



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA
DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES
FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS
Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA,
EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.**

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

Autor: Jorge Luis Muñoz Reino

Tutor: Ing. Fernando Carrera

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA

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

Jorge Luis Muñoz Reino

171651435-9

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTES.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título en Tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARAPRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014."**, el cual incluye la creación y desarrollo de la Identidad Corporativa y Manual de Usuario, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la Identidad Corporativa y Manual de Usuario, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

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

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la creación de la Identidad Corporativa y Manual de Usuario descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para si ningún privilegio especial (archivos editables, manuales de uso etc.). El Cesionario podrá explotar la Identidad Corporativa y Manual de Usuario por cualquier medio o procedimiento tal como lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir entre otros: a) La Reproducción de la Identidad Corporativa y Manual de Usuario por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de la Identidad Corporativa y Manual de Usuario; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización; d) Cualquier transformación o modificación de la Identidad Corporativa y Manual de Usuario; e) La protección y registro en el IEPI de la creación de la Identidad Corporativa y Manual de Usuario a nombre del Cesionario f) Ejercer la protección jurídica de la creación de la Identidad Corporativa y Manual de Usuario; 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: OBLIGACIONES DEL CEDENTE.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la creación de la Identidad Corporativa y Manual de Usuario que es el objeto del presente contrato, como tampoco

emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la creación de la Identidad Corporativa y Manual de Usuario a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La sesión 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, JURISDICCION Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de este, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible se solicitara la asistencia de un Mediador de Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuera 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 sujetara a los 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 Arbitro será seleccionado con forme a lo establecido a la Ley de Arbitraje y Mediación: b) Las partes renunciaran 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 Arbitro 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;

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

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

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

En aceptación a los _____ días del mes de _____ del dos mil catorce

f) _____

f) _____

C.C No. 171651435-9

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo es el resultado de la entrega y dedicación durante 3 años, por lo que agradezco a Dios por haberme permitido llegar hasta el final de mi sueño, a mi futura esposa Andrea K. Padilla P. por haber sido mi compañera durante todo este camino, mi inspiración y mi motor que me apoyó incondicionalmente.

DEDICATORIA

A Dios por estar presente en cada segundo de mi vida,
A mi novia por soñar junto a mí durante mi carrera y por
haber siempre estado trabajando a mi lado para hacer de
este mí sueño una realidad, y
A mi madre que siempre ha estado junto a mí guiando
mi camino.

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I: Introducción.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes.....	3
CAPITULO II: Análisis Situacional.	8
2.01 Ambiente Externo.....	8
2.01.01Factor Económico.....	9
2.01.01.01 Inflación.....	9
2.01.01.02 Tasa de Interés.....	12
2.01.01.03 Producto Interno Bruto (P.I.B.).....	13
2.01.01.04 Empleo.....	15
2.01.02 Factor Social.....	16
2.01.03 Factor Legal.....	17
2.01.03.01 Superintendencia de Compañías.....	17
2.01.03.02 Servicio de Rentas Internas.....	18
2.01.03.03 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.....	21

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

2.01.03.04 Patente Municipal.....	22
2.01.03.05 Cuerpo de bomberos.....	23
2.01.04 Factor Tecnológico.....	24
2.02 Entorno Local.....	27
2.02.01 Clientes.....	27
2.02.02 Proveedores.....	28
2.02.03 Competidores.....	28
2.03 Análisis interno.....	29
2.03.01 Propuesta Estratégica.....	29
2.03.01.01 Misión.....	29
2.03.01.02 Visión.....	29
2.03.01.03 Objetivos.....	29
2.03.01.03.01 Objetivo General.....	29
2.03.01.03.02 Objetivos Específicos.....	30
2.03.01.04 Principios Y/O Valores.....	30
2.03.02 Gestión Administrativa.....	31

2.03.03 Gestión Operativa.....	32
2.03.04 Gestión Comercial.....	34
2.03.05 Análisis de las 4P.....	35
2.04 Análisis FODA.....	37
CAPITULO III: Estudio De Mercado.....	38
3.01 Análisis Del Consumidor.....	38
3.01.01 Determinación De La Población Y Muestra.....	39
3.01.01.01 Población estadística.....	39
3.01.01.02 Muestra.....	39
3.01.02 Técnicas De Obtención De Información.....	41
3.01.02.01 La Encuesta.....	42
3.01.03Análisis de la información.....	46
3.02 Oferta.....	55
3.02.01 Oferta Histórica.....	55
3.02.02 Oferta Actual.....	56
3.02.03 Oferta Proyectada.....	57

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

3.03 Productos Sustitutos.....	57
3.03.01 Oferta Histórica.....	58
3.03.02 Oferta Actual.....	58
3.03.03 Oferta Proyectada.....	58
3.04 Demanda.....	58
3.04.01 Demanda Histórica.....	59
3.04.02 Demanda Actual.....	62
3.04.03 Demanda Proyectada.....	62
3.05 Balance Oferta-Demanda.....	62
CAPITULO IV: Estudio Técnico.....	64
4.01 Tamaño del Proyecto.....	64
4.01.01 Capacidad Instalada.....	64
4.01.02 Capacidad óptima.....	65
4.02 Localización.....	66
4.02.01 Macro-localización.....	66
4.02.02 Micro-localización.....	67

4.02.03. Localización óptima.....	68
4.03 Ingeniería del Producto.....	70
4.03.01 Definición del B y S.....	70
4.03.01.01 Productos y Servicios.....	70
4.03.01.02 Elementos de la Imagen Corporativa.....	71
4.03.02 Distribución de la Planta.....	72
4.03.03 Proceso productivo.....	73
4.03.04 Direccionamiento Estratégico.....	75
4.03.04.01 Misión.....	75
4.03.04.02 Visión.....	75
4.03.04.03 Imagen corporativa del proyecto.....	75
4.03.04.04 Manual de identidad corporativa.	77
4.03.04.04.01 Manual corporativo.	77
4.03.04.04.02 Presentación del logotipo.....	78
4.03.04.04.03 Brief de la empresa.....	78
4.03.04.04.04 Logotipo y slogan.....	79

4.03.04.04.05 Tipografía del logotipo.....	81
4.03.04.04.06 Logotipo full color.....	85
4.03.04.04.07 Escala de grises.....	85
4.03.04.04.08 Logotipo positivo.....	86
4.03.04.04.09 Logotipo negativo.....	86
4.03.04.04.10 Colores y/o pantone CMYK – RGB.....	87
4.03.04.04.11 Disposiciones correctas e incorrectas.....	89
4.03.04.04.12 Disposiciones correctas e incorrectas Fondos.....	92
4.03.04.04.13 Papelería corporativa.....	97
4.03.04.04.14 Uniformes.....	106
4.03.04.04.15 Material P.O.P.	114
4.03.05 Cronograma del Proyecto.....	116
4.03.06 Maquinaria.....	117
4.03.07 Equipo.....	117
CAPITULO V: Estudio Financiero	119
5.01 Ingresos operacionales y no operacionales.....	119

5.02 Costos.....	121
5.02.01 Costos directos.....	121
5.02.02 Costos indirectos.....	122
5.02.03 Gastos administrativos.....	123
5.02.04 Costo de Ventas.....	124
5.02.05 Costo financiero.....	125
5.02.06 Costos Fijos y Variables.....	126
5.03 Inversiones.....	128
5.03.01 Inversión fija.....	128
5.03.01.01 Activos Fijos.....	130
5.03.01.02 Activos Nominales (Diferidos)	130
5.03.02 Capital de trabajo.....	130
5.03.03 Fuente de financiamiento y uso de fondos.....	131
5.03.04 Amortización de financiamiento (tabla de amortización).....	132
5.03.05 Depreciación.....	134
5.03.06 Estado de situación Inicial.....	135

5.03.07 Estado de resultados proyectado (a 5 años)	136
5.03.08 Flujo de Caja Proyectado.....	138
5.04 Evaluación.....	140
5.04.01 Tasa de descuento.....	140
5.04.02 Valor Actual Neto (VAN)	140
5.04.03 Tasa Interna de Retorno.....	141
5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	141
5.04.05 Relación Costo Beneficio.	141
5.04.06 Punto de Equilibrio.....	142
CAPITULO VI: Análisis de Impactos.....	145
6.01 Impacto Ambiental.....	145
6.02 Impacto económico.....	146
6.03 Impacto productivo.....	147
6.04 Impacto Social.....	148
CAPITULO VII: Conclusiones y recomendaciones.....	149
7.01 Conclusiones.....	149

7.02 Recomendaciones.....	150
Bibliografía.....	151
Net grafía.....	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación.....	11
Tabla 2 Tasa Interés Activa	12
Tabla 3 Producto Interno Bruto.....	14
Tabla 4 FODA.....	37
Tabla 5 Capacidad Instalada.....	65
Tabla 6 Micro-localización.....	66
Tabla 7 Macro-localización.....	67
Tabla 8 Cronograma del Proyecto.....	116
Tabla 9 Equipo.....	117
Tabla 10 Ingreso Operacional.....	120
Tabla 11 Costos Directos.....	122

Tabla 12 Costos indirectos.....	123
Tabla 13 Costos de ventas.....	124
Tabla 14 Costos financiero.....	125
Tabla 15 Nomina.....	127
Tabla 16 Costo fijo.....	127
Tabla 17 Costo Variable.....	128
Tabla 18 Inversión Fija.....	129
Tabla 19 Activos definidos.....	129
Tabla 20 Uso de fondos – Inversión Fija.....	131
Tabla 21 Activos definidos.....	132
Tabla 22 Amortización.....	133
Tabla 23 Depreciación.....	133
Tabla 24 Estado de situación Inicial.....	135
Tabla 25 Estado de resultados.....	137
Tabla 26 Flujo Proyectado.....	139
Tabla 27 Punto de Equilibrio.....	143
Tabla 28 Punto de Equilibrio Formulas.....	143

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Inflación.....	11
Gráfico 2 Tasa Interés Activa.....	13
Gráfico 3 Producto Interno Bruto.....	14
Gráfico 4 Gestión Administrativa.....	31
Gráfico 5 Gestión Operativa.....	33
Gráfico 6 Análisis Información 1.....	46
Gráfico 7 Análisis Información 2.....	47
Gráfico 8 Análisis Información 3.....	48
Gráfico 9 Análisis Información 4.....	49
Gráfico 10 Análisis Información 5.....	50
Gráfico 11 Análisis Información 6.....	51
Gráfico 12 Análisis Información 7.....	52
Gráfico 13 Análisis Información 8.....	53
Gráfico 14 Análisis Información 9.....	54
Gráfico 15 Utilidad Histórica.....	61
Gráfico 16 Localización Optima.....	69

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Gráfico 17 Distribución d la planta.....	73
Gráfico 18 Diagrama de flujo del proceso productivo.....	74
Gráfico 19 Logotipo.....	74
Gráfico 20 Logotipo de la marca.....	79
Gráfico 21 Isotipo de la marca.....	80
Gráfico 22 Slogan.....	80
Gráfico 23 Tipografía Logotipo.....	81
Gráfico 24 Mayúsculas.....	81
Gráfico 25 Minúsculas.....	82
Gráfico 26 Números.....	82
Gráfico 27 Signos.....	82
Gráfico 28 Tipografía Slogan.....	83
Gráfico 29 Mayúsculas.....	83
Gráfico 30 Minúsculas.....	84
Gráfico 31 Números.....	84
Gráfico 32 Signos.....	84
Gráfico 33 Logotipo full color.....	85
Gráfico 34 Escala de grises.....	85

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Gráfico 35 Logotipo Positivo.....	86
Gráfico 36 Logotipo negativo.....	86
Gráfico 37 Color Naranja.....	87
Gráfico 38 Color Gris.....	88
Gráfico 39 Forma Horizontal.....	89
Gráfico 40 Forma Vertical.....	89
Gráfico 41 Cambio en posición de Isotipo.....	90
Gráfico 42 Desproporción de logotipo verticalmente.....	90
Gráfico 43 Desproporción de logotipo horizontalmente.....	91
Gráfico 44 Desproporción de logotipo o deformación total.....	91
Gráfico 45 Sobre fondo oscuro y/o corporativo negro.....	92
Gráfico 46 Sobre fondo claro y/o corporativo naranja.....	92
Gráfico 47 Sobre fondo claro o blanco.....	93
Gráfico 48 Sobre fondo full color oscuro.....	93
Gráfico 49 Sobre fondo full color claro.....	94
Gráfico 50 Sobre fondo gris claro logo blanco.	94
Gráfico 51 Sobre fondo naranja logo full color.....	95
Gráfico 52 Sobre fondo gris logo full color.....	95

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Gráfico 53 Sobre fondo claro fondo blanco.....	96
Gráfico 54 Sobre fondo oscuro logo negro.....	96
Gráfico 55 Tarjeta de presentación.....	97
Gráfico 56 Hojas Membretadas.....	98
Gráfico 57 Sobre americano con ventana.....	99
Gráfico 58 Sobre americano sin ventana.....	100
Gráfico 59 Sobre Cartilla.....	101
Gráfico 60 Sobre Bolsa o Manila.....	102
Gráfico 61 Carpeta.....	103
Gráfico 62 Carpeta interna.....	104
Gráfico 63 Rotulo.....	105
Gráfico 64 Chompa Frontal Hombre.....	106
Gráfico 65 Chompa Posterior Hombre.....	107
Gráfico 66 Chompa Frontal Mujer.....	108
Gráfico 67 Chompa Posterior Mujer.....	109
Gráfico 68 Camisa Frontal.....	110
Gráfico 69 Camisa Posterior.....	111
Gráfico 70 Blusa Frontal.....	112

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Gráfico 71 Blusa Posterior.....	113
Gráfico 72 Toma Todo.....	114
Gráfico 73 Jarro Térmico.....	114
Gráfico 74 Llavero.....	115
Gráfico 75 Bolígrafo.....	116

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo está dedicado a la investigación y análisis para determinar la factibilidad de creación de una agencia de diseño dedicada al desarrollo de empaques y flexibles, para presentar soluciones creativas y sustentables dentro de la flexografía, en la Ciudad de Quito en el año 2014.

La finalidad de investigación de este proyecto es profundizar en la investigación de mercados, costos, estudio económico, requisitos para la creación de empresas, determinación del lugar donde se ubicará el proyecto, determinación de la imagen corporativa, logotipo, etc.

El principal objetivo se encuentra diseñado para la prestación de un servicio no existente en la ciudad, buscando brindar al mercado una solución efectiva, que cumpla con sus requerimientos, brindando finalmente un producto de calidad y que cumpla y hasta supere las expectativas de los clientes; por lo que fue necesario realizar un estudio completo a los posibles clientes y profundizar el estudio en el mercado, buscando respuestas sobre las necesidades reales de los consumidores finales.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Finalmente se concluye que es factible presentar en el mercado la creación de una agencia de diseño, pues los ingresos serían considerables, ya que es una propuesta innovadora, que rompe los esquemas a los cuales siempre estuvo acostumbrado el mercado de Quito.

La imagen corporativa juega un papel importante, pues es la representación de la esencia de la empresa.

ABSTRACT

This work is dedicated to research and analysis to determine the feasibility of creating a design agency dedicated to developing flexible packaging and to present creative and sustainable solutions within the flexo, in the city of Quito in 2014.

The purpose of this research project is to deepen the market research costs, economic study, requirements for business creation, determination of where the project is located, determining the corporate image, logo, etc.

The main objective is designed to provide a non-existent service in town, looking to bring to market an effective solution that meets your requirements, ultimately providing a quality product that meets and even exceeds the expectations of customers; so it was necessary to conduct a comprehensive study to potential customers and further study on the market, looking for answers about the real needs of end users.

Finally it is concluded that it is feasible to introduce in the market creating a design agency, as the proceeds would be significant because it is an innovative approach, which breaks the schemes to which the market was always accustomed to Quito.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

The corporate image plays an important role, as it is the representation of the essence of the company.

CAPITULO I

1. Introducción

1.01 Justificación

En la actualidad existen empresas dedicadas a presentar en el mercado productos novedosos y que brinden facilidad a los consumidores finales, por lo que requieren cada vez más de empaques más exigentes, creativos en su presentación y una estructura mejor elaborada, con diseños novedosos e innovadores.

Sin embargo, en nuestro mercado existen agencias o empresas que no brindan soluciones o no son especializadas en desarrollar nuevos empaques, es decir, únicamente se limitan a entregar productos tradicionales, nada vanguardistas, que cumplen con los mismos requisitos de siempre, careciendo de criterio para asesorar a los clientes y dar propuestas que ayuden a encontrar el empaque idóneo para el producto que desean lanzar y brindar al cliente final.

Los empaques también deben ser estudiados partiendo del uso al que se destina, para determinar el material que se utilizará, la razón del por qué se escogió cada uno de ellos, y la estructura final del producto.

Otro de los limitantes que existen en el mercado se encuentra en los procesos de la impresión flexográfica, pues carecen de criterios para aprovechar correctamente los beneficios que se obtienen, eliminando de ésta forma el desarrollo integral del empaque deseado por el cliente y necesario para el producto.

Ninguna empresa de alto nombre o agencia con gran impacto en el mercado, ha tomado la iniciativa de investigar y desarrollar un empaque, dejando así al azar los resultados deseados, poniendo en manos de las empresas convertidoras el resultado final que rara vez logra satisfacer las expectativas de los clientes.

Son por estos motivos que se desea realizar el estudio de factibilidad de la creación de una agencia de diseño, destinada al desarrollo de empaques flexibles con la finalidad de presentar soluciones no solo creativas, sino sustentables dentro de la flexografía.

Para esto se debe determinar hacia dónde va dirigido el diseño y el impacto que se desea obtener, identificar claramente los beneficios que brinda la impresión flexográfica, los materiales con los

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

cuales se debe trabajar actualmente para satisfacer al cliente y proteger el medio ambiente, requisito que en la actualidad exigen las organizaciones encargadas del medio ambiente, obligando a las empresas productoras a encontrar soluciones amigables con el planeta, lo que ha conllevado al desarrollo de materiales biodegradables y por último diseños de impresión de alta calidad y de ingenio

1.02 Antecedentes

Ecuador se encuentra en pleno proceso de desarrollo, las nuevas normativas acerca de la publicidad está impulsando al diseño gráfico, dando nuevas oportunidades para poder desempeñarse en todas las áreas relacionadas al diseño. La industria en la actualidad demanda cada día nos demanda actualizaciones tanto en nuevas técnicas como en procedimientos, necesarios para cumplir y cubrir sus requerimientos.

La escasez de agencias especializadas en el desarrollo y diseño de empaques flexibles en nuestra ciudad, hace que las industrias necesitadas de estos servicios busquen fuera del país, donde este servicio es común, o por lo contrario accedan a un servicio deficiente dentro de nuestro medio, dependiendo del poder adquisitivo de la empresa, ya que las agencias nacionales tienen escaso conocimiento en esta área.

Nuestro país, carece de una agencia especializada capaz de brindar asesoría en el tema de desarrollo eficaz de empaques flexibles, por lo general, las empresas productoras recurren a agencias de publicidad que están fuera de nuestro país, muchas de ellas sino la mayoría, no son especializadas en el tema del desarrollo y únicamente están enfocadas en el diseño sin tomar en cuenta las limitantes que se tiene en el proceso de impresión flexográfica, carecen del criterio requerido para un correcto desarrollo eficaz de un empaque, el cual debe tener características especiales dependiendo el propósito del mismo, ya sea este para alimentos secos o congelados, empaque de vestimenta, y más.

Hay que tomar muy en cuenta esto ya que el futuro de un negocio se pone a prueba, el impacto que se requiere lograr al público al que se desea llegar, los tipos de impresión que se dispone en el mercado local e innovación en packaging; afectando directamente en aspectos sumamente importantes para la marca como son, el posicionamiento en la mente del consumidor, la imagen corporativa, el branding y lo más importante para los empresarios, los costos finales de producción.

Hoy en día la principal forma de comunicar al consumidor de forma visual mediante el empaque es la impresión flexográfica.

La flexografía se trata de una versión actualizada de un procedimiento inicialmente conocido como impresión a la anilina, que se usaba en la industria del empaquetado que necesitaba de tintas de secado rápido.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Los primeros intentos realizados en Gran Bretaña hacia 1890 por Bobby, Baron and Sons, no tuvieron mucho éxito, y la primera máquina realmente práctica se cree la fabricó la empresa alsaciana de Holweg en 1905, y se empleó principalmente para las bolsas de papel.

El nombre por el que se conoce este procedimiento actualmente procede del hecho de que esa misma tinta, muy fluida pero de sacado rápido, se usa actualmente en conexión con clisés en relieve de caucho flexible que se montan sobre el cilindro de una rotativa alimentada con papel continuo.

Las planchas flexibles y las tintas fluidas que se utilizan en la flexografía convierten este proceso en el idóneo para la impresión sobre superficies no porosas como películas y polietilenos.

En origen, todas las planchas flexográficas se construían en caucho moldeado, que sigue siendo el material más utilizado cuando se trata de crear sobre un único rodillo de impresión copias múltiples de una misma imagen. Los moldes en caucho son impresiones de las superficies originales en relieve, como los tipos o grabados, y normalmente se utilizan para fabricar varias planchas de caucho.

Durante los años setenta aparecieron las primeras sustancias para las planchas de fotopolímero, que acortaron sensiblemente el tiempo necesario para fabricar y montar un juego de planchas.

Esto ha permitido la extensión de dicho proceso a nuevos mercados, sobre todo a la impresión de

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

revistas. Además, en la flexografía se pueden usar las tintas solubles en agua, con lo que resulta innecesario el empleo de disolventes tóxicos. Las imprentas flexográficas poseen un diseño sencillo, ya que la tinta líquida se aplica a la superficie de impresión sin necesidad de ningún otro complejo sistema de entintado. La impresión se efectúa en rodillos o bobinas de soporte en hojas sueltas y las bobinas impresas se transforman en el producto terminándose en un proceso de fabricación independiente.

Según los expertos, señalan que el origen de la flexografía se remonta al siglo XVIII, cuando en Inglaterra surgió una máquina cuyo sistema de impresión mecánico y rotativo era conocido como prensa a la anilina. Los estudiosos de las Artes Gráficas apuntan que el primer equipo reconocido como el predecesor de la actual flexografía fue la diseñada por Bibby Baron cuyo diseño consistía en un rollo de impresión asistido de torres de color entorno aun tambor. No fue hasta 1908 cuando la compañía Holweng patentó la primera máquina de flexo al producir bolsas en correa continua por medio del secado rápido de los colorantes de la anilina.

Tiempo después, el uso de la anilina se discontinuó por su efecto contaminante y en consecuencia se desarrollaron nuevas tintas amables con el medio, pero el término de anilina seguía en uso. De esta manera en una reunión de impresores de embalaje en 1951, se optó por asignar un nuevo término a este sistema de impresión que destituía al de impresión a la anilina: el de flexografía.

Se llama flexografía porque el porta imágenes o plancha flexográfica está hecho de material flexible (hule o fotopolímeros). (Candú, 2012)

Las empresas más reconocidas en la ciudad de Quito son Neyplex, Sigmaplast y Flexiplast, sin embargo aún no han desarrollado o potencializado este tipo de impresión a su máxima expresión.

CAPITULO II

2. Análisis Situacional

2.01 Ambiente Externo

La escasez de empresas altamente especializadas en el desarrollo y diseño de empaques flexibles en la ciudad de Quito, ha ocasionado que las empresas que demandan de este servicio busquen soluciones a su necesidad dentro y fuera del país; sin embargo las empresas existentes en nuestro medio proporcionan un servicio deficiente o de baja calidad.

Las pocas empresas existentes, no cuentan con un sistema de gestión robusto, es decir, no cuentan con un sistema integrado que les permita controlar cada una de las etapas del proceso; esto puede deberse al poco conocimiento impartido sobre este tipo de impresión y servicio que se ofrece a la comunidad.

Esto sumado a la poca creatividad en el servicio brindado, ha ocasionado que los empaques desarrollados no cumplan al 100% con las expectativas de los clientes o incluso su presentación sea pobre con relación a un servicio contratado en el exterior.

Los empaques de mejor presentación y con ideas innovadoras, son aquellos que se han importado a un alto costo, por lo que las únicas empresas capaces de adquirir este servicio son aquellas multinacionales con gran poder económico; como PEPSICO, NESTLÉ y ARCA Continental.

Son por estos motivos, que el objetivo de este proyecto es la creación de una empresa que brinde un servicio completo, competitivo y de alta calidad; enfocado a implementar un sistema de gestión en cada etapa del proceso, desde la recepción de la necesidad del cliente hasta la entrega del producto final, esperando superar la expectativa del cliente y la fidelidad del mismo.

2.01.01 Factor Económico

Para detallar como afecta el factor económico para el desarrollo de este proyecto, se debe realizar un análisis completo sobre la situación económica del país, así es como se detallan los siguientes puntos:

2.01.01.01 Inflación

La inflación, la elevación de los precios que tiene consecuencias negativas para la economía del país, es decir, suben los precios de los bienes y servicios, lo que genera una disminución del poder adquisitivo de las diferentes clases sociales, afectando directamente a la industria nacional.

El índice de medición de la inflación es el índice de precios al consumidor (IPC) Este índice mide el porcentaje de incremento en los precios de una canasta básica de productos y servicios que adquiere un consumidor típico en el país.

Existen otros índices, como el Índice de Precios al Productor, que mide el crecimiento de precios de las materias primas.

A partir del año 2006, en el Ecuador se observa una estabilidad en el porcentaje de inflación, es decir, no ha disminuido el poder adquisitivo; tal como se puede observar en la

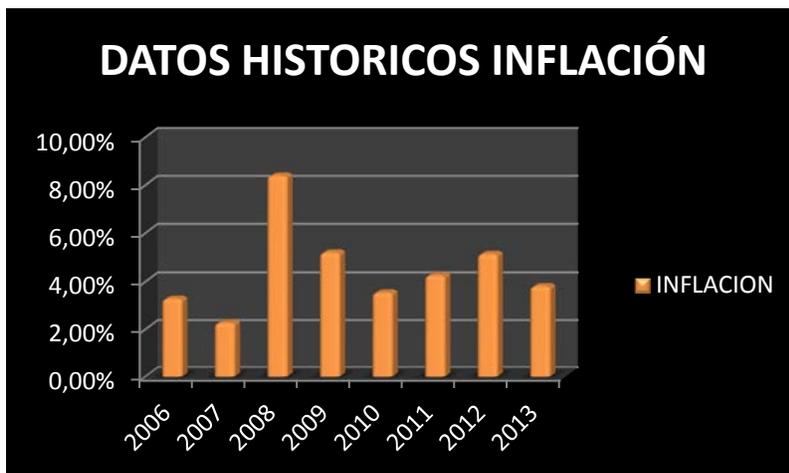
Tabla N° 1

Inflación

AÑO	INFLACIÓN
2006	3,30%
2007	2,28%
2008	8,40%
2009	5,20%
2010	3,56%
2011	4,27%
2012	5,14%
2013	3,82%

Elaborado por Jorge Muñoz

Gráfico N° 1



Fuente: Banco Central del Ecuador

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

2.01.01.02 Tasa de Interés

La tasa de interés es el precio (expresado en porcentaje) fijado que se paga por el uso del dinero, por un período determinado de tiempo, es decir, se refiere a una cantidad de dinero extra que se devuelve por un préstamo o un depósito

Tabla N° 2:

Tasa de Interés Activa

AÑO	TASA DE INTERES
2008	1,49%
2009	0,39%
2010	0,20%
2011	0,20%
2012	0,20%
2013	0,20%
jun-14	0,20%

Elaborado por Jorge Muñoz

Gráfico N° 2



Fuente: Banco Central del Ecuador

2.01.01.03 Producto Interno Bruto (P.I.B.)

Es un indicador económico utilizado para medir la producción en un país dado. Se define como el valor total de la producción de riqueza (valor de los bienes y servicios producidos - valor de los bienes y servicios destruidos o transformados durante el proceso de producción) en un determinado país en un año determinado por los agentes económicos que residen dentro del territorio nacional. También es la medida de los ingresos procedentes de la producción en un país determinado.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

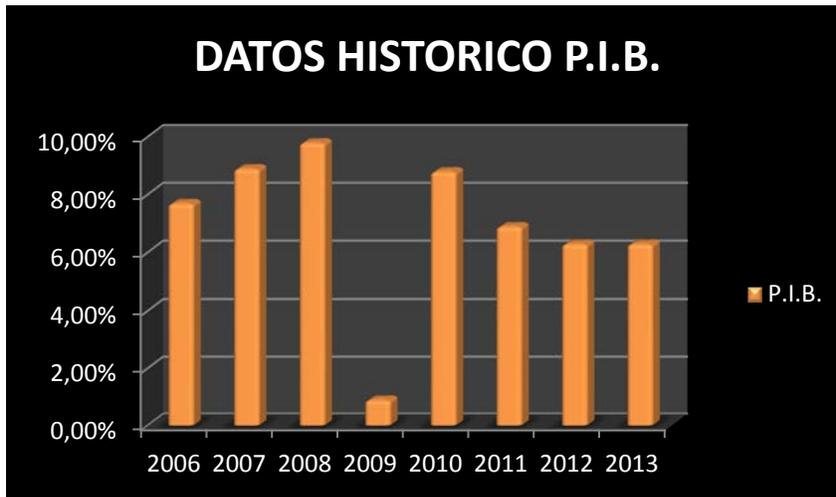
Tabla N° 3

PIB

AÑO	P.I.B.
2006	7,70%
2007	8,90%
2008	9,80%
2009	0,90%
2010	8,80%
2011	6,90%
2012	6,30%
2013	6,30%

Elaborado por Jorge Muñoz.

Gráfico N° 3



Fuente: Banco Central del Ecuador

2.01.01.04 Empleo

El empleo son las actividades que realiza una persona a **cambio de una retribución monetaria** denominada salario. En las sociedad presente, los trabajadores comercian sus capacidades en el denominado mercado laboral, que está regulado por las potestades del estado para evitar conflictos. La empresa sería el lugar donde las facultades de los distintos trabajadores interactúan con la finalidad de percibir una ganancia.

Con la creación de esta empresa se contribuirá a la sociedad creando plazas de trabajo en el área del Diseño Gráfico, aportando de forma directa a la sociedad, pues recibirán beneficios como el desarrollo de su talento y aumentar sus conocimientos en este campo; para satisfacer las

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

necesidades más exigentes del mercado local; además se debe considerar que se evitará en un gran porcentaje la salida de divisas del país, pues se disminuirán las importaciones de los empaques flexibles. Se debe tomar en cuenta además, que se aportará de forma indirecta a la sociedad, ya que se trabajará con proveedores, quienes deben desarrollar la materia prima necesaria para este proceso de desarrollo, creando así un círculo en la matriz productora del país.

2.01.02 Factor Social

Este proyecto está dirigido a brindar soluciones a grandes, medianas y pequeñas empresas productoras de diversos artículos, que requieren de una agencia de diseño y desarrollo de empaques, con la finalidad de atraer a los consumidores potenciales.

De esta forma se brindará un aporte a la sociedad, pues nuestros proveedores y clientes crearán fuentes de trabajo incrementando las tasas de empleo, sueldos y salarios, por ende mejorando el estilo de vida de la población.

2.01.03 Factor Legal

Previo a la realización de los trámites para el cumplimiento de los requisitos, se debe realizar la formación de una empresa por medio de un contrato de compañía, por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades y se rige por las disposiciones de la Ley de compañías, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

La compañía anónima es la forma de sociedad más usada en el Ecuador sus requisitos son: para el tributario (SRI), relaciones laborales (IESS) manejo en la ciudad (municipales), y otros organismos como bomberos, los mismos que se detallan a continuación:

2.01.02.01 Superintendencia de Compañías:

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

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;

5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

2.01.03.02 Servicio de Rentas Internas

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

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

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

9. Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes:

Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

10. Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

11. Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

12. Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

13. Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
14. Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

2.01.03.03 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

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

1. Actualización de Datos del Registro Patronal,
2. Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
3. Digitar el número del RUC y
4. Seleccionar el tipo de empleador.

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

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

2.01.03.04 Patente Municipal

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

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica

4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

2.01.03.05 Cuerpo de bomberos

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

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

2.01.04 Factor Tecnológico

Para el área del diseño gráfico es importante realizar revisiones constantes a los avances tecnológicos que se dan continuamente, pues esta herramienta es una pieza fundamental para los trabajos a elaborar. Este crecimiento y actualización tecnológico se realiza de una forma rápida, obligando a los diseñadores a actualizarse de forma inmediata, tratando de generar trabajos de alta calidad y competitivos.

Se define como tecnología al conjunto de conocimientos técnicos, con una secuencia definida, que permiten diseñar y desarrollar bienes o servicios, los mismos que facilitarían acceder a la satisfacción de las personas en todas sus necesidades.

Uno de los principales ejes para el progreso de la humanidad es la actividad tecnológica, la misma que influye en los aspectos sociales y económicos, pero su carácter abrumadoramente comercial hace que esté más orientada a satisfacer los deseos de la clase económica con mayores posibilidades, antes que a satisfacer y solucionar las necesidades esenciales de los más necesitados.

Sin embargo, la tecnología también puede ser usada para proteger el medio ambiente y evitar que las crecientes necesidades provoquen un agotamiento o degradación de los recursos materiales y

energéticos del planeta o aumenten las desigualdades sociales. Como hace uso intensivo, directo o indirecto, del medio ambiente (biosfera), es la causa principal del creciente agotamiento y degradación de los recursos naturales del planeta.

El factor tecnológico que influye directamente sobre la empresa para el diseño y desarrollo de empaques flexibles tiene dos presentaciones:

- a. **Software.-** Es un ingrediente indispensable para el funcionamiento del computador. Está formado por una serie de instrucciones y datos, que permiten aprovechar todos los recursos que el computador tiene, de manera que pueda resolver gran cantidad de problemas. Un computador en sí, es sólo un conglomerado de componentes electrónicos; el software le da vida al computador, haciendo que sus componentes funcionen de forma ordenada.

Las funciones que un software debe cumplir son:

- Administrar los recursos de computacionales
- Proporcionar las herramientas para optimizar estos recursos.
- Actuar como intermediario entre el usuario y la información almacenada.

El software de última tecnología es indispensable en una empresa de desarrollo y diseño de empaques ya que de esto dependerá el producto final y la exactitud del servicio, el software que se empleará es el siguiente:

- Adobe Creative Cloud Master collections

b. Hardware.- Es la parte física de un ordenador o sistema informático, está formado por los componentes eléctricos, electrónicos, electromecánicos y mecánicos, tales como circuitos de cables y circuitos de luz, placas, utensilios, cadenas y cualquier otro material, en estado físico, que sea necesario para hacer que el equipo funcione.

El hardware es básicamente utilizado por las computadoras y aparatos electrónicos.

Cualquier parte del equipo, como llaves, cerraduras, cadenas y piezas de la computadora en sí, se llama hardware. El hardware no se limita a los ordenadores personales, también se dispone en los automóviles, teléfonos móviles, cámaras, robots, etc.

Dentro de las necesidades requeridas de hardware para realizar los diseños y desarrollos de empaques flexibles, se encuentran:

- Computador Mac Pro: 3,5 GHz, 6 núcleos, Xeon E5 de Intel con 12 MB de caché de nivel 3 y Turbo Boost de hasta 3,9 GHz.
- Apple Thunderbolt Display (27 pulgadas)
- Espectro colorímetro Capsure RM200 de X-rite
- Densitómetro "Exact advanced" de X-rite
- Cámara réflex 18mpx profesional, lente 18-55 macro.
- Set para fotografía de productos

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

Los servicios ofertados van dirigidos a empresas productoras de artículos perecibles y no perecibles, brindando soluciones en el desarrollo de empaques flexibles y desarrollando cada uno de los deseos de nuestros clientes para brindar un plus en sus productos; es por ello que las empresas a las que se enfocaría la empresa son:

- ARCA Continental
- Pepsico Ecuador
- Carlisnacks
- Confiteca
- Zaimella del Ecuador
- Tesalia Springs Company
- Nestlé Ecuador
- La Universal
- Grupo Superior

2.02.02 Proveedores

Los proveedores principales con los que va a contar la empresa son aquellos que nos entregarán los implementos necesarios para realizar los diseños y desarrollos de los productos deseados por los clientes; entre ellos se encuentran:

- Dilipa
- Juan Marcet
- Paco

El resultado final del servicio que se desea brindar al cliente, no depende directamente de los proveedores, sino de la calidad a entregar en cada uno de los trabajos.

2.02.03 Competidores

En nuestro mercado existen agencias o empresas que no brindan soluciones o no son especializadas en desarrollar nuevos empaques, es decir, únicamente se limitan a entregar productos tradicionales, nada vanguardistas, que cumplen con los mismos requisitos de siempre, careciendo de criterio para asesorar a los clientes y dar propuestas que ayuden a encontrar el empaque idóneo para el producto que desean lanzar y brindar al cliente final.

2.03 Análisis interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

2.03.01.01 Misión

Crecer como una empresa enfocada al desarrollar y diseñar empaques flexibles con criterios técnicos, creativos e innovadores con la finalidad de ofrecer a nuestros clientes productos de alta calidad cumpliendo con sus requerimientos y necesidades.

2.03.01.02 Visión

Posicionarnos dentro de 5 años como empresa líder en el mercado, que brinda soluciones creativas en el desarrollo y diseño de empaques flexibles, proporcionando un servicio personalizado superando las expectativas de nuestros clientes.

2.03.01.03 Objetivos

2.03.01.03.01 Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una agencia de diseño, destinada al desarrollo de empaques flexibles, con el fin de presentar soluciones creativas y sustentables dentro de la flexografía al mercado.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- Analizar las mejores alternativas para que el presente trabajo se considere un estudio innovador
- Desarrollar empaques flexibles y prototipos que brinden soluciones para el mercado actual
- Presentar opciones de empaques flexibles con diseños gráficos creativos y sustentables.

2.03.01.04 Principios Y/O Valores

Trabajo en equipo.- Es fundamental establecer relaciones laborales óptimas para que el trabajo fluya y se busquen prontas soluciones a los problemas que se van presentando en el quehacer diario.

Respeto.- Tanto a nuestros clientes como a nosotros mismos. Siempre buscando su entera satisfacción.

Tolerancia.- En el diario batallar existen circunstancias negativas que no quisiéramos enfrentarlas, pero es ahí en donde se pone a prueba nuestro temple y la tolerancia juega un papel muy importante ya que va de la mano de la paciencia ante personas y circunstancias que difieren de nuestro criterio o pensamiento.

Compromiso.- Ante los objetivos empresariales y sobretodo en buscar la entera satisfacción de los clientes.

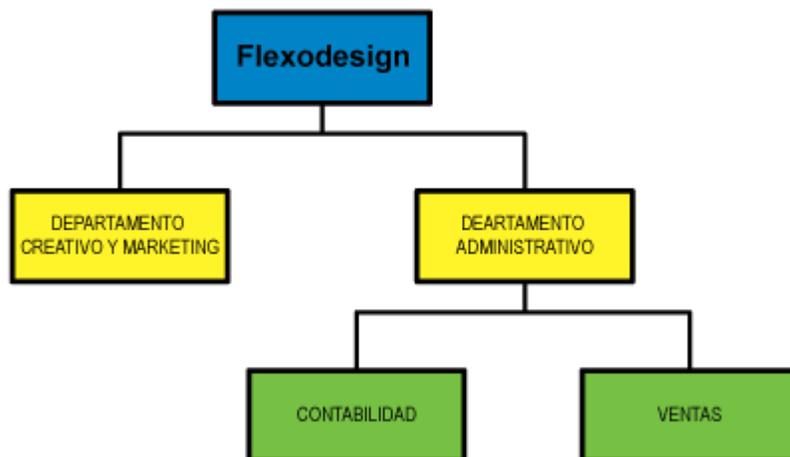
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Honestidad.- En un campo en donde se depende enteramente de la creatividad, es fundamental tener un nivel elevado de honestidad, principalmente con nuestros clientes, ya que es muy fácil caer en la copia o simple imitación de otras piezas gráficas que no benefician en nada ni a los clientes ni a la empresa.

2.03.02 Gestión Administrativa

Gráfico N° 4

Organigrama



Elaborado por Jorge Muñoz

En la empresa se establecerá un tipo de administración en la que otorgue total apertura para que las decisiones sean tomadas a tiempo por las personas directamente involucradas. Para esto el

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

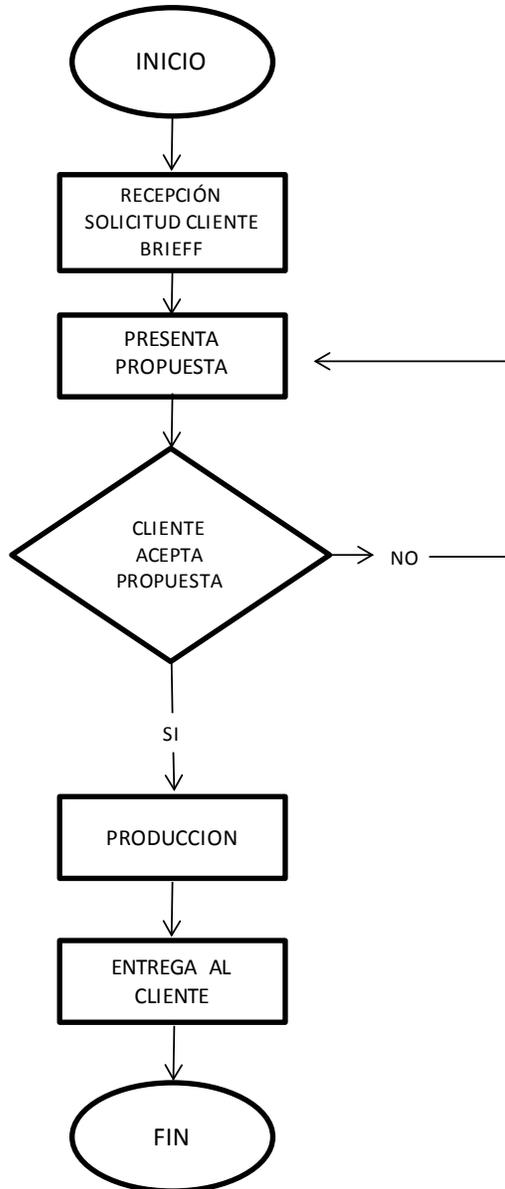
personal debe ser cuidadosamente seleccionado escogiendo únicamente a las personas que puedan trabajar de esta manera.

2.03.03 Gestión Operativa

Diagrama de flujo: descripción de la secuencia de pasos para la elaboración del producto que desea el cliente

Gráfico N° 5

Gestión Operativa



Elaborado por Jorge Muñoz

2.03.04 Gestión Comercial

La empresa se dedicará específicamente al desarrollo y diseño de empaques flexibles, por tener un plus especial, que consiste en ir hacia cliente para realizar los desarrollos en sus propias instalaciones, bajo sus especificaciones técnicas desarrolladas, ahorrando así tiempo al cliente, trabajando directamente con los involucrados en el tema logrando así la participación de una manera conjunta con los diferentes departamentos de desarrollo en donde lo requieran, para lograr un lazo de confianza entre cliente y proveedor, al mismo tiempo también la empresa se encargara de las aprobaciones a pie de máquina, el cual es el punto más crítico para un cliente, ya que el cliente tiene escaso conocimiento en lo que se refiere a la impresión flexográfica, tanto en las limitaciones como en los beneficios que se logran en este tipo de impresión.

El branding de la empresa será lo primordial, ya que como empresa de diseño deberá mantener altos estándares del mismo, esto se lograra mediante la actualización constante de nuevas técnicas de diseño que estén a la vanguardia.

Una vez instalada la empresa será necesaria la creación de una página web en la cual se dará a conocer detalles de la empresa como historia, servicios que presta, precios y contactos.

2.03.05 Análisis de las 4P

Precio. Después de realizar una investigación de campo, se determinó que las empresas que brindan el servicio de diseño de empaques flexibles, tienen precios demasiado altos, como por ejemplo: La posible competencia cobra por el diseño de un empaque un valor que oscila entre \$300,00 a \$500,00\$. Por lo cual la empresa después de realizar un análisis financiero determino que el valor que cobrara por el desarrollo de un arte nuevo será de \$250,00, manteniendo un buen margen de ganancia.

Plaza. La empresa se enfoca en ir hacia el cliente, esto quiere decir que aquí es donde nuestro plus ayudara a conseguir las ventas deseadas, logrando que el cliente se conecte con nuestra empresa sin tener que salir de la suya.

Producto. La empresa prestara servicios de Diseño Gráfico, pero estará orientada específicamente al desarrollo de empaques flexibles, se considerara sus puntos fuertes a los siguientes:

- Desarrollos completos de diseño de empaques.
- Desarrollo de planos mecánicos funcionales.
- Desarrollos de diseños sobre planos existentes.
- Adaptación de diseños a nuevos planos mecánicos.

- Rediseño de empaques.
- Cambio en textos.

Promoción. La empresa realizara descuentos cuando el cliente solicite el desarrollo de familia completa de productos como por ejemplo: La Familia de Papas Naturales X, existe en su familia 3 gramajes, 20gr, 35gr, 50gr, 100gr, aplicaríamos descuentos de hasta 20%.

A clientes frecuentes se realizaran descuentos de hasta 10% dependiendo de la cantidad de productor requeridos.

2.04 Análisis FODA

Tabla N° 04

FODA

	Fortalezas	Debilidades
Análisis interno	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia en el área de desarrollo de empaques - Conocimiento en la tecnología para la conversión - Conocimiento en las preferencias de los consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasa experiencia en el mercado - Poca cartera de clientes - Escasez en el apoyo tecnológico para la actualización de sistemas - Infraestructura en proceso de crecimiento
	Oportunidades	Amenazas
Análisis externo	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento en la matriz productiva del país - Actualización normativa de etiquetado - Escasez de empresas que presten este servicio 	<ul style="list-style-type: none"> - Empresas internacionales - Aplicación de nuevas leyes para empaques flexibles - Empresas (clientes) con preferencias tradicionalistas

Elaborado por Jorge Muñoz

CAPITULO III

3. Estudio De Mercado

3.01 Análisis Del Consumidor

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que hacen que una empresa prospere o fracase.

Toda empresa debe ir encaminada hacia la satisfacción del cliente; por ende los objetivos de la empresa deben estar encaminados hacia la consecución de estos objetivos.

En el análisis del consumidor ya no basta con saber ¿qué quiere? el consumidor, hay que ir más allá. Cuando los bienes y servicios de la empresa hacen clic con las tendencias y los estilos de vida del consumidor, hay más impacto. A veces lo importante es incursionar en lo que el consumidor no sabe que quiere (por ejemplo un teléfono móvil), en qué investigación se descubrió que un consumidor quería un teléfono. ¡El consumidor no sabía que existía es solución! Hoy el celular es un producto de gran éxito en el mercado.

3.01.01 Determinación De La Población Y Muestra

3.01.01.01 Población estadística: en estadística, también llamada universo o colectivo, es el conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan unas de las observaciones.

Población es el conjunto sobre el que estamos interesados en obtener conclusiones (hacer inferencia). Normalmente es demasiado grande para poder abarcarlo.

3.01.01.02 Muestra: En estadística una muestra estadística (también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra) es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística.

Para el caso de nuestro estudio, la población empresarial en la ciudad de Quito, de los grandes productores está limitada a pocas compañías que son las que requieren de este tipo de servicio.

Entre las principales están:

- ARCA Continental
- Pepsico Ecuador
- Carlisnacks
- Confiteca
- Zaimella del Ecuador
- Tesalia Springs Company
- Nestlé Ecuador
- La Universal

- Grupo Superior

Cada una de estas empresas tiene varios productos que son manejados de manera individual pero siempre manteniendo una unidad gráfica. Los productos son manejados en diferentes departamentos dentro de cada una de estas empresas y están dirigidos por Jefes de Marca o Gerentes de Producto, dependiendo de la empresa existen más o menos administrativos de marca que es a quienes se debe ofertar el servicio ofrecido.

Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo. En tales casos, puede obtenerse una información similar a la de un estudio exhaustivo con mayor rapidez y menor coste.

Por otra parte, en ocasiones, el muestreo puede ser más exacto que el estudio de toda la población porque el manejo de un menor número de datos provoca también menos errores en su manipulación. En cualquier caso, el conjunto de individuos de la muestra son los sujetos realmente estudiados.

El número de sujetos que componen la muestra suele ser inferior que el de la población, pero suficiente para que la estimación de los parámetros determinados tenga un nivel de confianza adecuado. Para que el tamaño de la muestra sea idóneo es preciso recurrir a su cálculo.

Por lo tanto la investigación se aplicará a la totalidad de las empresas antes señaladas.

La fórmula para la determinación de la muestra con la cual se trabajará es la siguiente:

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

Dónde: N=población

E=error admisible

Como el número de clientes a los cuales está dirigido este proyecto es mínimo, entonces el número de Muestra y Población corresponde al número total de clientes que se han descrito anteriormente a los cuales se les realizará la encuesta desarrollada para conocer sus necesidades que deseamos cubrir.

3.01.02 Técnicas De Obtención De Información

Como técnica de recolección de la información para el presente proyecto, se ha determinado utilizar la herramienta "Encuesta".

3.01.02.01 La Encuesta: La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

ENCUESTA

Análisis del mercado en el área de desarrollo y diseño de empaques flexibles para la

Ciudad de Quito

Nombre y apellido: _____

Nombre de la empresa: _____

Teléfono _____

Dirección de la Empresa: _____

1.- ¿Su empresa realiza el desarrollo y/o diseño de empaques dentro del Ecuador?

Si: _____

No: _____ Donde: _____

2.- ¿Conoce de alguna agencia especializada en el desarrollo y diseño de empaques en el país?

Si: _____

No: _____

3.- ¿Tiene varias opciones al momento de escoger a la empresa que le asesorará en el desarrollo

y/o diseño de empaques?

Si: _____

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

No: _____

4.- ¿Con qué frecuencia su empresa realiza actualización o desarrollo y/o diseño de empaques?

Una vez al mes _____

Cada tres meses _____

Cada seis meses _____

Otra frecuencia: _____

5.- ¿La empresa que desarrolla y/o diseña sus empaques realiza un estudio de colorimetría a los mismos?

Si: _____

No: _____

Desconoce: _____

6.- ¿El producto final obtenido cumple con sus expectativas y cumple con las especificaciones requeridas?

Si: _____

No: _____

¿Por qué?: _____

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

7.- ¿Le gustaría que su agencia se encargue de garantizar el producto, es decir, realizar seguimiento en el proceso de impresión?

Si: _____

No: _____

No es relevante: _____

8.- ¿Siente que su agencia cumple con los requisitos de confiabilidad para el manejo integral de su marca?

Si: _____

No: _____

¿Porque?: _____

9.- ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una nueva empresa especializada para el desarrollo y diseño de sus empaques?

Si: _____

No: _____

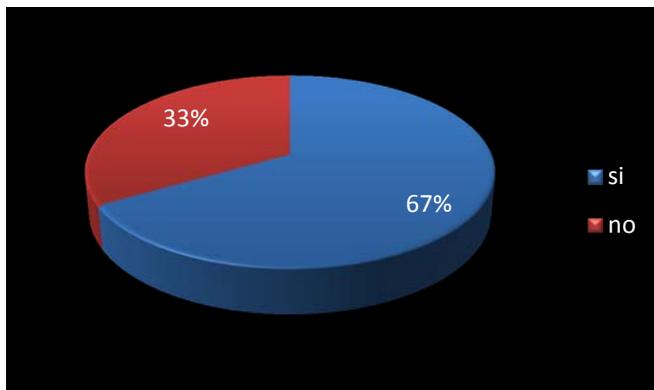
¿Porque?: _____

3.01.03 Análisis de la información

1.- ¿Su empresa realiza el desarrollo y/o diseño de empaques dentro del Ecuador?

Gráfico 6

Análisis Información 1



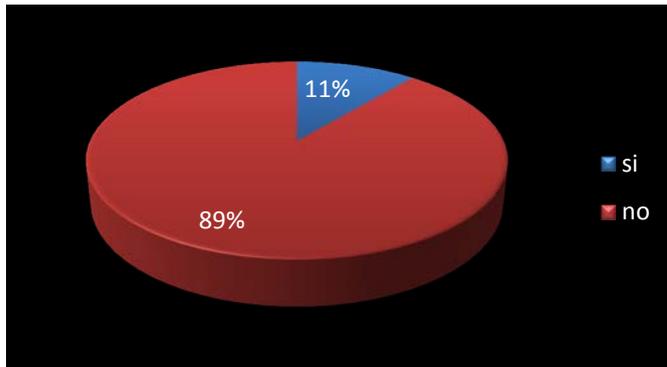
Elaborado por Jorge Muñoz

Análisis: Las empresas multinacionales realizan el desarrollo y/o diseño de empaques fuera del país debido a los requerimientos de sus marcas y al cuidado de cada uno de los logos

2.- ¿Conoce de alguna agencia especializada en el desarrollo y diseño de empaques en el país?

Gráfico 7

Análisis Información 2



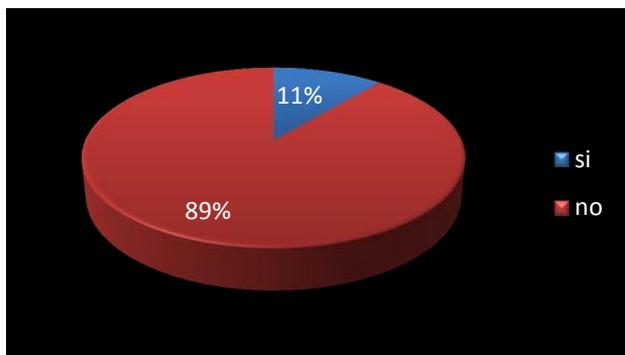
Elaborado por Jorge Muñoz.

Análisis: Únicamente se conoce de una empresa dentro del país que brinda este servicio adicional para sus clientes.

3.- ¿Tiene varias opciones al momento de escoger a la empresa que le asesorará en el desarrollo y/o diseño de empaques?

Gráfico 8

Análisis Información 3



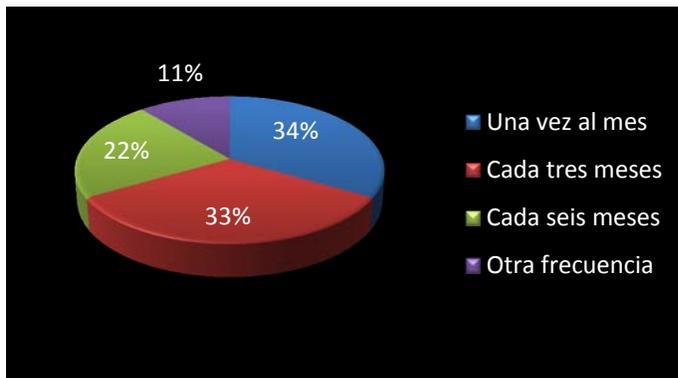
Elaborado por Jorge Muñoz.

Análisis: Esta pregunta tiene una estrecha relación con el ítem anterior, ya que exclusivamente esa empresa ofrece el servicio de diseño

4.- ¿Con qué frecuencia su empresa realiza actualización o desarrollo y/o diseño de empaques?

Gráfico 9

Análisis Información 4



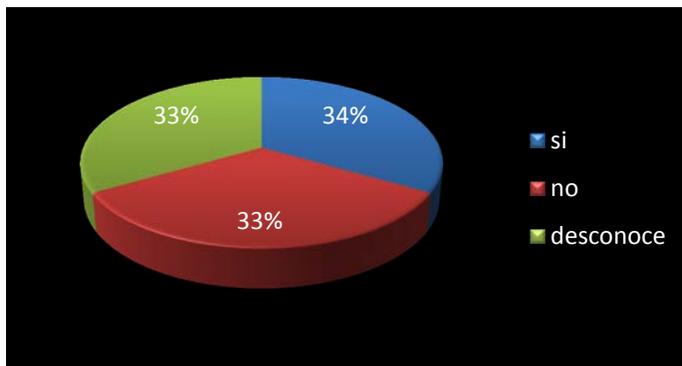
Elaborado por Jorge Muñoz.

Análisis: Las empresas multinacionales realizan actualizaciones de sus diseños de acuerdo a las indicaciones de los departamentos de marketing, existen otras empresas que realizan actualizaciones debido a los requerimientos nacionales

5.- ¿La empresa que desarrolla y/o diseña sus empaques realiza un estudio de colorimetría a los mismos?

Gráfico 10

Análisis Información 5



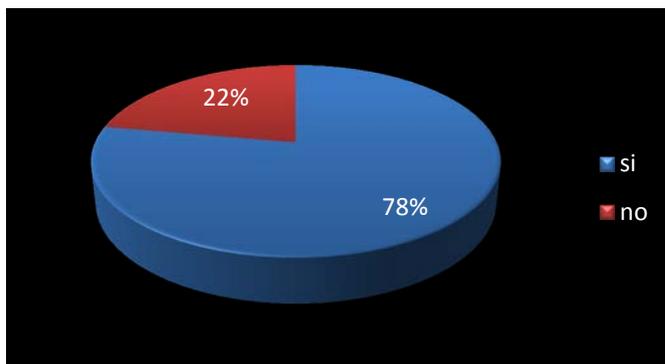
Elaborado por Jorge Muñoz

Análisis: La prueba de colorimetría se realiza como requisito solicitado por el cliente, en otras empresas únicamente se trabaja bajo un patrón.

6.- ¿El producto final obtenido cumple con sus expectativas y cumple con las especificaciones requeridas?

Gráfico 11

Análisis Información 6



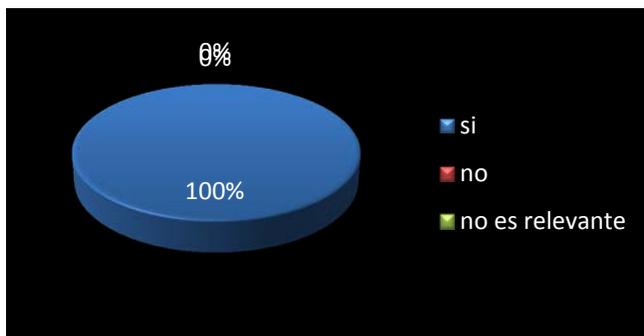
Elaborado por Jorge Muñoz

Análisis: En el 78% de los encuestados indican que los trabajos entregados por las empresas cumplen con lo solicitado ya que se realiza un proceso de seguimiento desde el cliente.

7.- ¿Le gustaría que su agencia se encargue de garantizar el producto, es decir, realizar seguimiento en el proceso de impresión?

Gráfico 12

Análisis Información 7



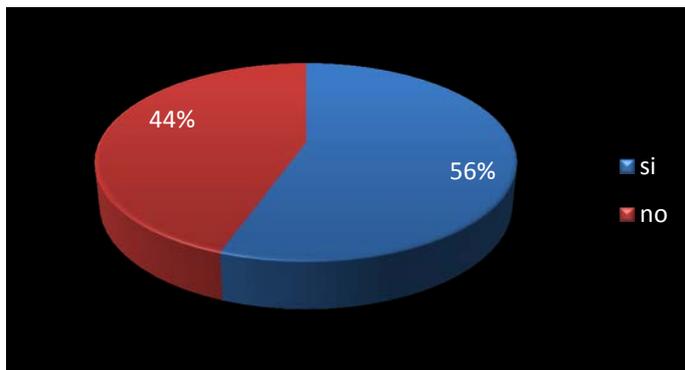
Elaborado por Jorge Muñoz

Análisis: Todos los encuestados determinaron que es esencial que el proveedor garantice la calidad del producto desde la recepción de la solicitud hasta al entrega del producto final.

8.- ¿Siente que su agencia cumple con los requisitos de confiabilidad para el manejo integral de su marca?

Gráfico 13

Análisis Información 8



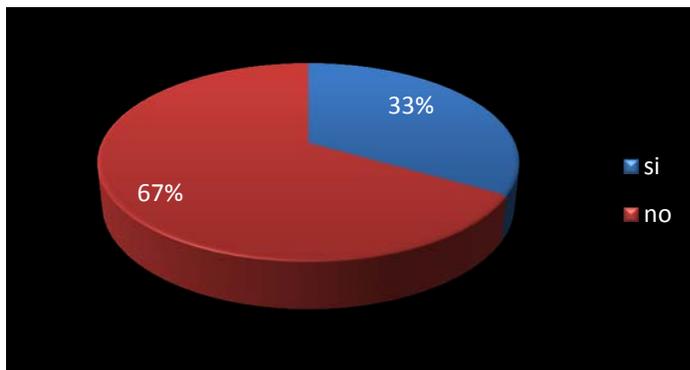
Elaborado por Jorge Muñoz.

Análisis: Los encuestados supieron manifestar que el requisito de confiabilidad lo manejan con cada uno de sus proveedores, sin embargo era muy difícil determinar si cumplían con lo estipulado en el contrato.

9:- ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una nueva empresa especializada para el desarrollo y diseño de sus empaques?

Gráfico 14

Análisis Información 9



Elaborado por Jorge Muñoz.

Análisis: Existe demasiado miedo por parte de los encuestados en entregar todo sus requisitos para la elaboración de sus productos, sin embargo si estarían dispuestos a probar nuevas opciones.

3.02 Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo, en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios, suponiendo que otras cosas, tales como la tecnología, la disponibilidad de recursos, los precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecer constantes.

Para definir la oferta se debe considerar: la capacidad de vender(o producir), el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constantes, de lo contrario, estará deficientemente definida.

3.02.01 Oferta Histórica

Al no existir empresas que brinden el servicio de desarrollo y diseño de empaques, no existen datos históricos sobre la oferta que pudieran brindar; sin embargo, existen empresas que únicamente prestan el servicio de diseño bajo un pedido exclusivo del cliente, entre ellas se encuentra:

1. IPG MEDIABRANDS S.A.
2. Rivas & Herrera Publicidad
3. Mc Cann Erickson Ecuador Publicidad
4. Táctica Publicitaria Tactisa
5. Publicitaria Cariba

6. Corpide Corporación Publicitaria Integral Delta
7. Garwich
8. Oniert
9. Mayo Publicidad

Estas empresas están con toda la capacidad creativa para desarrollar empaques, pero su fuerte está en el diseño mas no en el desarrollo, que es un servicio adicional

3.02.02 Oferta Actual

Actualmente no existen una empresa que preste el servicio de desarrollo y diseño de empaques; sin embargo las únicas empresas que han brindado el servicio son:

1. IPG MEDIABRANDS S.A.
2. Rivas & Herrera Publicidad
3. Mc Cann Erickson Ecuador Publicidad
4. Tactica Publicitaria Tactisa
5. Publicitaria Cariba
6. Corpide Corporación Publicitaria Integral Delta
7. Garwich
8. Oniert
9. Mayo Publicidad

3.02.03 Oferta Projectada

Para la obtención de la oferta proyectada, se debe considerar la tasa de crecimiento de los últimos años; sin embargo no existen precedentes de estos datos.

La fórmula mediante la cual se determina la oferta proyectada es:

$$Df = DA (1 + TC)^n$$

Df= oferta futura

DA= oferta actual

TC= tasa de crecimiento

.n= años

3.03 Productos Sustitutos

El servicio del diseño de empaques no tiene sustitutos, puesto que es un servicio que trabaja bajo la necesidad del cliente y la creatividad de los diseñadores; este proyecto busca brindar a las industrias un extra para sus empaques, es decir, el desarrollo novedoso y de calidad logrando así especializar esta rama del diseño.

3.03.01 Oferta Histórica

Los servicios solicitados en el área de diseño gráfico eran muy limitados, pues los productores únicamente buscaban obtener un producto que satisfaga las necesidades básicas de los consumidores sin dar la importancia y realce al empaque.

3.03.02 Oferta Actual

Debido al gran crecimiento en el desarrollo y elaboración de productos a nivel nacional, las empresas líderes y sus competencias empezaron a ganar mercado debido a la importancia que dieron a su presentación y funcionalidad de los empaques, atacando cada vez más con campañas publicitarias agresivas.

3.03.03 Oferta Proyectada

Una vez considerada la oferta actual se cree que la oferta proyectada duplicará los datos actuales, ya que se busca ser líderes en el mercado mediante productos que revolucionen el mercado y brinden mayor funcionabilidad y cumplan con las campañas de medio ambiente

3.04 Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios(o factores) que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como el ingreso del comprador, la publicidad y los precios de otros bienes , la permanecen constantes.

3.04.01 Demanda Histórica

La demanda se puede evidenciar mediante los datos reales de las ventas anuales que reportan las empresas a la Superintendencia de Compañías; entre las principales que existen en la ciudad de Quito son:

1. Sigmaplast S.A.

	2011	2012	2013
Ranking Empresarial:	340	346	256
Ingresos:	38.996.306,00	47.900.546,00	65.941.343,00
Utilidad:	532.137,00	1.961.775,00	1.484.960,00
Utilidad/Ingreso:	1.36%	4.10%	2.25%

2. Flexiplast

	2011	2012	2013
Ranking Empresarial:	478	469	458
Ingresos:	27.799.460,00	35.113.440,00	38.213.737,00
Utilidad:	2.848.801,00	4.882.404,00	5.880.247,00
Utilidad/Ingreso:	10.25%	13.90%	15.39%

3. Neyplex

	2011	2012	2013
Ranking Empresarial:	760	1009	1058
Ingresos:	16.271.272,00	15.951.966,00	15.086.750,00
Utilidad:	541.975,00	292.081,00	312.026,00
Utilidad/Ingreso:	3.33%	1.83%	2.07 %

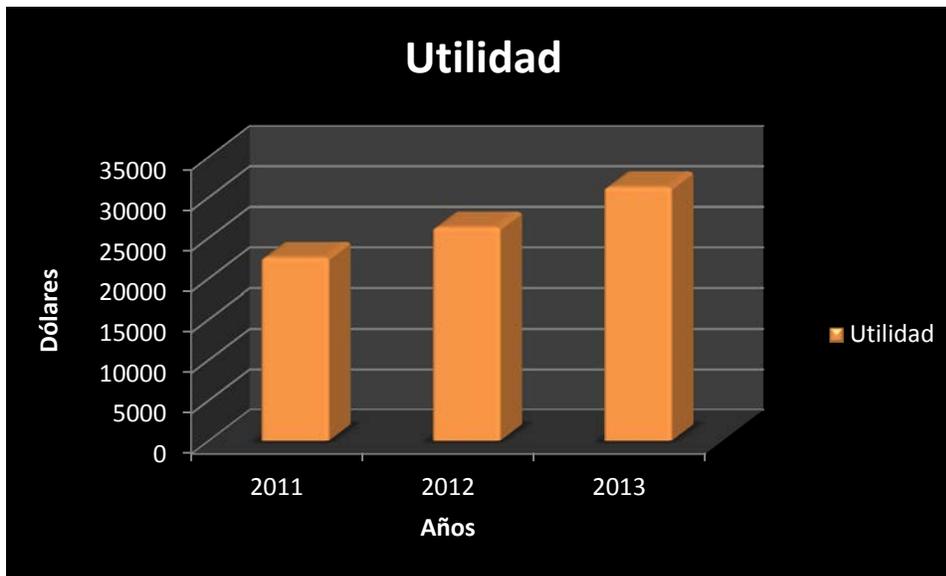
4. Fupel

	2011	2012	2013
Ranking Empresarial:	1495	2197	2287
Ingresos:	7.330.493,00	6.279.120,00	5.824.079,00
Utilidad:	801.588,00	671.597,00	739.850,00
Utilidad/Ingreso:	10.93%	10,70%	12.70 %

PROMEDIO INGRESOS: 22.599.382,00 26.311.268,00 31.266.477,00

Gráfico 15

Utilidad Histórica



Fuente: Superintendencia de Compañías

Tenemos un crecimiento de:

2011 al 2012 16.42%

2012 al 2013 18.83%

Esto quiere decir, que existe un crecimiento positivo, donde se concluye que la factibilidad del proyecto es viable.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

3.04.02 Demanda Actual

La demanda actual fue tomada de los datos estadísticos del ranking empresarial ecuatoriano.

Año 2013 31.266.477,00

Concluyendo una vez más que el proyecto puede tener un resultado positivo en su implementación.

3.04.03 Demanda Proyectada

De acuerdo a la demanda histórica se observa un crecimiento entre los períodos 2011-2012 y 2012-2013 de 16.42 y 18.83% respectivamente; es decir, se obtiene un crecimiento del 2.39% anualmente, lo mismo que se esperaría en el año posterior a la implementación de este proyecto, esperando en un futuro superar la meta.

3.05 Balance Oferta-Demanda

Luego de identificar el tamaño de la demanda del servicio que se generaría con la presencia del proyecto, y la oferta optimizada actual de servicios, es necesario identificar en qué medida la demanda está siendo satisfecha por la capacidad de oferta actual.

El balance oferta-demanda se realiza para identificar la brecha existen entre la demanda por un bien o servicio y la capacidad óptima de oferta de dicho bien o servicio

En el presenta proyecto no es factible realizar un balance, ya que únicamente contamos con datos históricos y actuales de la demanda que se genera para el desarrollo y diseño de empaques, esto se debe a la escasez de empresas que brinden un servicio completo a sus cliente

CAPITULO IV

4. Estudio Técnico

4.01 Tamaño del Proyecto

De acuerdo a la clasificación que se ha implementado en la Superintendencia de Compañías, la agencia que se desea desarrollar, será considerada como una Micro empresa, ya que contará con apenas 3 personas, y requerirá de una inversión de \$15.500,00

4.01.01 Capacidad Instalada

Los componentes con los que contará el proyecto para presentar soluciones creativas y sustentables dentro la flexografía en la Ciudad de Quito.

Tabla N° 5

Capacidad instalada

Componente	Unidad	Cantidad
Infraestructura	Oficina	25m ²
Maquinaria	Impresora laser a color	1
Equipo	Equipo de oficina	3
Tecnología	Computadoras	3
	Cámaras de fotos	1
Software legal instalado	Adobe	3
Personal	Laboral	3
Logística	Auto	1
Implementación	Página web	1

Fuente: Requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

4.01.02 Capacidad óptima

Con la capacidad instalada ya determinada, se concluye que se cubrirá satisfactoriamente la necesidad de los clientes, ya que se contará con los recursos ideales para cumplir con el objetivo propuesto.

De acuerdo a la acogida por parte de nuestro mercado objetivo, se determinará la necesidad de expansión, midiendo cuidadosamente de la inversión que se deberá realizar, con la finalidad de contar siempre con un punto de equilibrio positivo.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

4.02 Localización

4.02.01 Macro-localización

Para determinar la ubicación donde se localizará la agencia de diseño de empaques flexibles, se han considerado factores importantes que afectarán directamente a la viabilidad del proyecto; por lo cual se ha considerado realizar una valoración a cada factor con el siguiente criterio de evaluación:

- a. 1: calificación más baja, que afecta
- b. 5: calificación media, que ni afecta ni beneficia
- c. 10: calificación alta, que beneficia

Tabla N° 6

Macro-localización

Sector	Disponibilidad de oficinas	Movilidad	Mano de obra	Cercanía proveedores	Cercanía clientes	Total
Sur	7	2	3	2	2	16
Centro sur	3	5	3	3	3	17
Centro	3	6	3	3	3	18
Centro norte	5	5	5	5	5	25
Norte	8	4	7	8	8	35

Fuente: Requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

Observando cada uno de los parámetros colocados, se concluye que el sector con mayor puntaje por cada uno de los beneficios que prestará para el buen funcionamiento y desarrollo del proyecto es el sector norte.

La disponibilidad de oficinas, la cercanía a los proveedores y clientes son los valores más altos, esto debido a que el sector norte se ha considerado como zona industrial; sin embargo la movilidad para el sector es muy complicada lo que dificulta la movilidad de las personas

4.02.02 Micro-localización

Una vez determinado el macro sector donde se desarrollará el presente proyecto, se debe definir su ubicación; por lo que se analizarán varios factores para determinar el deseado. El criterio de evaluación es:

- a. 1: calificación más baja, que afecta
- b. 5: calificación media, que ni afecta ni beneficia
- c. 10: calificación alta, que beneficia

Tabla N° 7

Micro-localización

Sector	Disponibilidad de oficinas	Movilidad	Mano de obra	Cercanía proveedores	Crecimiento	Demanda	Total
Estadio Olímpico	7	8	6	9	4	7	41
La Concepción	7	8	5	7	4	7	38
Parque Recuerdos	3	5	2	6	6	6	28

Fuente: Requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

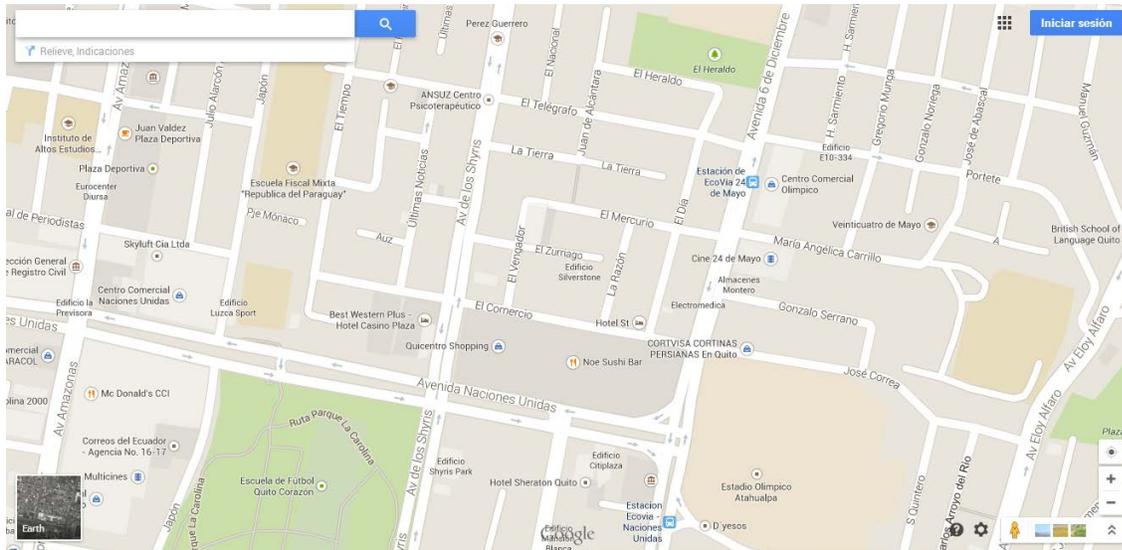
Se concluye que el sector Estadio Olímpico presenta y cumple con los parámetros evaluados, considerándose un lugar óptimo para el desarrollo del proyecto, agencia de diseño de empaques flexibles. El lugar cuenta con disponibilidad de oficinas, facilidad en la movilidad, cercanía a clientes y presenta un factor positivo en la demanda, sin embargo el crecimiento se ve limitado al tratarse de oficinas fabricadas a la medida y muy cotizadas.

4.02.03. Localización óptima

Una vez determinada la ubicación macro y micro para las instalaciones de la agencia de diseño de empaques flexibles, se pudo determinar que la mejor ubicación es en el sector del Estadio Olímpico, sin embargo es necesario concretar específicamente su localización, tal como se muestra en el siguiente gráfico

Gráfico 16

Localizacion Optima



Fuente Google Maps

Elaborado por Jorge Muñoz

Localización del proyecto, ciudad de Quito

Se ha llegado a la conclusión que la localización óptima de la agencia se encontrará entre las calles El Vengador y El Zurriago.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

4.03 Ingeniería del Producto

4.03.01 Definición del B y S.

Los Bienes son mercancías producidas con el fin de satisfacer una necesidad latente, son fabricados en las distintas actividades primarias o en las secundarias.

Los Servicios son las distintas actividades que buscan satisfacer las necesidades de los sujetos. Hacen parte de la actividad económica del sector terciario de la economía en donde se brindan diferentes servicios como: educación, banca, seguros, salud, comunicaciones, transporte, seguridad entre otros. (Montoya, 2012)

4.03.01.01 Productos y Servicios

El proyecto tiene como finalidad prestar un servicio a la comunidad que no se encuentra desarrollado en el medio, con la finalidad de satisfacer a los clientes más exigentes del mercado.

Es decir, se ofrecerá el desarrollo de empaques flexibles innovadores poco convencionales, prestando soluciones creativas y sustentables; nuestro producto es la idea que desarrollará nuestro equipo de diseñadores gráficos, los mismos que cuentan con conocimientos sólidos en empaques.

El servicio que se brindará será el de más alta calidad, se llegará hasta donde nuestro cliente lo requiera, se conocerá en primera instancia sus gustos y deseos para sus empaques y además se analizarán cada uno de los productos a empacar, con el objetivo de no solo diseñar empaques vistosos y originales, sino también garantizando la calidad e inocuidad de los productos.

4.03.01.02 Elementos De La Imagen Corporativa

Los elementos de la imagen corporativa constan de símbolos visuales que la empresa quiere expresar de una manera coherente y concreta, para ser así, fácilmente identificada, utilizando de esta manera estilización de elementos que la representen.

Puede ser representado por varios símbolos como el logotipo, que es la versión grafica de la representación de la empresa o el imagotipo, que asocia la imagen con el nombre de la empresa.

Los mismos que servirán para varias aplicaciones dentro de la empresa, que por lo general son aplicados en materiales visuales como la papelería, productos, uniformes, artículos promocionales, vehículos institucionales, publicidad etc... Todo esto está dentro de lo que se le conoce como imagen corporativa de la empresa.

Cave resaltar que el valor de una empresa se logra no solo por su evolución económica, sino por la percepción de ella en el público objetivo, por lo que el éxito de una empresa está en saber manejar de una manera adecuada la imagen de la misma, por ende la imagen corporativa de una empresa es de crucial importancia para mantener a una empresa a flote, en el caso de una empresa nueva como esta, la primera carta de presentación será nuestra imagen, y de esto dependerá que el cliente de una respuesta acertada a nuestros intereses.

El principal objetivo de la imagen corporativa es transmitir la confianza, seriedad y competencia de la empresa a sus clientes. Tomando en cuenta que la primera impresión que se tendrá con un cliente es la más importante para fortalecer la confianza en la empresa.

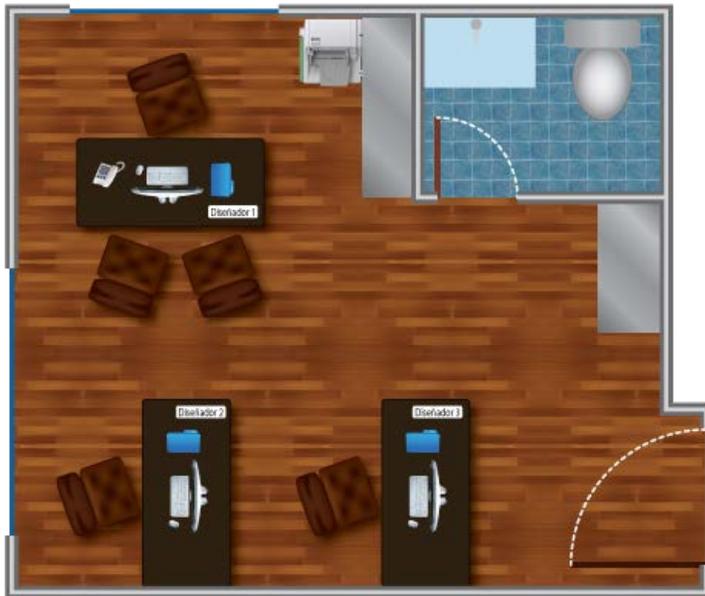
4.03.02 Distribución de la Planta

La distribución de la planta o layout indica la ubicación de cada uno de los puestos de trabajo, los equipos y el flujo del personal y material; con la finalidad de garantizar un movimiento eficiente de los trabajadores, además de preservar siempre la seguridad.

Un estudio de la distribución de planta se lo realiza cuando existe una nueva estructura o una reorganización de la misma, considerando siempre los distintos elementos: personal, maquinaria.

Gráfico 17

Distribución de planta



Elaborado por Jorge Muñoz

4.03.03 Proceso productivo

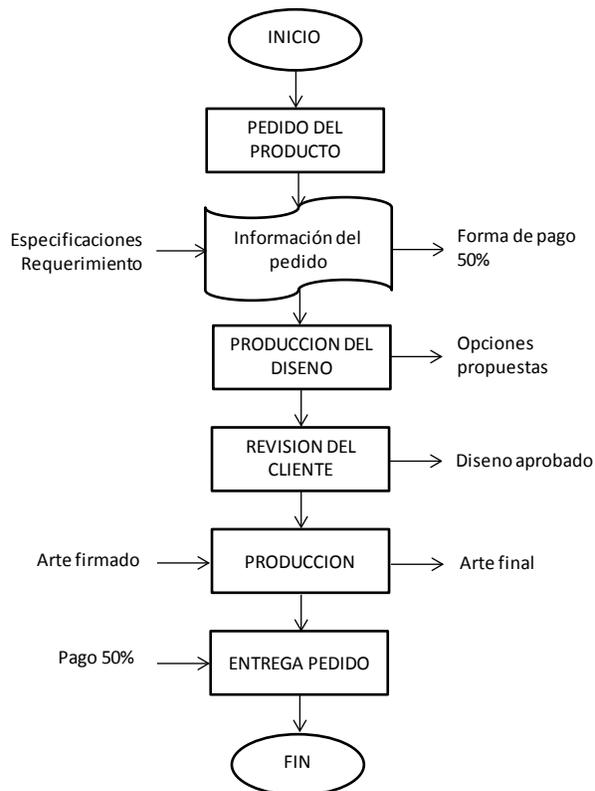
El proceso productivo se refiere al diagrama de flujo que se debe seguir para la obtención de un producto o servicio, donde se describe la secuencia de los pasos, considerando siempre sus entradas y salidas.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Se debe considerar siempre que la finalidad del proyecto es la satisfacción del cliente, mediante la entrega de productos de calidad, es por este motivo, que el proceso que se deberá realizar será pensando en la obtención de los productos y servicios esperados por el cliente.

Gráfico 18

Diagrama de flujo del proceso productivo



Elaborado por Jorge Muñoz

4.03.04 Direccionamiento Estratégico

4.03.04.01 Misión

Crecer como una empresa enfocada al desarrollar y diseñar empaques flexibles con criterios técnicos, creativos e innovadores con la finalidad de ofrecer a nuestros clientes productos de alta calidad cumpliendo con sus requerimientos y necesidades.

4.03.04.02 Visión

Posicionarnos dentro de 5 años como empresa líder en el mercado, que brinda soluciones creativas en el desarrollo y diseño de empaques flexibles, proporcionando un servicio personalizado superando las expectativas de nuestros clientes.

4.03.04.03 Imagen corporativa del proyecto

Dentro de una organización es muy común hablar de IMAGEN CORPORATIVA, de cómo estructurarla, qué estrategias aplicar, qué modificaciones hacer, etc. Así pues, la Imagen Corporativa, es actualmente uno de los elementos más importantes dentro de una empresa. Ésta es definida como “la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización.” Es decir, es la representación mental que tienen los públicos (internos y externos) de una empresa en cuanto a la entidad. La percepción que cada individuo tenga puede ser positiva o negativa y no siempre es igual, cada persona tiene su propia opinión y está basada en las diferentes formas de contacto que

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

ha tenido con la organización, ya sea por medio de publicidad, comentarios de otras personas, las experiencias que ha vivido, la presentación del producto, precios, entre otros.

Es muy común confundir a la imagen corporativa con la identidad corporativa, se suele pensar que los dos conceptos son lo mismo, cuando no es así. La identidad corporativa es el “ser” de la empresa, su esencia. Esto incluye los atributos identificadores y diferenciadores. En cambio, la imagen corporativa se da posteriormente, es decir, una vez que está identificada la identidad corporativa, los públicos perciben la misma y emiten un juicio de valor. Cabe recalcar, que la identidad corporativa de una organización debe ser clara y bien definida, para así proyectarla de una manera adecuada y lograr que los públicos tengan una imagen positiva.

La imagen corporativa se puede manifestar en distintos elementos relacionados con la empresa, como son: edificios o entornos, los productos y su presentación, logotipos, colores corporativos, personalidades, comunicación, entre otros. Sin embargo, uno de los elementos más importantes para formar la imagen corporativa es justamente la comunicación, ya que a través de ella se puede dar a conocer mediante distintos medios, el lanzamiento de un producto o cualquier cambio que pueda tener una organización. Se debe tener en cuenta, que se tiene que cuidar todo tipo de comunicación, desde las acciones internas dirigidas a todos los miembros de la empresa hasta las acciones externas, las cuales están dirigidas al público. De este modo, se debe tener siempre presente que la imagen corporativa debe ser coherente y armónica. En definitiva, si una empresa crea una imagen en su público obtendrá muchos beneficios, porque: ocupará un espacio

en su mente, existirá facilidad para diferenciarla de la competencia y disminuirá la importancia de los factores situacionales.

La imagen corporativa es nuestra carta de presentación, es la primera impresión que tendrá el público sobre una organización. Por esto, para que ésta funcione y genere confianza, la personalidad de la empresa debe estar reflejada en la imagen.

4.03.04.04 Manual de identidad corporativa.

El manual de identidad visual corporativa, recoge los elementos gráficos y normas de aplicación con el fin de servir de herramienta para controlar todos aquellos aspectos que garantizan la relación de la identidad visual de la empresa, revisando parámetros previamente establecidos que tienen como fin identificar a la empresa.

4.03.04.04.01 Manual corporativo.

Como se ha indicado anteriormente, es de vital importancia la creación de una identidad propia, con la cual la empresa al estar en una de las ramas del diseño gráfico, como es en este caso la flexografía, no puede dejar de lado la creación de su propio manual corporativo para lograr un impacto positivo en la mente del consumidor.

4.03.04.04.02 Presentación del logotipo

Gráfico 19

Logotipo



Elaborado por Jorge Muñoz

4.03.04.04.03 Brief de la empresa

Flexodesign, empresa dedicada al diseño y desarrollo de empaques flexibles dentro de las artes gráficas, desea expresar con su imagen, la energía, innovación al mismo tiempo la sobriedad y elegancia que posee al momento de diseñar, siempre definiendo su orientación en el diseño de empaques flexibles.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

4.03.04.04.04 Logotipo y slogan

Para poder entender de mejor manera se lo ha dividido en partes.

Gráfico 20

Logotipo de la marca



Flexodesign
Ideas&soluciones

Elaborado por Jorge Muñoz.

Flexodesign, es una palabra compuesta, flexo que proviene de la palabra flexografía, rama del diseño a la que la empresa le prestara la mayor atención y estará especializada, y design palabra en ingles que significa diseño, obteniendo como resultado la abreviación de diseño flexo gráfico, principal actividad de la empresa.

Gráfico 21

Isotipo de la marca



Elaborado por Jorge Muñoz

Esta es una representación estilizada de lo que serían dos bobinas de material impreso, como es de conocimiento, la impresión flexográfica se realiza de manera continua, es decir el material o sustrato donde se imprime es envuelto o recogido en bobinas, las mismas que estamos representando con nuestro Isotipo.

Gráfico 22

Slogan

Ideas&soluciones

Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Ideas y soluciones, es la principal percepción que se quiere dar a conocer, es decir, la empresa está enfocada en dar ideas nuevas al mercado y aportar con soluciones creativas a problemas existentes.

4.03.04.04.05 Tipografía del logotipo

La tipografía utilizada es, Majoram – Regular, con esto se quiere expresar la modernidad, actualización y la seriedad de la empresa

Gráfico 23

Tipografía Logotipo



Flexodesign

Elaborado por Jorge Muñoz

Gráfico 24

Mayúsculas

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Grafico 25

Minúsculas

a b c d e f g h i j k l m n
ñ o p q r s t u v w x y z

Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 26

Números

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 27

Signos

! @ # % ^ & * () _ + = -
: " ' . , ? / < > { } [] ^ `

Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Tipografía Kartika – regular, utilizada en el slogan por ser una tipografía elegante, legible y proyecta seriedad y formalismo.

Grafico 28

Tipografía Slogan

Ideas&soluciones

Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 29

Mayúsculas

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Grafico 30

Minúsculas

a b c d e f g h i j k l m n
ñ o p q r s t u v w x y z

Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 31

Números

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 32

Signos

! @ # % ^ & * () _ + = -
: " ' . , ? / < > { } ~ `

Elaborado por Jorge Muñoz

4.03.04.04.06 Logotipo full color

Grafico 33

Logotipo Full Color



Elaborado por Jorge Muñoz

4.03.04.04.07 Escala de grises

Grafico 34



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

4.03.04.04.08 Logotipo positivo

Grafico 35

Logotipo Positivo



Elaborado por Jorge Muñoz

4.03.04.04.09 Logotipo negativo

Grafico 36

Logotipo Negativo



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

4.03.04.04.10 Colores y/o pantone CMYK – RGB

Naranja

Se utilizó al color naranja como color cálido y estimulante, ya que es una combinación de rojo y amarillo por lo que comparte algunas características comunes con estos dos colores. Denota la energía, el calor y el sol, pero el color naranja tiene un poco menos de intensidad agresiva que el rojo, tranquilizado por la alegría de amarillo.

Grafico 37

Color Naranja



-Pantone: 144C

-Hexadecimal: f7931e

-RGB

R: 247

G: 147

B: 30

-CMYK

C: 0%

M: 50%

Y: 100%

K: 0%

Elaborado por Jorge Muñoz

Gris

El color gris se le asocia con la independencia, la auto-suficiencia, el auto-control, elegancia, respeto, porque es un color que actúa como escudo de las influencia externas.

Grafico 38

Color Gris



-Pantone: 7540C

-Hexadecimal: 4d4d4f

-RGB

R: 77

G: 77

B: 79

-CMYK

C: 0%

M: 0%

Y: 85%

K: 0%

Elaborado por Jorge Muñoz

4.03.04.04.11 Disposiciones correctas e incorrectas

Disposición correcta

Grafico 39

Forma Horizontal



Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 40

Forma Vertical



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Disposición Incorrecta

Grafico 41

Cambio en posición de Isotipo



Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 42

Desproporción de logotipo verticalmente



Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 43

Desproporción de logotipo horizontalmente



Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 44

Desproporción de logotipo o deformación total.



Elaborado por Jorge Muñoz

4.03.04.04.12 Disposiciones correctas e incorrectas

Fondos correctos

Grafico 45

Sobre fondo oscuro y/o corporativo negro.



Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 46

Sobre fondo claro y/o corporativo naranja.



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Sobre fondo claro o blanco.

Grafico 47

Sobre fondo claro o blanco.



Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 48

Sobre fondo full color oscuro.



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Grafico 49

Sobre fondo full color claro.



Elaborado por Jorge Muñoz

Fondos incorrectos

Grafico 50

Sobre fondo gris claro logo blanco.



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Grafico 51

Sobre fondo naranja logo full color.



Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 52

Sobre fondo gris logo full color.



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Grafico 53

Sobre fondo claro logo blanco.



Elaborado por Jorge Muñoz

Grafico 54

Sobre fondo oscuro logo negro.



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

4.03.04.04.13 Papelería corporativa

Tarjeta de presentación.

Grafico 55

Tarjeta de presentación.



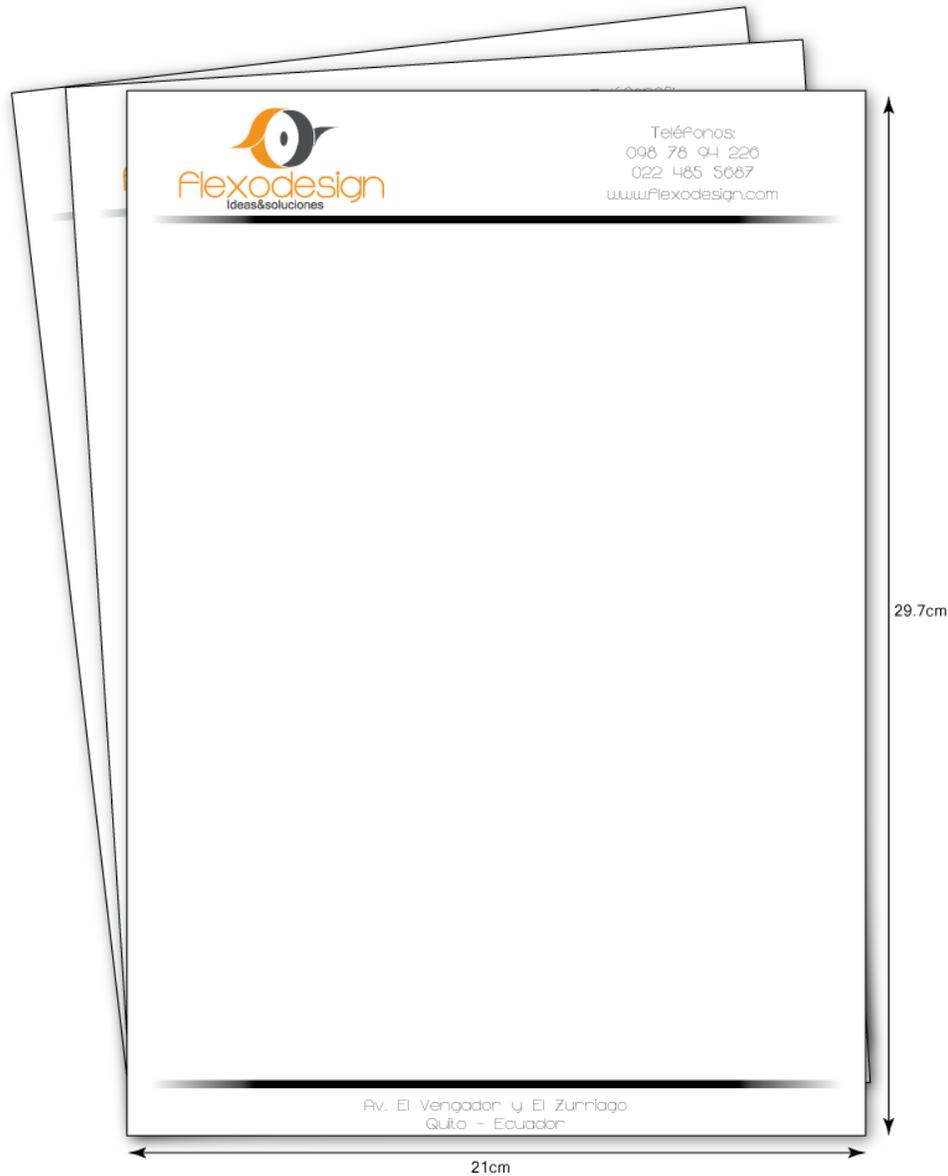
Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Hojas membretadas.

Grafico 56

Hojas membretadas



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Sobre Americano con ventana

Grafico 57

Sobre Americano con ventana



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Sobre Americano sin ventana

Grafico 58

Sobre Americano sin ventana



Elaborado por Jorge Muñoz.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Sobre Cartilla

Grafico 59

Sobre Cartilla



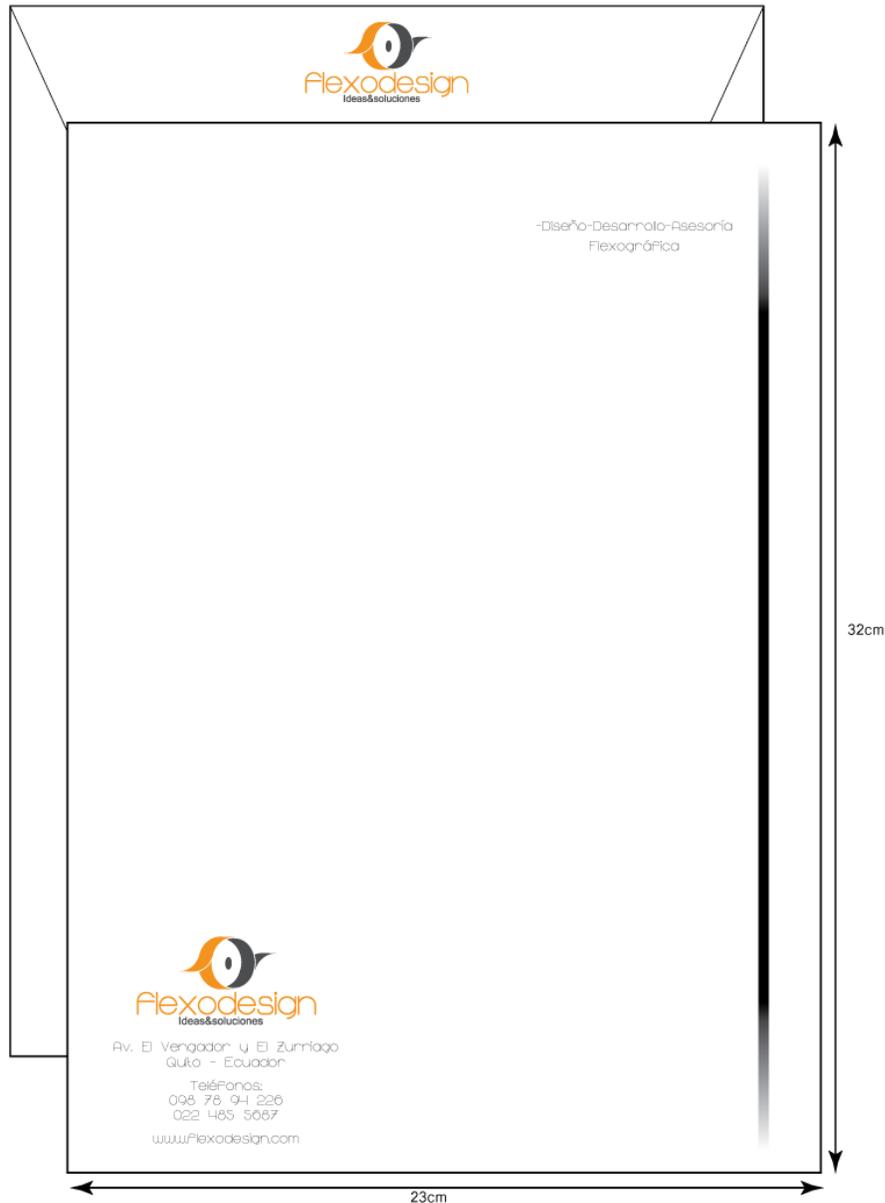
Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Sobre Bolsa o Manila

Grafico 60

Sobre Bolsa o Manila



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Carpeta

Grafico 61

Carpeta

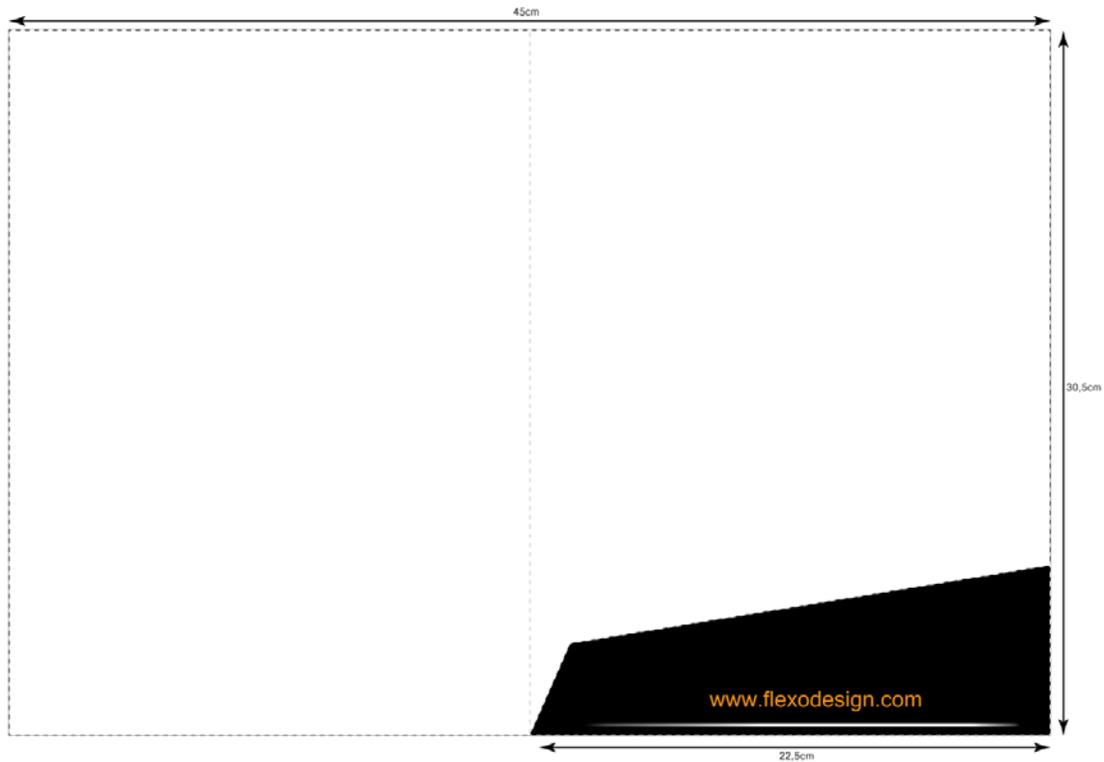


Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Grafico 62

Carpeta Interna



Elaborado por Jorge Muñoz.

Rotulo

Grafico 63

Rotulo



Elaborado por Jorge Muñoz.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

4.03.04.04.14 Uniformes

Chompa hombre Negra logo Full color (Frontal)

Grafico 64

Chompa Frontal Hombre



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Chompa Hombre Negra Isotipo Full color (Atrás)

Grafico 65

Chompa Posterior Hombre



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Chompa Mujer Negra logo Full color (Frontal)

Grafico 66

Chompa Frontal Mujer



Elaborado por Jorge Muñoz.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Chompa Mujer Negra Isotipo Full color (Atrás)

Grafico 67

Chompa Posterior Mujer



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Camisa Negra Logo Full color (Frente)

Grafico 68

Camisa Frontal



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Camisa Negra Isotipo Full color (Atrás)

Gráfico 69

Camisa Posterior



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Blusa Negra Logo Full color (Frente)

Gráfico 70



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Blusa Negra Isotipo Full color (Atrás)

Gráfico 71

Blusa Posterior



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

4.03.04.04.15 Material P.O.P.

Toma todo

Gráfico 72

Toma Todo



Elaborado por Jorge Muñoz

Jarro Térmico

Gráfico 73

Jarro Térmico



Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Llavero

Gráfico 74

Llavero



Elaborado por Jorge Muñoz

Bolígrafo

Gráfico 75

Bolígrafo



Elaborado por Jorge Muñoz

4.03.05 Cronograma del Proyecto

En este punto se especifica las fases de acción del proyecto, organizando, monitoreando y ejecutando estrategias de forma eficiente ayudándonos así a controlar el progreso del mismo.

Tabla N° 8

Cronograma del proyecto

AÑO	Mes	SEMANA	Componentes										
			Capitulo I Introducción	Capitulo II Análisis Situacional	Capitulo III Estudio de Mercado	Manual de Imagen Corporativa	Capitulo IV Estudio Técnico	Capitulo V Estudio Financiero	Capitulo VI Análisis de Impactos	Capitulo VII Conclusiones y Recomendaciones	Anexos y Formatos		
2014	Abril	1	X										
		2	X										
		3		X									
		4		X									
	Mayo	1		X									
		2			X								
		3			X								
		4			X								
	Junio	1			X								
		2				X							
		3				X							
		4				X							
	Julio	1				X							
		2				X							
		3					X						
		4					X						
	Agosto	1					X						
		2						X					
		3						X					
		4						X					
Septiembre	1						X						
	2							X					
	3								X				
	4									X			

Elaborado por Jorge Muñoz

4.03.06 Maquinaria

No es necesaria el uso de maquinaria para el desarrollo del diseño de empaques flexibles, basta con contar con equipos que tengan software necesarios para el desarrollo digital de las ideas solicitadas por nuestros clientes.

4.03.07 Equipo

Para el desarrollo de empaques flexibles es indispensable contar con equipos eficientes y de buena calidad, que nos proporcionen la facilidad de trabajar en los programas requeridos para el diseño gráfico; es por este motivo que se ha determinado la siguiente maquinaria:

Tabla N° 9

Equipo

Máquina	Detalle	Costo (USD)
Computador PC	Procesador i5 750gbs disco duro 4gbs ram	550
Impresora láser	Epson Workforce 7010 A3 + Sistema De Sublimación	350
Cámara fotográfica	Cámara profesional Canon t3i	780

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

Con estos 3 equipos se trabajará para realizar los diseños solicitados por nuestros, se debe considerar que el producto final del proyecto es el resultados de las pruebas de color y la aprobación por parte del cliente, para lo cual se entregará un archivo digital para su posterior producción.

CAPITULO V

5. Estudio Financiero

El estudio financiero se encarga de analizar y organizar la información monetaria como los ingresos, egresos, gastos e inversiones, con el fin de realizar evaluaciones en el proyecto para determinar su rentabilidad.

5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

Los ingresos operacionales y no operacionales, se los puede identificar claramente en el estado de resultados ya que el mismo muestra los ingresos, gastos e ingresos netos de una compañía en un periodo contable, los ingresos netos constan de todos los ingresos de la empresa o compañía descontado los gastos.

Es muy importante tener en claro la diferencia que existe entre los ingresos tanto operacionales como no operacionales, ya que los dos tienen un origen muy diferente.

Los ingresos operacionales son aquellos que se generaron por la actividad económica principal de la compañía o empresa, es decir en nuestro caso, por el desarrollo y diseño de empaques flexibles, cambios en diseños de empaques, creación de logotipos o rediseño de los mismos. El valor a recibir por nuestro servicio es el que se transforma en un ingreso operacional.

Ingresos no operacionales, son aquellos que provienen de fuentes distintas a las de la actividad económica de la empresa, estos suelen ser ocasionales, es decir, se generan por fuentes externas, como por ejemplo: Soporte técnico, asesoramiento en programas de diseño o cursos dictados (La empresa fue creada para desarrollo y diseño de empaques flexibles).

Tomando en cuenta los potenciales clientes con los que la empresa iniciara sus actividades, se realizó la proyección de ingresos operacionales en siguiente cuadro.

Tabla N° 10

Ingreso Operacional

Ingresos Operacionales Proyectados (Anual)				
Componente	Demanda	Valor Unidad	Total Mensual	Total Anual
Desarrollos completos	7	\$ 250,00	\$ 1.750,00	\$ 21.000,00
Desarrollos planos mecánicos	10	\$ 125,00	\$ 1.250,00	\$ 15.000,00
Desarrollos sobre plano	5	\$ 150,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Adaptacion de Planos	12	\$ 90,00	\$ 1.080,00	\$ 12.960,00
Rediseños	8	\$ 150,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Cambios textos	15	\$ 50,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
		TOTAL Ingresos Proyectados	\$	81.360,00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

5.02 Costos

Hay que tener claro que toda empresa para poder desarrollar una actividad económica y generar ingresos tiene que primero invertir, ya sea en materia prima, mano de obra, servicios exteriores entre otros, a esto se le conoce como costos o costes.

Los costos son los valores en dinero (dólar estado unidense) que se entregan a cambio de un producto o la prestación de un servicio.

Por lo que es recomendable tener en cuenta, que los costos deben ser lo más bajo posibles, para que de esta manera la empresa genere ingresos altos, esto no quiere decir que se debe descuidar la calidad del material o servicio a ser adquirido.

5.02.01 Costos directos

Los costos directos se identifican directamente con el desarrollo de la actividad productiva económica de la empresa, es decir son gastos necesarios que permiten mantener el proyecto en funcionamiento.

Para poder analizar los costos directos de una mejor manera podemos verificar el cuadro a continuación.

Tabla N° 11

Costos Directos

Mano de obra directa	\$ 21.870,00
Materia Prima	\$ 258,00
Total Costo Directo Anual	\$ 22.128,00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

5.02.02 Costos indirectos

Los costos indirectos por otra parte no se identifican directamente con el desarrollo de la actividad productiva económica de la empresa, es decir son gastos que se relacionan de una manera adicional al costo directo, como por ejemplo: Arriendos, alquileres, energía, etc.

Tabla N° 12

Costos Indirectos

Útiles de oficina	\$ 550,00
Útiles de aseo	\$ 250,00
Servicios Básicos	\$ 960,00
Costo Indirecto (anual)	\$ 1.760,00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

5.02.03 Gastos administrativos

Los gastos administrativos están relacionados directamente con la administración general del negocio, sin tener ninguna relación con los gastos operacionales del mismo. Se refiere a los salarios de Gerentes, contadores, secretarias, arriendo oficina, suministros, equipo de oficina, etc.

En el caso de nuestra empresa, el gasto administrativo está contemplado dentro del costo directo e indirecto, al tratarse de una empresa que está iniciando, las labores y recursos serán compartidos.

5.02.04 Costo de Ventas

El costo de ventas está relacionado directamente con la forma en cómo se va a comercializar el servicio, es decir, la manera en que se invertirá para dar a conocer a la empresa, esto puede ser mediante las diferentes redes sociales o por medio de visitas personales directas a posibles clientes.

En el caso de nuestra empresa, hay que considerar que solo consta de personal de diseño, por lo cual es de suma importancia que el mismo diseñador se encargue de la promoción de la empresa en un inicio, hasta llegar al crecimiento esperado.

De la misma manera que en el gasto administrativo los recursos serán compartidos, teniendo como costo de ventas una inversión en publicidad, que en nuestro caso será para redes sociales.

Tabla N° 13

Costo de ventas

Publicidad	\$700.00
Costo de Ventas (anual)	\$700.00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

5.02.05 Costo financiero

El costo financiero se genera única y exclusivamente por la retribución monetaria que se debe cancelar por las actividades bancarias, en caso de solicitar créditos. Es de considerar para esto, el interés, seguros, comisiones o gastos de mantenimiento que las instituciones bancarias exigen al momento de entregar un crédito.

Hay que tener claro que al iniciar la empresa se deberá solicitar un crédito para poder cubrir los primeros gastos, tanto operacionales como administrativos, el mismo será quien nos genere costo financiero.

Tabla N° 14

Costo Financiero

Concepto	Total Anual	Total
Interés total 36 meses (11.83%)	\$ 963,97	\$ 2.891,91
Total Costo Financiero		\$ 2.891,91

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

5.02.06 Costos Fijos y Variables

Costo fijo es valor que se debe cancelar sin tomar en cuenta si la empresa está produciendo o no, como por ejemplo: el valor de arrendamiento, se debe cancelar independientemente de que exista o no actividad económica en la empresa, al igual que el pago de nómina y servicios básicos, este valor se mantendrá fijo o deberá cancelar sin considerar la producción.

Los costos variables por otra parte son valores monetarios que se cancela de acuerdo a la actividad de producción, está sujeto al volumen de producción, es decir, mientras más produzca más será el costo variable, como por ejemplo la materia prima a más producción más materia prima se necesitará.

Se recomienda controlar y tratar de disminuir los costos fijos, ya que estos afectan de una manera directa la economía de la empresa, cuando esta atraviesa por momentos difíciles en las que no existen ventas.

Tabla N° 15

Nómina

Detalle Nomina	Sueldo Mensual	Beneficios de Ley (Mensual)	Valor Total (Mensual)	Valor Total (Anual)
Diseñador 1	\$450.00	\$157.50	\$607.50	\$7,290.00
Diseñador 2	\$450.00	\$157.50	\$607.50	\$7,290.00
Diseñador 3	\$450.00	\$157.50	\$607.50	\$7,290.00
Total:	\$1,350.00	\$ 472,50	\$1,822.50	\$21,870.00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

Tabla N° 16

Costo fijo

Detalle	Valor Mensual	Unidades	Valor Total (Mensual)	Meses	Valor Total (Anual)
Nomina	\$607.50	3	\$1,822.50	12	\$ 21.870,00
Arriendo Oficina	\$250.00	1	\$250.00	12	\$ 3.000,00
Servicios Básicos	\$80.00	1	\$80.00	12	\$ 960,00
Total:					\$ 25.830,00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

Tabla N° 17

Costo Variable

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Papel Fotográfico	2	\$ 77,00	\$ 154,00
Tintas Epson	1	\$ 104,00	\$ 104,00
Total:			\$ 258,00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

5.03 Inversiones

5.03.01 Inversión fija

Se refiere al costo que tienen los bienes tangibles e intangibles que poseerá la empresa, en este caso está dirigido a las cotizaciones y proformas de los bienes y servicios a ser requeridos al ejecutar el proyecto.

Cabe resaltar que todas las compras y adquisiciones que van a formar parte de la empresa, según lo estipulado en el proyecto, se los considerara como inversión.

Para una mejor apreciación guiarse en el siguiente cuadro:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Tabla N° 18

Inversión Fija

Inversión Inicial	Valor en USD	%	Depreciación anual
Impresora	\$ 450,00	20,00%	\$ 90,00
Computadores	\$ 2.100,00	20,00%	\$ 420,00
Cámaras fotográficas	\$ 1.200,00	20,00%	\$ 240,00
Software	\$ 1.200,00	50,00%	\$ 600,00
Muebles de oficina	\$ 660,00	20,00%	\$ 132,00
Menaje y servicios	\$ 1.200,00	10,00%	\$ 120,00
Vehículo auto	\$ 5.684,00	20,00%	\$ 1.136,80

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

Activos Definidos

Tabla N° 19

Activos definidos

Activos Diferidos	Valor en USD
Gasto Instalación	\$ 250,00
Garantías	\$ 500,00
Gasto de constitución	\$ 800,00
Total Activos Diferidos	\$ 1.550,00
Capital Trabajo	\$ 2.500,00
Total Inversión	\$ 15.000,00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

5.03.01.01 Activos Fijos

Activos fijos son todos aquellos bienes que la empresa posee al iniciar sus actividades y están presentes en todo el periodo contable, los mismos que están detallados en el cuadro anterior.

5.03.01.02 Activos Nominales (Diferidos)

Estos activos toman su nombre por el valor nominal de los mismos, ya que se trata de gastos como por ejemplo: garantía del arriendo de la oficina, gastos legales de constitución de la compañía en la Superintendencia de Compañías entre otros, tomando en cuenta que estos gastos se los realiza en la etapa de desarrollo de la empresa.

5.03.02 Capital de trabajo

El capital de trabajo consta del dinero en efectivo que dispone la empresa para la estructuración de un nuevo proyecto de trabajo, considerando que este debe ser lo suficiente como para cubrir necesidades inmediatas bajo demanda del cliente, por lo cual se destina un porcentaje del crédito solicitado para tenerlo como capital en efectivo.

5.03.03 Fuente de financiamiento y uso de fondos

La fuente de financiamiento considerada en el caso de la empresa es el crédito que se solicitara a una institución financiera la cual asciende a la suma de \$15.414.00

Tabla N° 20

Uso de fondos – Inversión fija

Inversión Inicial	Valor en USD	%	Depreciación anual
Impresora	\$ 450,00	20,00%	\$ 90,00
Computadores	\$ 2.100,00	20,00%	\$ 420,00
Cámaras fotográficas	\$ 1.200,00	20,00%	\$ 240,00
Software	\$ 1.200,00	50,00%	\$ 600,00
Muebles de oficina	\$ 660,00	20,00%	\$ 132,00
Menaje y servicios	\$ 1.200,00	10,00%	\$ 120,00
Vehiculo auto	\$ 5.684,00	20,00%	\$ 1.136,80

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

Tabla N° 21

Activos Definidos

Activos Diferidos	Valor en USD
Gasto Instalación	\$ 250,00
Garantías	\$ 500,00
Gasto de constitución	\$ 800,00
Total Activos Diferidos	\$ 1.550,00
Capital Trabajo	\$ 2.500,00
Total Inversion	\$ 15.000,00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

De esta manera quedara distribuida la suma solicitada en que se incluyo a los activos fijos y diferidos.

5.03.04 Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

A continuación se detalla el valor que se cancelara mensualmente por el crédito en un periodo no mayor a 24 meses (2 años)

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Tabla N° 22

Amortización

TABLA DE AMORTIZACION MENSUAL				
	Valor	Interes	Meses	
	\$ 15.000,00	11,83%	36	
Nb.Cuota	Capital	Amortización	Interes	Cuota
1	15.000,00	349,12	147,88	\$ 497,00
2	14.650,88	352,56	144,43	\$ 497,00
3	14.298,31	356,04	140,96	\$ 497,00
4	13.942,27	359,55	137,45	\$ 497,00
5	13.582,72	363,09	133,90	\$ 497,00
6	13.219,63	366,67	130,32	\$ 497,00
7	12.852,95	370,29	126,71	\$ 497,00
8	12.482,67	373,94	123,06	\$ 497,00
9	12.108,73	377,63	119,37	\$ 497,00
10	11.731,10	381,35	115,65	\$ 497,00
11	11.349,75	385,11	111,89	\$ 497,00
12	10.964,64	388,90	108,09	\$ 497,00
13	10.575,74	392,74	104,26	\$ 497,00
14	10.183,00	396,61	100,39	\$ 497,00
15	9.786,39	400,52	96,48	\$ 497,00
16	9.385,87	404,47	92,53	\$ 497,00
17	8.981,40	408,46	88,54	\$ 497,00
18	8.572,95	412,48	84,51	\$ 497,00
19	8.160,46	416,55	80,45	\$ 497,00
20	7.743,91	420,66	76,34	\$ 497,00
21	7.323,26	424,80	72,20	\$ 497,00
22	6.898,46	428,99	68,01	\$ 497,00
23	6.469,47	433,22	63,78	\$ 497,00
24	6.036,25	437,49	59,51	\$ 497,00
25	5.598,76	441,80	55,19	\$ 497,00
26	5.156,95	446,16	50,84	\$ 497,00
27	4.710,79	450,56	46,44	\$ 497,00
28	4.260,24	455,00	42,00	\$ 497,00
29	3.805,24	459,48	37,51	\$ 497,00
30	3.345,75	464,01	32,98	\$ 497,00
31	2.881,74	468,59	28,41	\$ 497,00
32	2.413,15	473,21	23,79	\$ 497,00
33	1.939,94	477,87	19,12	\$ 497,00
34	1.462,07	482,58	14,41	\$ 497,00
35	979,49	487,34	9,66	\$ 497,00
36	492,15	492,15	4,85	\$ 497,00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

5.03.05 Depreciación

La depreciación corresponde al desgaste por uso, obsolescencia o destrucción (robo, desperfectos, incendios, etc.) por esto es necesario registrar de una manera periódica la depreciación de los activos que posee la empresa, con el fin de tener información actualizada de la empresa.

Tabla N° 23

Depreciación

Inversión Inicial	Unidades	% anual	Valor en USD	Depreciación anual
Impresora	1.00	20%	\$ 450,00	\$ 90,00
Computadores	3.00	20%	\$ 2.100,00	\$ 420,00
Cámaras fotográficas	2.00	20%	\$ 1.200,00	\$ 240,00
Software	3.00	50%	\$ 1.200,00	\$ 600,00
Muebles de oficina	1.00	20%	\$ 660,00	\$ 132,00
Menaje y servicios	1.00	10%	\$ 1.200,00	\$ 120,00
Vehículo auto	1.00	20%	\$ 5.684,00	\$ 1.136,80

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

La depreciación como resultado del desarrollo nos indica que: Los equipos de computación se renovarán cada 5 años, maquinaria cada 10 años, muebles y enceres en 10 años y por último el vehículo en un periodo de 5 años.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

5.03.06 Estado de situación Inicial

El estado de situación inicial, también llamado balance Inicial, es el informe del estdo financiero de la empresa, en el que se puede evidenciar la situación del patrimonio con que cuenta la empresa.

Está conformado de tres grupos de cuentas principales, activos, pasivos y patrimonio, los mismos que a su vez están subdivididos en cuentas secundarias, las mismas que son creadas por la naturaleza propia del negocio.

Tabla N° 24

Estado de situación Inicial

Estado de Situación Inicial			
AI 01/01/2015			
ACTIVOS		PASIVOS	
Caja	\$ 2.586,00	Préstamo Bancario	\$ 15.500,00
Gasto Constitución	\$ 800,00	Total Pasivos	\$ 15.500,00
Maquinaria y equipo	\$ 1.650,00		
Equipo de computo	\$ 3.300,00	PATRIMONIO	
Muebles y enceres	\$ 660,00	Capital Social	\$ -
Vehículo	\$ 5.684,00	Total Patrimonio	\$ -
Gasto Instalación	\$ 200,00		
Menaje	\$ 120,00		
Garantias	\$ 500,00		
Total Activos Fijos	\$ 15.500,00	Total Pasivos + Patrimonio	\$ 15.500,00

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

5.03.07 Estado de resultados proyectado (a 5 años)

El estado de resultados expresa el superávit o déficit que podría obtener una empresa en un periodo determinado de tiempo.

Tabla N° 25

Estado de resultados

Periodos	01/01/2015		01/01/2016		01/01/2017		01/01/2018		01/01/2019	
	Monto	%								
Ventas Netas	\$ 81.360,00	100,00%	\$ 83.304,50	100,00%	\$ 85.295,48	100,00%	\$ 87.334,04	100,00%	\$ 89.412,32	100,00%
Costo	\$ 26.088,00	32,06%	\$ 26.700,50	32,05%	\$ 27.338,64	32,05%	\$ 27.992,03	32,05%	\$ 28.661,04	32,05%
Utilidad Bruta en ventas	\$ 55.272,00	67,94%	\$ 56.604,00	67,95%	\$ 57.956,84	67,95%	\$ 59.342,01	67,95%	\$ 60.751,28	67,95%
Gasto en ventas	\$ 700,00	0,86%	\$ 716,73	0,86%	\$ 733,86	0,86%	\$ 751,40	0,86%	\$ 769,36	0,86%
Gastos Administrativos	\$ 1.760,00	2,16%	\$ 1.802,06	2,16%	\$ 1.845,13	2,16%	\$ 1.889,23	2,16%	\$ 1.934,38	2,16%
Utilidad Operacional	\$ 52.812,00	64,91%	\$ 54.085,21	64,92%	\$ 55.377,85	64,92%	\$ 56.701,38	64,92%	\$ 58.047,54	64,92%
Gastos Financieros	\$ 963,97	1,18%	\$ 963,97	1,16%	\$ 963,97	1,13%	\$ 963,97	1,10%	\$ 963,97	1,08%
Otros Ingresos	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%
Otros Egresos	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
Utilidad Antes de Participacion	\$ 51.848,03	63,73%	\$ 53.121,24	63,77%	\$ 54.413,88	63,79%	\$ 55.737,41	63,82%	\$ 57.083,57	63,84%
15% Participacion Laboral	\$ 7.777,20	9,56%	\$ 7.968,19	9,57%	\$ 8.162,08	9,57%	\$ 8.360,61	9,57%	\$ 8.562,54	9,58%
Utilidad Antes de impuestos	\$ 44.070,83	54,17%	\$ 45.153,05	54,20%	\$ 46.251,80	54,23%	\$ 47.376,80	54,25%	\$ 48.521,03	54,27%
Impuesto A la Renta	\$ 11.017,71	13,54%	\$ 11.288,26	13,55%	\$ 11.562,95	13,56%	\$ 11.844,20	13,56%	\$ 12.130,26	13,57%
Utilidad Neta	\$ 33.053,12	40,63%	\$ 33.864,79	40,65%	\$ 34.688,85	40,67%	\$ 35.532,60	40,69%	\$ 36.390,78	40,70%

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

5.03.08 Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja proyectado es un informe financiero en que se detallan el movimiento de ingresos y egresos de dinero de la empresa en periodos contables determinados. Donde el Flujo Neto es el resultado de la diferencia entre los ingresos y egresos, siendo este el indicador de liquidez de la empresa.

Cuando los saldos son positivos, quiere decir que los ingresos fueron superiores a los gastos o egresos, si el saldo es negativo significa que los gastos o egresos superaron a los ingresos teniendo como resultado un déficit en la empresa.

Tabla N° 26

Flujo Proyectado

Flujo de caja proyectado						
Ingresos operacionales	Del Primer Periodo Preoperacional.	01/01/2015	01/01/2016	01/01/2017	01/01/2018	01/01/2019
Recuperacion por ventas	\$ -	\$ 81.360,00	\$ 83.304,50	\$ 85.295,48	\$ 87.334,04	\$ 89.412,32
Egresos Operacionales						
Pago a proveedores	\$ -	\$ 4.218,00	\$ 4.218,00	\$ 4.218,00	\$ 4.218,00	\$ 4.218,00
Mano de obra Directa	\$ -	\$ 21.870,00	\$ 21.870,00	\$ 21.870,00	\$ 21.870,00	\$ 21.870,00
Gasto de Ventas	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Gasto Administrativo	\$ 1.760,00	\$ 1.760,00	\$ 1.760,00	\$ 1.760,00	\$ 1.760,00	\$ 1.760,00
Costos indirectos de Fabricacion	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Totala Egresos Operacionales	\$ 2.460,00	\$ 28.548,00	\$ 28.548,00	\$ 28.548,00	\$ 28.548,00	\$ 28.548,00
Flujo Operacional	\$ (2.460,00)	\$ 52.812,00	\$ 54.756,50	\$ 56.747,48	\$ 58.786,04	\$ 60.864,32
Ingreso No Operacional						
Credito a Contratarce largo Plazo	\$ 15.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes Capital	\$ (2.586,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingresos No Operacionales	\$ 12.914,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Egresos No Operacionales						
Pago Intereses	\$ -	\$ 963,97	\$ 963,97	\$ 963,97	\$ 963,97	\$ 963,97
Pago Participacion en Utilidades	\$ -	\$ 7.777,20	\$ 7.968,19	\$ 8.162,08	\$ 8.360,61	\$ 8.562,54
Pago de Impuestos	\$ -	\$ 11.021,96	\$ 11.022,46	\$ 11.022,47	\$ 11.227,32	\$ 11.227,32
Maquinaria y Equipo	\$ 1.650,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Computadores	\$ 3.300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enceres	\$ 660,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Menaje	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Vehiculo	\$ 5.684,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargos Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Egresos No Operacionales	\$ 11.414,00	\$ 19.763,13	\$ 19.954,62	\$ 20.148,52	\$ 20.551,90	\$ 20.753,83
Flujo No Operacional	\$ (2.460,00)	\$ 19.763,13	\$ 19.954,62	\$ 20.148,52	\$ 20.551,90	\$ 20.753,83
Flujo Neto Generado	\$ (2.460,00)	\$ 33.048,87	\$ 34.801,88	\$ 36.598,96	\$ 38.234,14	\$ 40.110,49
Saldo Inicial de Caja	\$ (2.460,00)	\$ 2.460,00	\$ 33.048,87	\$ 34.801,88	\$ 36.598,96	\$ 38.234,14
Saldo Final de Caja	\$ (2.460,00)	\$ 35.508,87	\$ 67.850,75	\$ 71.400,84	\$ 74.833,10	\$ 78.344,63

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

5.04 Evaluación

5.04.01 Tasa de descuento.

La tasa descuento se genera a través de un análisis interno de la empresa, en cual se considera las ganancias que se pueden obtener, y la clase de cliente al cual se entregará el descuento.

La empresa ha considerado un margen de descuento, el mismo que estará dentro del 10 y 20% dependiendo del análisis previo.

5.04.02 Valor Actual Neto (VAN)

Es aquel que permite determinar la valoración de una Inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada.

$VAN = 33.065,87$

<http://www.abanfin.com/?tit=valor-actual-neto-van-formulario-economico-financiero&name=Manuales&fid=ee0bcdb>

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

5.04.03 Tasa Interna de Retorno

La tasa Interna de retorno, según se puede apreciar en el cuadro de estado de resultados esperados es de 40%, lo que nos indica que el proyecto es viable, ya que supera a la tasa de interés que bordea el 18%.

5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El periodo de recuperación en el presente proyecto, está planificado a ser culminado al finalizar el crédito que estaría pendiente con el banco, es decir en un periodo no mayor a 3 años, ya que de esta manera los activos de la empresa dejarían de estar comprometidos.

5.04.05 Relación Costo Beneficio.

La relación costo beneficio, como se puede apreciar de la misma manera en el cuadro de proyecciones es alta ya que por cada \$1 que invertimos estamos generando 0.41 centavos de dólar de ganancia.

Esto quiere decir que el costo versus el beneficio obtenido es lo esperado en cualquier negocio, ya que el beneficio supera al costo generando a su vez utilidad.

5.04.06 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, es aquel en donde podemos identificar el punto donde los ingresos llegan a cubrir a los egresos, permitiendo de esta manera identificar cual es el mínimo de ventas que debemos tener para poder cubrir nuestros gastos.

Sus objetivos principales son:

- Determinar el momento en que los ingresos y los gastos son iguales.
- Verificar la eficiencia de la operación permitiendo desarrollar en la administración de la empresa.
- Permite poder realizar un análisis para realizar planteamientos con el fin de tener un control de la empresa.

Tabla N° 27

Punto de equilibrio

	Valor Total	Unidades	Valor Unitario
Ventas Netas	\$ 81.360,00	648	\$ 125,56
Costo y Gasto Variable	\$ 26.068,00	648	\$ 40,23
Margen de Utilidad	\$ 55.292,00		\$ 85,33
Costos y Gastos Fijos	\$ 3.423,97		
Utilidad Operacional	\$ 51.868,03		

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

Tabla N° 28

Punto de equilibrio Formulas

$$PEQ = \frac{\text{costo fijo}}{\text{Precio unitario} - \text{costo variable unitario}}$$

$$PEQ = \frac{3.423,97}{125,56 - 40,23} = \frac{3.423,97}{85,33} = 40,13$$

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

$$PE\$ = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Venta total}}}$$

$$PE\$ = \frac{\$ 3.423,97}{1 - \frac{\$ 26.068,00}{\$ 81.360,00}} = \frac{3.423,97}{1 - 0,32} = \frac{3.423,97}{0,68} = \$ 5.038,24$$

Fuente: requerimiento interno

Elaborado por Jorge Muñoz

Con esto podemos concluir que, el punto de equilibrio se encuentra al lograr vender 40,13 unidades, con un precio de \$5,038.24(dólares americanos), para poder cubrir nuestros gastos totales y no tener pérdidas, de este punto para adelante se considerara como ganancias o conocido también como utilidades netas.

CAPITULO VI

6. Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

Al hablar de impacto ambiental nos referimos a las consecuencias que toda actividad industrial produce contra el planeta, por esto debemos estar conscientes de lo frágil que es nuestro medio y que toda actividad por mínima tiene repercusiones que a largo tiempo se ven reflejadas en los cambios de nuestro entorno.

Un ejemplo de esto son las emisiones de CO₂ que producen los vehículos, los mismos que por necesidad de la comunidad para transportarse dentro de la ciudad, están afectando directamente a nuestro entorno.

La empresa por su actividad está dentro de los desarrolladores de contaminación más grande como es el plástico, ya que la principal actividad de la empresa está enfocada al desarrollo de empaques flexibles para diferentes usos, los mismos que están elaborados con materiales derivados del petróleo, como son el polietileno, polipropileno, polímeros etc.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

Es por esto que la empresa está comprometida con el medio ambiente y tratara de reducir el impacto con medidas como:

1. Investigar nuevos métodos de elaboración de empaques flexibles que reduzcan la contaminación ambiental.
2. Al momento de desarrollar un nuevo empaque, se tomara como primera opción la utilización de materiales biodegradables para la elaboración del mismo.
3. Crear conciencia tanto a nuestros clientes como a proveedores sobre el cuidado ambiental.
4. Disminuir al máximo el desperdicio de papel.
5. Cultivar hábitos de reciclaje dentro de la empresa para ser ejemplo en el medio.

6.02 Impacto económico

El impacto económico se podrá evidenciar de una manera más clara y precisa, dentro del primer periodo de actividades de la compañía (primer año), con lo cual se espera que el resultado sea positivo tanto para los propietarios de la empresa como para el país, aportado de la siguiente manera:

- Al implementar el proyecto generara utilidad la misma que contribuirá con el país a través de los tributos de ley.

- Aportará con el crecimiento económico de los empleados de la empresa mejorando su nivel de vida.
- Formará parte de la matriz productiva del país aportando con ingresos al estado los mismos que servirán para la implementación de las diferentes obras en pro de la ciudadanía.
- Aportará al crecimiento económico de los proveedores vinculados directa e indirectamente al proyecto.

6.03 Impacto productivo

El proyecto en su ejecución tendrá un impacto productivo positivo, ya que mejorará la eficiencia y eficacia con la que se ha estado trabajando los diseños para flexografía, mejorando los tiempos de respuesta a los requerimientos, ahorrando tiempo y dinero, lo que para nuestros clientes también significa un crecimiento económico y productivo dentro de sus instituciones, aportando así al desarrollo productivo del sector gráfico, al que pertenecemos.

6.04 Impacto Social

Con la implementación del proyecto, inicialmente se aportara con generación de tres fuentes de trabajo, esperando que las proyecciones sean las correctas la empresa en un futuro necesitara de más personal para diferentes áreas, por lo cual generara más fuentes de empleo, no solo de manera directa sino también de manera indirecta ya que al tener la expansión proyectada requerirá de nuevos proveedores, de la misma manera con el crecimiento incrementaran los tributos hacia el estado, apoyando de esta manera al crecimiento colectivo de la ciudad.

CAPITULO VII

7 Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Como conclusión principal se puede decir que el presente proyecto es viable ya que existe deficiencia en el servicio que brindan las agencias de diseño en lo que se refiere a flexografía.
- Al tener una respuesta positiva en las encuestas realizadas a los posibles clientes se considera que tendría una aceptación en el mercado.
- Al realizar el estudio de mercado se logró determinar el lugar más idóneo para ubicar la oficina, logrando que se encuentre en un lugar estratégico.
- Logramos determinar que con una inversión de 15.500,00 podríamos dar marcha a este proyecto.
- Se determinó que la inversión se lograra recuperar en un periodo no mayor a 3 años, aunque existe capacidad económica para cubrirla en menos de la mitad del tiempo, según los pronósticos financieros.
- Analizamos la posible estrategia de marketing, en la cual determinamos el plus de la empresa y como operar la misma.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE DISEÑO, DESTINADA AL DESARROLLO DE EMPAQUES FLEXIBLES, PARA PRESENTAR SOLUCIONES CREATIVAS Y SUSTENTABLES DENTRO DE LA FLEXOGRAFÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2014.

7.02 Recomendaciones

- Lo primero que se debe realizar es la parte legal, evitando esta manera futuros problemas legales con organismos reguladores ya sean estos municipales o gubernamentales.
- Llevar un control contable claro y conciso en periodos no mayores a un año, para mantener un control permanente de la empresa, logrando así verificar si se está cumpliendo con los objetivos planteados y de esta manera poder tomar decisiones oportunas con el fin de mantener la empresa en el rumbo deseado.
- Tener siempre en cuenta a la posible competencia, revisando periódicamente las estrategias y evitar la deserción de nuestros clientes.
- Realizar la constitución debida de la empresa.
- Patentar el manual corporativo de la empresa, con el fin de evitar el plagio.
- Realizar estudios periódicos de la oferta y demanda con el fin de buscar nuevos lugares en los cuales podamos expandirnos.
- Considerar mantener los costos fijos lo más bajos posibles, esto permitirá que la empresa no tenga inconvenientes en momentos difíciles.
- Buscar actualizaciones constantes en el tema de diseño, es decir buscar las nuevas tendencias del mercado.
- No olvidarse del branding propio, Actualizar la imagen de la empresa cada cierto tiempo.

Bibliografía

- ZAPATA SANCHEZ, Pedro Contabilidad General Editorial Mc Graw Hill
Sexta edición.
- Ley Orgánica de Comunicación.

Net grafía

- <http://mundoimpreso.mx/blog/2012/09/historia-de-la-flexografia/>
- http://www.actividadeseconomicas.org/2012/06/bienes-y-servicios.html#.U_KuNfl5OSo
- <http://es.scribd.com/doc/40577717/Historia-de-la-Flexografia>
- <http://www.indeg.edu.ec/web/?p=1460>
- <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- [http://www.almargen.com/blog/breve-historia-del-packaging-de-la-prehistoria-a-nuestros-dias/ \(historia\)](http://www.almargen.com/blog/breve-historia-del-packaging-de-la-prehistoria-a-nuestros-dias/)
- <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201312.pdf>
- http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- http://www.elcomercio.com.ec/negocios/etiquetas-alimentos-bebidas-Ecuador-salud-azucar-grasas-sal_0_1033696721.html
- <http://www.desarrollosocial.gob.ec/economia-popular-y-solidaria/>
- http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/logotipo-definicion.html>

- http://www.ulmapackaging.com/packaging-solutions/food-packaging/snacks/chips/crisps-bags-packaging-in-flow-pack-wrapper-hffs/image_preview
- <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA.htm>
- http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm