1	750	750	15	$ 112,50	$ 9,38	6,7	80
Guillotina cizalla manual de 80cm	1	500	500	15	$ 75,00	$ 6,25	6,7	80
Cámara Sony A560 Full HD	1	500	500	15	$ 75,00	$ 6,25	6,7	80
Trípode cámara	1	80	80	15	$ 12,00	$ 1,00	6,7	80
EQUIPO DE COMPUTACIÓN EN ÁREA DE PRODUCCIÓN								
Computadora iMac	3	1600	4800	33,33	$ 1.599,84	$ 133,32	3	36
EQUIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN ÁREA DE PRODUCCIÓN								
Creative Suite 6 Máster Collection	3	3000	9000	25	$ 2.250,00	$ 187,50	4	48
EDIFICIOS								
Inmueble	1	30000	30000	5	$ 1.500,00	$ 125,00	20	240
EQUIPO DE COMPUTACIÓN EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
Computadora de escritorio core i3	1	750	750	33,33	$ 249,98	$ 20,83	3	36
EQUIPOS DE OFICINA ÁREA ADMINISTRATIVA								
Impresora multifunción	1	350	350	10	$ 35,00	$ 2,92	10	120
Teléfono fijo de extensiones	1	80	80	10	$ 8,00	$ 0,67	10	120
Teléfonos inalámbricos	2	60	120	10	$ 12,00	$ 1,00	10	120
MUEBLES Y ENSERES ÁREA ADMINISTRATIVA								
Mesa de trabajo	2	100	200	10	$ 20,00	$ 1,67	10	120
EQUIPO DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN ÁREA ADMINISTRATIVA								
Software Contable	1	200	200	25	$ 50,00	$ 4,17	4	48
TOTAL A DEPRECIAR			56830		7424,32	618,69		

Elaborado por: Victor Valencia

5.03.06 Estado De Situación Inicial

TABLA 54.ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL ECLIPSE "TALLER CREATIVO"	
ACTIVOS	
ACTIVO CIRCULANTE	
Caja bancos	$ 39.072,21
Inventario materia prima	$ 2.327,16
TOTAL	$ 41.399,36
ACTIVO FIJO	
Activo fijo bruto	$ 26.830,00
Depreciación acumulada	7424,32
Interés préstamo acumulado	6555,72
TOTAL	$ 40.810,04
ACTIVO FIJO INTANGIBLE	
Puesta en marcha	$ 500,00
Amortización gastos de constitución	$ 200,00
Garantía inmueble arrendado	$ 1.200,00
TOTAL	$ 1.900,00
TOTAL ACTIVO	**$ 84.109,40**

PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Pasivo corriente	$ 27.599,58
PASIVO NO CORRIENTE	
Préstamo CFN	$ 40.000,00
TOTAL PASIVO	**$ 67.599,58**

PATRIMONIO	
Capital Social (Activo-Pasivo)	$ 16.509,83
TOTAL PATRIMONIO	**$ 16.509,83**

TOTAL PASIVO(+)PATRIMONIO	**$ 84.109,41**

Elaborado por: Victor Valencia

5.03.07 Estado De Resultados

Para el cálculo de las proyecciones en el Estado de pérdidas y Ganancias o también conocido como, Estado de resultados; nos hemos basado en la Inflación anual acumulada que es del 2,52% según la última publicación de los estados macro económicos del país que da el Banco Central del Ecuador.

TABLA 55.ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

ECLIPSE "TALLER CREATIVO" ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS O ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS	**$ 80.400,00**	**$ 82.426,08**	**$ 84.503,22**	**$ 86.632,70**	**$ 88.815,84**
(-)COSTO DE PRODUCCIÓN	$ 40.492,56	$ 41.512,97	$ 42.559,10	$ 43.631,59	$ 44.731,10
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	**$ 39.907,44**	**$ 40.913,11**	**$ 41.944,12**	**$ 43.001,11**	**$ 44.084,74**
(-)GASTO VENTAS	$ 3.652,88	$ 3.744,93	$ 3.839,30	$ 3.936,06	$ 4.035,24
UTILIDAD NETA EN VENTAS	**$ 36.254,56**	**$ 37.168,17**	**$ 38.104,81**	**$ 39.065,05**	**$ 40.049,49**
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 15.731,12	$ 16.127,54	$ 16.533,96	$ 16.950,61	$ 17.377,77
UTILIDAD EN OPERACIÓN	**$ 20.523,44**	**$ 21.040,63**	**$ 21.570,85**	**$ 22.114,44**	**$ 22.671,72**
(-)GASTOS FINANCIEROS	$ 11.683,44	$ 11.683,44	$ 11.683,44	$ 11.683,44	Préstamo CFN Cancelado
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	**$ 8.840,00**	**$ 9.357,19**	**$ 9.887,41**	**$ 10.431,00**	**$ 22.671,72**
(-)15% TRABAJADORES	$ 1.326,00	$ 1.359,42	$ 1.393,67	$ 1.428,79	$ 1.464,80
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	**$ 7.514,00**	**$ 7.997,78**	**$ 8.493,74**	**$ 9.002,21**	**$ 21.206,93**
(-)25% IMPUESTO A LA RENTA	$ 1.878,50	$ 1.925,84	$ 1.974,37	$ 2.024,12	$ 2.075,13
TOTAL UTILIDAD NETA PROYECTADA	**$ 5.635,50**	**$ 6.071,94**	**$ 6.519,37**	**$ 6.978,08**	**$ 19.131,79**

Elaborado por: Victor Valencia

5.03.08 Flujo De Caja

El flujo de caja es aquel donde se reflejan los diversos movimientos de entrada y salida de efectivo en un periodo determinado, éste sirve para evidenciar el nivel de liquidez de una empresa.

Para los posteriores cálculos a continuación presentamos el Flujo de caja proyectado de la empresa, Eclipse "Taller Creativo"; éste refleja el flujo neto anual proyectado, resultado de las operaciones de producción de la empresa.

TABLA 56.FLUJO DE CAJA PROYECTADO

ECLIPSE "TALLER CREATIVO" FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INGRESOS					
VENTAS PROYECTADAS	$ 80.400,00	$ 82.426,08	$ 84.503,22	$ 86.632,70	$ 88.815,84
TOTAL INGRESOS	**$ 80.400,00**	**$ 82.426,08**	**$ 84.503,22**	**$ 86.632,70**	**$ 88.815,84**
(-) EGRESOS					
COSTO DE PRODUCCIÓN	$ 40.492,56	$ 41.512,97	$ 42.559,10	$ 43.631,59	$ 44.731,10
GASTO VENTAS	$ 3.652,88	$ 3.744,93	$ 3.839,30	$ 3.936,06	$ 4.035,24
GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 15.731,12	$ 16.127,54	$ 16.533,96	$ 16.950,61	$ 17.377,77
GASTOS FINANCIEROS	$ 11.683,44	$ 11.683,44	$ 11.683,44	$ 11.683,44	CFN OK
(-)15% TRABAJADORES	$ 1.326,00	$ 1.359,42	$ 1.393,67	$ 1.428,79	$ 1.464,80
(-)25% IMPUESTO A LA RENTA	$ 1.878,50	$ 1.925,84	$ 1.974,37	$ 2.024,12	$ 2.075,13
TOTAL EGRESOS	**$ 74.764,50**	**$ 76.354,14**	**$ 77.983,84**	**$ 79.654,61**	**$ 69.684,05**
FLUJO NETO PROYECTADO	**$ 5.635,50**	**$ 6.071,94**	**$ 6.519,37**	**$ 6.978,08**	**$ 19.131,79**

Elaborado por: Victor Valencia

5.04 Evaluación

La Evaluación se la considera como una herramienta esencial que permite evidenciar diversa información a fin de establecer diversos criterios de decisión sobre la inversión en un proyecto determinado; ésta tiene como objetivo determinar aspectos tanto positivos como negativos resultantes de una posible inversión determinada.

5.04.01 Tasa De Descuento

Al momento de evaluar la factibilidad financiera de un proyecto de inversión, es necesario establecer como insumo una tasa de descuento. Para nuestro caso específico utilizaremos una tasa del 17% que es la establecida en el Ecuador por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos "INEC"

5.04.02 Van (Valor Actual Neto)

Es un indicador del valor del dinero a través del tiempo; éste proporciona una medida de rentabilidad del proyecto, expresado en los valores actualizados del dinero tanto que ingresa como en el que sale de la empresa.

Para el cálculo correspondiente del VAN, se utilizará la siguiente fórmula.

$$\boldsymbol{VAN = \sum \frac{FN}{(1+i)^n}}$$

Donde:

FN: Sumatoria del flujo neto entre ingresos y egresos actualizados

i: Tasa de interés "La tasa de interés que se utilizará es del 17% según el INEC"

n: 5 Años que es el tiempo de duración del proyecto

Para proceder al cálculo del Valor Actual Neto "VAN", es antes necesario actualizar los ingresos y egresos proyectados; para lo cual se utilizará la siguiente fórmula:

$$P = \frac{S}{1 + i^n}$$

Donde:

P: Valor Inicial

S: Valor Final

TABLA 57.INGRESOS, EGRESOS y NETOS ACTUALIZADOS

INGRESOS Y EGRESOS NETOS ACTUALIZADOS					
AÑOS	INGRESOS	**INGRESOS ACTUALIZADOS**	EGRESOS	**EGRESOS ACTUALIZADOS**	***NETOS***
1	$ 80.400,00	**$ 74.667,78**	$ 74.764,50	**$ 69.032,28**	***$ 5.635,50***
2	$ 82.426,08	**$ 76.693,86**	$ 76.354,14	**$ 70.621,92**	***$ 6.071,94***
3	$ 84.503,22	**$ 78.771,00**	$ 77.983,84	**$ 72.251,62**	***$ 6.519,37***
4	$ 86.632,70	**$ 80.900,48**	$ 79.654,61	**$ 73.922,39**	***$ 6.978,08***
5	$ 88.815,84	**$ 83.083,62**	$ 69.684,05	**$ 63.951,83**	***$ 19.131,79***
TOTAL	**$ 422.777,84**	**$ 394.116,74**	**$ 378.441,15**	**$ 349.780,05**	***$ 44.336,69***

Elaborado por: Victor Valencia

$$\boldsymbol{VAN = \sum \frac{FN}{(1+i)^n}}$$

$$\boldsymbol{VAN = \sum \frac{44.336,69}{(1+17\%)^5}}$$

$$\boldsymbol{VAN = \sum \frac{44.336,69}{2,19}}$$

$$\boldsymbol{VAN = 20.222,4578}$$

El Valor Actual Neto "VAN" se lo interpreta en términos absolutos y para su interpretación existen tres diferentes casos:

1) VAN > 0; Se interpreta que existe un excedente entre ingresos y gastos, es decir que la inversión producirá ganancias, lo que hace referencia a que esta será recuperada.
2) VAN < 0; Se interpreta que lo producido no es suficiente para cubrir los gastos, lo que hace referencia a que la inversión no reflejará resultados positivos, y se deberá tomar medidas para remediar esto.
3) VAN = 0; Se interpreta que la inversión no producirá ni perdidas ni ganancias, si no que se recuperara lo mismo que se ha invertido en el tiempo proyectado.

En nuestro caso especifico el VAN obtenido es de $\boldsymbol{20.222,4578 > 0;}$ De lo cual se puede interpretar que la inversión no solo generara lo suficiente para cubrir los gastos, sino que también dejara una utilidad en el tiempo proyectado lo que se le llama un superávit.

5.04.03 TIR (Tasa Interna De Retorno)

Representa la rentabilidad, producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo en las operaciones propias de la empresa; así como también es un indicador de la rentabilidad del proyecto.

En el caso de nuestra empresa el TIR que se implementará es del 21%, según los índices adecuados establecidos para proyectos nuevos, por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos "INEC"

5.04.04 PRI (Periodo De Recuperación De Inversión)

Se interpreta como el tiempo necesario para recuperar el capital invertido; para este fin se realiza dos planes de recuperación de inversión, donde a partir del 4to año los valores se incrementan por ya haber terminado el plazo de amortización del préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN).

- PRI, según los valores netos proyectados con el 2,52% de Inflación Anual Acumulada según el Banco Central del Ecuador; Donde encontramos que la inversión será recuperada en un plazo de 5 Años y 8 meses, con las cuotas detalladas a continuación durante el plazo de tiempo mencionado. Cabe mencionar que para el cálculo de las cuotas mensuales a partir del 5to año; se proyecto los ingresos de este último con el valor de la Inflación Anual Acumulada, mientras que para las cuotas mensuales a este último valor obtenido se lo dividió para 12 meses.

TABLA 58. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN (PRI)		
INVERSIÓN		$ 56.509,83
PRI	5 Años, 8 Meses	
Para el cálculo de las cuotas mensuales a partir del 5to año; se proyecto los ingresos de este último, obteniendo el 6to año ($19.613,92) y se los dividió para 12 meses, con lo que se obtiene ($1.634,49)		
TIEMPO	CUOTA (Según los valores netos proyectados)	VALOR RESIDUAL
		$ 56.509,83
AÑO 1	$ 5.635,50	$ 50.874,33
AÑO 2	$ 6.071,94	$ 44.802,39
AÑO 3	$ 6.519,37	$ 38.283,02
AÑO 4	$ 6.978,08	$ 31.304,93
AÑO 5	$ 19.131,79	$ 12.173,14
MES 1	$ 1.634,49	$ 10.538,65
MES 2	$ 1.634,49	$ 8.904,15
MES 3	$ 1.634,49	$ 7.269,66
MES 4	$ 1.634,49	$ 5.635,17
MES 5	$ 1.634,49	$ 4.000,68
MES 6	$ 1.634,49	$ 2.366,18
MES 7	$ 1.634,49	$ 731,69
MES 8	$ 731,69	$ 0,00
TOTAL	$ 56.509,83	

Elaborado por: Victor Valencia

- PRI "Auxiliar", Este se lo realiza como información de refuerzo; siendo que la empresa no se expusiese a los índices de crecimiento progresivo que poseen las pymes en el Ecuador, con los valores de inflación anual acumulada antes mencionados. Los cálculos respectivos se los realiza con los valores netos proyectados únicamente al 1er año de funcionamiento de la empresa donde los ingresos netos son de $ 5.635,50; En éste encontramos que la inversión será recuperada en un plazo de 6 años, con las cuotas detalladas a continuación durante el plazo de tiempo antes mencionado. Así

mismo cabe mencionar que para el cálculo de las cuotas mensuales a partir del 5to año; se proyecto los ingresos de este último, obteniendo el 6to año $19.613,92 y se los dividió para 12 meses, con lo que se obtiene cuotas mensuales de $1.634,49

TABLA 59. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN "AUXILIAR"

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN (PRI) "AUXILIAR"		
INVERSIÓN		$ 56.509,83
PRI		6 AÑOS
Para el cálculo de la cuota del 5to año, se resta de los ingresos proyectados el 1er año ($5.635,50) el valor anual que se pagaba a la CFN ($11.683,44) obteniendo un total = ($17.318,94), que dividido para 12meses se obtiene ($1.443,25)		
TIEMPO	CUOTA (Según ingresos proyectados únicamente al 1er año)	VALOR RESIDUAL
		$ 56.509,83
AÑO 1	$ 5.635,50	$ 50.874,33
AÑO 2	$ 5.635,50	$ 45.238,83
AÑO 3	$ 5.635,50	$ 39.603,33
AÑO 4	$ 5.635,50	$ 33.967,83
AÑO 5	$ 17.318,94	$ 16.648,89
MES 1	$ 1.443,25	$ 15.205,64
MES 2	$ 1.443,25	$ 13.762,40
MES 3	$ 1.443,25	$ 12.319,15
MES 4	$ 1.443,25	$ 10.875,91
MES 5	$ 1.443,25	$ 9.432,66
MES 6	$ 1.443,25	$ 7.989,42
MES 7	$ 1.443,25	$ 6.546,17
MES 8	$ 1.443,25	$ 5.102,93
MES 9	$ 1.443,25	$ 3.659,68
MES 10	$ 1.443,25	$ 2.216,44
MES 11	$ 1.443,25	$ 773,19
MES 12	$ 773,19	$ 0,00
TOTAL	$ 56.509,83	

Elaborado por: Victor Valencia

5.04.05 Relación Costo Beneficio

Este es un indicador del grado de factibilidad que tiene un proyecto, en el cual en base a los ingresos y egresos netos actualizados se determina el beneficio por unidad monetaria que se obtiene en el proceso productivo de la empresa.

La relación Costo Beneficio se la interpreta valores monetarios con una relación en centavos por cada dólar invertido, y se puede interpretar de dos formas:

1) **C/B > 0;** Índice monetario de utilidad que se obtendrá por cada dólar invertido; Donde ya sea C/B > 0 Es decir el proyecto tiene viabilidad y es aceptable o C/B = 0, El proyecto es viable pero debe reajustarse para obtener utilidad.
2) **C/B < 0;** Índice monetario de perdida donde cada dólar invertido no genera ningún valor de utilidad, es decir el proyecto no es beneficioso ni viable.

Para el cálculo concerniente a la Relación Costo/Beneficio "CB" es necesaria la tasa de descuento antes aplicada que es de 17% para el año 2014 según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos "INEC"; así como también la tabla de ingresos y egresos actualizados antes obtenida.

TABLA 60.INGRESOS, EGRESOS ACTUALIZADOS CÁLCULO CB

INGRESOS, EGRESOS ACTUALIZADOS PARA EL CÁLCULO COSTO BENEFICIO (CB)				
AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	$ 80.400,00	$ 74.764,50	$ 74.667,78	$ 69.032,28
2	$ 82.426,08	$ 76.354,14	$ 76.693,86	$ 70.621,92
3	$ 84.503,22	$ 77.983,84	$ 78.771,00	$ 72.251,62
4	$ 86.632,70	$ 79.654,61	$ 80.900,48	$ 73.922,39
5	$ 88.815,84	$ 69.684,05	$ 83.083,62	$ 63.951,83
TOTAL	**$ 422.777,84**	**$ 378.441,15**	**$ 394.116,74**	**$ 349.780,05**

Elaborado por: Victor Valencia

$$CB = \frac{\frac{total\ ingresos}{(1+i)^n}}{\frac{total\ egresos}{(1+i)^n}} - 1$$

$$CB = \frac{\frac{total\ ingresos}{(1+17\%)^5}}{\frac{total\ egresos}{(1+17\%)^5}} - 1$$

$$CB = \frac{\frac{394.116,74}{2,19}}{\frac{349.780,05}{2,19}} - 1$$

$$CB = \frac{179.761,04}{159.538,58} - 1$$

$$CB = 1,13 - 1$$

$$CB = 0,13$$

Como se puede evidenciar la relación costo beneficio es 0,13; lo que se interpreta que por cada dólar invertido se obtendrá 0,13 centavos de beneficio; así como también podemos expresar la viabilidad y rentabilidad del proyecto puesto a que se obtiene una utilidad resultante de la inversión realizada.

5.04.06 Punto De Equilibrio

Es un indicador donde se puede identificar el punto mínimo de producción que se debe tener para no incurrir en perdidas; consiste en encontrar un punto medio donde se igualen los costos totales "fijos y variables" a los ingresos por ventas.

TABLA 61.PROYECCIÓN DE COSTOS FIJOS, VARIABLES Y VENTAS

PROYECCIONES DE INGRESOS, COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES					
DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INGRESOS					
VENTAS PROYECTADAS	**$ 80.400,00**	**$ 82.426,08**	**$ 84.503,22**	**$ 86.632,70**	**$ 88.815,84**
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	$ 19.225,54	$ 19.710,02	$ 20.206,72	$ 20.715,93	$ 21.237,97
MANO DE OBRA INDIRECTA	$ 10.810,52	$ 11.082,95	$ 11.362,24	$ 11.648,56	$ 11.942,11
DEPRECIACIONES CONSOLIDADAS	$ 7.049,34	$ 7.226,98	$ 7.409,10	$ 7.595,81	$ 7.787,23
SUELDOS Y SALARIOS	$ 9.408,00	$ 9.645,08	$ 9.888,14	$ 10.137,32	$ 10.392,78
AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN	$ 200,00	$ 205,04	$ 210,21	$ 215,50	$ 220,93
PRÉSTAMO CFN	11683,44	11683,44	$ 11.683,44	$ 11.683,44	"CFN" OK
TOTAL COSTOS FIJOS	**$ 58.376,84**	**$ 59.553,51**	**$ 60.759,84**	**$ 61.996,56**	**$ 51.581,02**
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA DIRECTA	$ 1.595,16	$ 1.635,36	$ 1.676,57	$ 1.718,82	$ 1.762,13
MATERIAL INDIRECTO	$ 732,00	$ 750,45	$ 769,36	$ 788,75	$ 808,62
SERVICIOS BÁSICOS	$ 600,00	$ 615,12	$ 630,62	$ 646,51	$ 662,80
SERVICIO DE INTERNET	$ 888,00	$ 910,38	$ 933,32	$ 956,84	$ 980,95
AMORTIZACIÓN GASTO VENTAS	$ 304,41	$ 312,08	$ 319,94	$ 328,00	$ 336,27
ÚTILES Y SUMINISTROS DE OFICINA	$ 1.200,00	$ 1.230,24	$ 1.261,24	$ 1.293,03	$ 1.325,61
ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	$ 240,00	$ 246,05	$ 252,25	$ 258,61	$ 265,12
ARRIENDO OFICINA	$ 7.200,00	$ 7.381,44	$ 7.567,45	$ 7.758,15	$ 7.953,66
IMPREVISTOS ÁREA ADMINISTRATIVA	$ 360,00	$ 369,07	$ 378,37	$ 387,91	$ 397,68
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES 15%	$ 1.326,00	$ 1.359,42	$ 1.393,67	$ 1.428,79	$ 1.464,80
IMPUESTO A LA RENTA 35%	$ 1.878,50	$ 1.925,84	$ 1.974,37	$ 2.024,12	$ 2.075,13
TOTAL COSTOS VARIABLES	**$ 16.324,07**	**$ 16.735,43**	**$ 17.157,17**	**$ 17.589,53**	**$ 18.032,78**

Elaborado por: Victor Valencia

Una vez obtenidos los valores de los costos fijos y variables proyectados se procede al cálculo del punto de equilibrio, lo cual se lo realiza mediante la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{Costos\ Fijos}{\left(1 - \frac{Costos\ Variables}{Ingresos}\right)}$$

TABLA 62.PROYECCIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO

PROYECCIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS PROYECTADAS	$ 80.400,00	$ 82.426,08	$ 84.503,22	$ 86.632,70	$ 88.815,84
PUNTO DE EQUILIBRIO	$ 73.249,00	$ 74.725,44	$ 76.239,09	$ 77.790,89	$ 64.721,86

Elaborado por: Victor Valencia

5.04.07 Análisis De Índices Financieros

El presente análisis se lo realiza con la finalidad de determinar la factibilidad del proyecto a través de la interpretación y análisis de diversos indicadores.

Mediante los cálculos realizados anteriormente pudimos obtener índices financieros como:

La Tasa de Descuento que para nuestro caso específico utilizaremos una tasa del 17% que es la establecida para las Pymes en el Ecuador por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos "INEC"; misma me que se utilizo en los cálculos respectivos.

Valor Actual Neto "VAN" que es de $\mathbf{20.222,4578 > 0;}$ De lo cual se puede interpretar que la inversión no solo generara lo suficiente para cubrir los gastos, sino

que también dejara una utilidad en el tiempo proyectado lo que se le llama un superávit, que como empresa podemos determinar que el proyecto es aceptable.

La Tasa Interna de Retorno "TIR" que en el caso de nuestra empresa se implementará es del 21%, según los índices adecuados establecidos para proyectos nuevos, por el "INEC".

El "PRI" o Periodo de Retorno de Inversión; donde se proyectaron dos diferentes resultados; el primero es de un PRI de 5 Años, 8 Meses utilizando los ingresos proyectados con una tasa de inflación anual acumulada del 2,52% según el Banco Central del Ecuador. Y el segundo es de un PRI "Auxiliar" de 6 Años, utilizando los ingresos proyectados únicamente al 1er Año de operaciones de la empresa.

Relación Costo/Beneficio "CB"; donde encontramos como resultado 0,13; lo que se interpreta que por cada dólar invertido se obtendrá 0,13 centavos de beneficio; así como también podemos expresar la viabilidad y rentabilidad del proyecto puesto a que se obtiene una utilidad resultante de la inversión realizada.

En síntesis podemos determinar que la inversión realizada para la implementación, y funcionamiento de la empresa Eclipse "Taller Creativo" es la suficiente para obtener resultados favorables y rentables económicamente, así como también la recuperación de dicha inversión será posible recuperar en plazo máximo de 6 años en el peor de los casos donde la empresa no sufra ningún tipo de crecimiento y mantenga sus ventas al mínimo de su productividad.

CAPÍTULO VI

Análisis De Impactos

6.01 Impacto Ambiental

Es de vital importancia pensar en la relación que existe entre el ser humano y la naturaleza, es por esta razón que en los procesos utilizados en esta micro-empresa no se utilizará materiales que destruyan la naturaleza, al contrario se busca por todos los medios preservar la misma, es por eso que todos los servicios que se ofrecen no generan mayor impacto en el medio ambiente, puesto que se la utilización de tintas biodegradables contribuirá al cuidado de la naturaleza.

6.02 Impacto Económico

Realizar un análisis del impacto económico es de vital importancia, puesto que con la creación de una micro-empresa se abren nuevas oportunidades para el productor y el consumidor, ya que se crea una economía interna que ayuda al crecimiento de nuestro país, además de abrirse nuevas plazas de trabajo que contribuyen al desarrollo de la sociedad y al mejoramiento del nivel de vida de todos quienes intervengan en este proceso.

6.03 Impacto Productivo

Con la creación de esta micro-empresa se busca generar fuentes de trabajo dignas que ayuden a mejorar el nivel de vida de cada integrante de esta micro-empresa, además de ofrecer productos y servicios con la mejor calidad del mercado que cumplirán con todas las expectativas propuestas en la misma ya que se utilizarán procesos eficientes para obtener resultados precisos.

6.04 Impacto Social

La creación de esta micro-empresa se realizará bajo ciertos parámetros que ayudarán a generar fuentes de empleo, y a cuidar la naturaleza; es por eso se tomará muy en cuenta valores éticos, que nos enseñaran a tener una conducta adecuada en todas la actividades realizadas y a la vez nos ayuda a tener una conciencia clara por el respeto a la vida humana, animal y vegetal, también se tomará en cuenta la pluriculturalidad y plurinacionalidad de cada una de las personas para así llegar a tener una sociedad más estable, confiable y equilibrada que incluya a todos por igual respetando deberes y derechos de los mismos.

CAPÍTULO VII

Conclusiones Y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Una vez analizado el proyecto en su totalidad se puede concluir que:

- Se pudo determinar que en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, no existen muchas empresas dedicadas al Diseño WEB, Multimedia y Publicitario, por lo que no se considera que exista mayor amenaza para nuestra Micro-empresa.
- En el sector existen dudas al momento de decidirse por un lugar para realizar sus trabajos de Diseño WEB, Multimedia y Publicitario, es por eso que se creara una estrategia publicitaria que cumpla con las expectativas de los Microempresarios del sector.
- En el estudio de mercado realizado se evidencia que el 97% de nuestra población encuestada está dispuesto a invertir en estos servicios, es por ello que "Eclipse Taller Creativo" está dispuesto a brindar un servicio de calidad satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.
- Los servicios brindados por "Eclipse Taller Creativo" están realizados por profesionales de alto nivel, estos servicios serán brindados gracias a que existirá una integración de todas las áreas de muestra Micro-empresa con el fin de desarrollar productos y servicios destacados en resultados.
- En definitiva este proyecto de estudio de factibilidad que incluye investigación de mercado, análisis de información, determinación de datos, cálculo de indicadores y que es económicamente realizable y socialmente

viable brindara productos y servicios de calidad para el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

7.02 Recomendaciones

En base a las conclusiones anteriores se recomienda que:

- Dar una capacitación adecuada a nuestro personal para brindar una atención de calidad a nuestra clientela.
- Utilizar maquinaria adecuada para satisfacer las necesidades del cliente, tanto en la calidad de los productos y servicios ofrecidos como el tiempo de entrega y los precios accesibles.
- Realizar campañas publicitarias que llenen las expectativas de los Pobladores del Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, ofreciendo descuentos y promociones.
- Realizar constantemente estudios financieros que ayuden a tomar decisiones seguras y confiables para el crecimiento de nuestra micro-empresa.
- Desarrollar estrategias de publicidad para dentro de un lapso de tiempo dar a conocer nuestros servicios a nivel nacional.

Bibliografía

Banco Central del Ecuador. (2014). Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica. Obtenido de: http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos/estudio_macroeconomico_072014.pdf

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2014). Censo de Población y Vivienda 2010. Obtenido de: http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2014). Ecuador en Cifras. Obtenido de: http://www.Ecuadorencifras.gob.ec/nuevo-marco-conceptual

Cuerpo de Bomberos de Quito. (2014) Permisos de funcionamiento. Obtenido de: http://www.bomberosQuito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6

Revista Ekos Ecuador. (2013). Las Pymes en el Ecuador. Obtenido de: http://www.ekosnegocios.com/negocios/contenido.aspx?idArt=1229

Superintendencia de Compañías. (2012). Programa Indicador. Obtenido de: http://www.supercom.gob.ec/index.php/pymes. aspx?idArt= article&id=5645:análisis_de_pymes&catid=24354&Itemid=64354

Servicio de Rentas Internas (2014). Portal de servicios. Obtenido de: http://www.sri.gob.ec/web/guest/home

Senplades. (2014) Plan Nacional del Buen Vivir. Obtenido de: http://www.buenvivir.gob.ec